HÖGSKOLAN I BORÅS

Tjänstemarknadsföring och servicelogik
Service Marketing and Service Logic

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: STS032
Version: 8.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-09-28
Gäller från: HT 2016

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
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

Kursen fokuserar på tjänstesamhället och de speciella förutsättningar som råder för marknadsföringsaktiviteter i ett tjänstesammanhang. Speciellt fokus läggs vid tjänstelogik och de modeller som utvecklats inom tjänsteforskningen, såsom värdeskapande, värdesamskapande och resursintegrering. Kursen har således både ett empiriskt fokus, betingat av tjänsteekonomins allt större betydelse för världsekonomin, och ett forskningsfokus med avstamp i tjänstelogikens teoribildning och det sätt på vilket denna påverkat all forskning inom marknadsföring.

Kursen behandlar explicit kundens roll i ett tjänsteutbyte, dvs kundens värdeskapande och beteenden. Kursen anlägger även tjänsteföretagets perspektiv, och diskuterar t ex betydelsen av relationer och begreppet innovation för ett tjänsteföretag. Kärnan i kursen ligger dock i tjänstelogikens integration av dessa båda resurser och det värdesamskapande som är centralt inom tjänstemarknadsföring.

Mål

Efter avklarad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse
1.1 utifrån ett vetenskapligt förhållningssätt redogöra för begrepp och begreppsrelationer inom tjänstemarknadsföring och servicelogik,
1.2 redogöra för väsentliga skillnader mellan tjänstelogik och ett mer varuinriktat synsätt, och utifrån tjänsteföretagets perspektiv beskriva de specifika krav som ställs i en tjänsteekonomi,

Färdighet och förmåga
2.1 analysera tjänstemarknadsföringens praktik med hjälp av relevanta teorier,
2.2 systematiskt söka och sammanställa information från relevanta källor samt

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 värdera och kritiskt tolka teoribildning relevant för tjänstemarknadsföring.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar, seminarier samt workshops. Studenterna arbetar i grupp med inlämningsuppgifter, 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 samt en individuell tentamen.

• Tentamen: individuell skriftlig tentamen
Lärandemål 1.1, 1.2 samt 2.1
Högskolepoäng: 5,5
Betygsskala: U/G/VG

• Inlämningsuppgift 1
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 samt 3.1
Högskolepoäng: 1,0
Betygsskala: U/G

• Inlämningsuppgift 2
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 samt 3.1
Högskolepoäng: 1,0
Betygsskala: U/G

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga skriftliga inlämningsuppgifter samt godkänt på tentamen. För betyget Väl godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt på tentamen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Echeverri, P. och Edvardson B. (2012). Marknadsföring i tjänsteekonomin. Lund: Studentlitteratur

Skålén, P. (2016). Tjänstelogik. Lund: Studentlitteratur.

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial tillhandahålls via lärplattformen (max 100 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i Dataekonomutbildningen, Ekonomutbildningen och Civilekonomprogrammet samt som fristående kurs.