



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE666 Service Management, 7,5 högskolepoäng

Service Management, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-04-15

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

### Förkunskaper

Företagsekonomi I, 15 hp eller minst 7,5 hp organisation eller marknadsföring.

### Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva ämnets teoretiska bakgrund och framväxt
- redogöra för tjänstesamhällets utveckling och betydelse
- redogöra för och analysera servicelogikens kärna och inflytande på såväl konsument- som affärsmarknader
- redogöra för och analysera grundläggande begrepp och modeller inom Service Management
- redogöra för och analysera olika aktörer och deras roller i serviceprocessen samt olika typer av servicelandskap, såväl traditionella som virtuella
- redogöra för relationsmarknadsföring

### Innehåll

Kursen innehåller:

- tjänstesamhällets roll och framväxt
- servicelogik som grund för marknadskommunikation
- servicelandskapet och dess utformning
- personalens roll och kundens/konsumentens betydelse som medaktör
- tjänsteerbjudandet och dess utveckling
- relationsmarknadsföring

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examination

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

Kursen examineras genom skriftliga rapporter och muntliga presentationer i seminarieform.

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.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

## Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs: Kursen överlappar 1FE665.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

Godson, M. *Relationship Marketing*. Oxford: Oxford University Press. Senaste upplagan. Ca 360 s.

Wilson, A. Zeithaml, A. Bitner M. J. och Gremler, D. *Services Marketing: Integrating Focus Across the Firm*. New York, NY: McGraw-Hill Publishing Co. Senaste upplagan. Ca 620 s.

Vetenskapliga artiklar, ca 100 s.

### Referenslitteratur

Armstrong, G. Kotler, P. Harker, M. och Brennan, R. *Marketing an Introduction*. Essex: Pearson Education Limited. Senaste upplagan. Ca 650 s.

Bruhn, M. och Georgi, D. *Service Marketing: managing the service value chain*. Harlow; Pearson Education Limited. Senaste upplagan. Ca 500 s.

Grönroos, C. *Marknadsföring i tjänsteföretag*. Malmö: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. Ca 200 s.

McKnight, L. W. och Wroclawski, J. *Internet Service*. Cambridge: MIT Press. Senaste upplagan. Ca 350 s.

Normann, R. *Service Management - Ledning och strategi i tjänsteproduktion*.  
Malmö: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. Ca 210 s.

Patel, R. och Davidson, B. *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.  
Senaste upplagan. Ca 150 s.