

Kursplan

Ledning och marknadsföring i tjänsteföretag 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 2

Service Management and Marketing 7.5 Credits*, First Cycle Level 2

Lärandemål

Det övergripande målet med kursen är att studenterna skall utveckla en god förståelse för tjänsteföretagens speciella villkor och konsekvenserna av dessa villkor när det gäller marknadsföring och ledning.

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs skall studenten kunna:

- Beskriva och förklara grunderna för tjänstedesign och tjänsteutveckling samt redogöra för de mest betydande teorierna inom tjänsteområdet,
- Förklara tjänstemötets betydelse för marknadsföring och ledning samt för kvalitet och utveckling.

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs skall studenten kunna:

- Självständigt kritiskt granska och tillämpa teorier rörande skapandet av tjänsters värde och kvalitet både från kund- och ledningsperspektiv, med fokus på mötet mellan anställda och kunder och hur denna relation kan utvecklas och ledas,
- Formulera, diskutera och analysera teoretiska och praktiska affärsproblem utifrån ett tjänsteperspektiv såväl skriftligt som muntligt.

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

Efter avslutad kurs skall studenten kunna:

- Värdera och bedöma olika modeller för utveckling och marknadsföring av tjänster.

Innehåll

Kursen börjar med diskussion om olika typer av tjänster, deras karaktäristika och betydelse i

samhället. Vidare fokuseras modeller och metoder som används för att beskriva och utveckla olika typer av tjänster avseende tjänstedesign och tjänstekvalitet. Speciell vikt läggs vid olika aspekter av tjänstemarknadsföring som kundinteraktion och kundrelationer samt intern marknadsföring. Även teknikens betydelse för tjänsteutveckling samt internationalisering av tjänster behandlas.

Examinationsformer

Obligatoriska seminarier med inlämningsuppgifter och muntliga presentationer 4,5 hp
Skriftlig individuell rapport, 3 hp

Arbetsformer

Litteraturstudier, fallstudier, grupparbeten och seminarier.
En stor del av kursen ges i seminarieform och som grupparbete där aktivt deltagande krävs i de tillhörande uppgifterna.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

För betyget Väl godkänt skall studenten ha betyget Väl godkänt på den skriftliga rapporten samt på minst en av de skriftliga inlämningsuppgifterna.

Förkunskapskrav

90 hp på grundnivå inklusive kurserna Ekonomistyrning och redovisning 15 hp,
Organisation och Marknadsföring 15 hp, Marknadsföring B 7,5 hp samt Vetenskap och metod I 7,5 hp

Övrigt

Kursen ges på engelska.
Maximalt fem tentamenstillfällen.
Ersätter FEC041, FEC061, FÖ2007

Ämnestillhörighet:

Företagsekonomi

Ämnesgrupp:

Företagsekonomi

Utbildningsområde:

Samhällsvetenskapliga området, 100%



D.nr: Du Ku 2015/236
Sida 3(3)
FÖ2032

Fastställt:

Fastställt 2015-06-11

Kursplanen gäller fr.o.m. 2015-08-07