



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

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

Senast reviderad 2020-06-10 av Ekonomihögskolan. Litteratur

Uppdatering av standardtexter

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2021

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet. Engelska 6/B eller motsvarande. Undantag Svenska B/C.

### 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, Fx 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 måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

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 kursvärderingen 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 en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: 1FE665, 1FE666 och 1FE451 med 7,5hp vardera.

## Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen ges på engelska kommer även examinationer ges på engelska.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

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

### Övrigt studiematerial

Vetenskapliga artiklar. Cirka 100 sidor.

Populärvetenskapliga artiklar. Cirka 60 sidor.

