



Tjänstemarknadsföring och servicelogik Service Marketing and Service Logic

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: STS032

Version: 5.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2012-10-10

Gäller från: HT 2012

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 kontra varumarknadsföring
- kompletterande tjänsteprodukter
- organisering av tjänstemarknadsföring
- paketering och prissättning
- tjänstemarknadsföring och tjänsteutveckling
- reflektioner kring egna praktiska erfarenheter av tjänstemarknadsföring och servicelogik

Mål

Efter avslutad 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. Studenterna arbetar individuellt och i grupp med litteratur- och/eller fältstudier, vilka behandlas och avrapporteras i seminarieform under kursens gång. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma. Litteraturen är skriven på engelska och/eller svenska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom 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 godkänt 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

Normann, R., *När kartan förändrar affärslandskapet*, OH-material
Holmén, C., (2007), *Financial Services*, BAS, Göteborg

+ en aktuell bok i Service Management. Exempel: Lovelock & Wirtz, *Services Marketing*, (2007) Pearson

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.