



Tjänstemarknadsföring och servicelogik

Service Marketing and Service Logic

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: STS032

Version: 3.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2011-05-11

Gäller från: HT 2011

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

Sternhufvud, U., (1998), *Kvalitet i Tjänsteföretag*, Nerenius & Santérus Förlag, Malmö

Norman, R., *When the map changes the landscape*, OH-material

Gummesson, E., (1995) *Från 4P till 30R*, Liber-Hermods, Malmö

Feurst, O., (1999), *One to One Marketing*, Liber, Malmö

Vetenskapliga artiklar

Studentinflytande och utvärdering

Efter avslutad kurs genomförs en kursvärdering. Utvärderingen sammanställs och offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser.

Övrigt

Kursen ingår i Dataekonomutbildningen och Civilekonomprogrammet samt som fristående kurs.