



Tjänstemarknadsföring och servicelogik

Service Marketing and Service Logic

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: STS032

Version: 2.0

Fastställd av: Institutionsstyrelsen 2010-11-11

Gäller från: HT 2010

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet samt 45 högskolepoäng i företagsekonomi varav kurser i marknadsföring om 15 högskolepoäng .

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

I kursen behandlas följande moment:

- tjänstemarknadsföring och kundrelationer
- tjänstekvalitet
- serviceproduktivitet
- integrerad marknadskommunikation
- organisering av tjänstemarknadsföring
- intern marknadsföring
- tjänstemarknadsföringskultur
- tjänstemarknadsföring och informationsteknologi
- reflektioner kring egna praktiska erfarenheter av tjänste-marknads-föring och servicelogik

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten

- utifrån ett vetenskapligt förhållningssätt självständigt urskilja och identifiera relevanta begrepp och begreppsrelationer inom tjänstemarknadsföring och servicelogik
- kunna analysera och göra bedömningar av tjänstemarknadsförings- och servicelogikens praktik utifrån relevanta teorier och med ett kritiskt förhållningssätt
- skriftligt och muntligt kunna kommunicera tjänstemarknadsföringsfrågor

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar, seminarium och handledning. Kursen innehåller inslag av gästföreläsningar från professionen. Studenterna arbetar individuellt och i grupp med litteratur- och fältstudier vilka behandlas och avrapporteras i seminarieform under kursens gång. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma. Litteraturen är på engelska men kan även förekomma på svenska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom tre skriftliga inlämningsuppgifter, aktivt deltagande i seminarier samt en individuell frivillig tentamen. För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga skriftliga inlämningsuppgifter samt aktivt deltagande i kursens seminarier. För betyget Väl godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänd på en inlämningsuppgift, samt väl godkänd på den individuella tentamen. Tentamen är således frivillig och ingår endast i bedömningsunderlaget för betyget Väl

godkänd. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Christian Grönroos (2007) *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*, 3rd Edition. Wiley.

Vetenskapliga artiklar.

Studentinflytande och utvärdering

Studenten ska vid kursintroduktion skriftligt dokumentera sina förväntningar med kursen. Kursutvärderingen sker sedan genom att studenten bedömer huruvida kursen givit de mål som är fastlagda samt med hjälp av en jämförelse mellan de förväntningar som studenten hade vid kursintroduktion och det kunskapsutfall som uppfattas vid kursens slut. Utvärderingen sammanställs. Sammanställningen offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser och kommer att ligga till grund för framtida kursplanering och ingår i den programutvärdering som sker.

Övrigt

Kursen ingår i Civilekonom- och Dataekonomutbildningen samt som fristående kurs. Kursen ersätter Tjänstemarknadsföring och servicelogik (STS022).