



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE452 Kunddrivna marknadsföringsstrategier, 7,5 högskolepoäng

Customer-Driven Marketing Strategies, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2020-01-22.

Reviderad 2026-04-30. Förkunskapskravet är kompletterat med ämnen enligt GY25.

Kursplanen gäller från och med vårtermin 2027.

Förkunskaper

Grundläggande behörighet

Du behöver också:

Engelska 6

Eller:

Engelska nivå 2

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- förklara koncepten serviceprodukter och varumärken

- förklara konceptet servicevärdeerbjudanden
- beskriva, analysera och utvärdera processen för hantering av kundtjänstgränssnitt
- förklara vikten av servicekvalitet, innovation, hållbarhet och etik i samband med serviceprodukter och varumärken
- analysera en verklig affärssituation och utforma effektiva kunddrivna tjänstemarknadsföringsstrategier för serviceprodukter och varumärken
- tillämpa ramverket för design thinking

Innehåll

Kursen innehåller:

- serviceprodukter och varumärken
- trender inom handel
- design thinking
- kunddrivna tjänstemarknadsföringsstrategier
- servicevärdeerbjudanden
- (re)-design av serviceprocessen
- kundtjänstgränssnitt

Undervisningsformer

Undervisning består av föreläsningar, workshops, seminarier och case. Aktivt deltagande är obligatoriskt vid seminarier och workshops där information behandlas och presenteras.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E eller F.

Kursen examineras genom en individuell digital tentamen (4 hp), en skriftlig grupprapport och en muntlig presentation (3,5 hp).

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens målpuppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i följande kurs/kurser:
1FE665, 1FE666 och 1FE451 med 7,5hp vardera.

Övrigt

Examination sker på kurstillfallets angivna undervisningsspråk.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Wirtz, J. & Lovelock, C. *Services Marketing: People, Technology and Strategy*. New Jersey: World Scientific. Senaste upplaga. Cirka 800 sidor.

Övrigt studiematerial

Vetenskapliga artiklar. Cirka 100 sidor.

Populärvetenskapliga artiklar. Cirka 60 sidor.