



## Utbildningsplan

### Ekonomihögskolan

Customer Experience Management, 180 högskolepoäng

Customer Experience Management Programme, 180 credits

#### Nivå

Grundnivå

#### Fastställande

Fastställd 2023-12-14.

Utbildningsplanen gäller från och med hösttermin 2024.

#### Förkunskaper

Grundläggande behörighet + Engelska 6, Matematik 2a alt. Matematik 2b alt. Matematik 2c och Samhällskunskap 1b alt. Samhällskunskap 1a1 + 1a2.

### Programbeskrivning

Programmet Customer Experience Management syftar till att de studerande ska tillgodogöra sig kompetens inom hur kundupplevelser skapas, upplevs, designas och leds på ett professionellt sätt. Utifrån ett helhetsperspektiv där en kunds alla interaktioner med ett företag/organisation ligger i fokus, får studenten verktyg för att samordna dessa så kundens upplevelser stärker ett företags/organisations identitet och varumärken. De studerande kommer efter genomgången utbildning ha erhållit både grundläggande och fördjupade kunskaper inom såväl företagsekonomi som medieproduktion, där digitalisering utgör en viktig komponent.

Under utbildningen kommer studenterna att få arbeta laborativt med digitala verktyg som används såväl i interaktiva som fysiska miljöer. Eftersom kundupplevelser är centrala för ett stort antal företag och organisationer möjliggörs anställning inom ett flertal funktioner inom den privata, offentliga eller ideella sektorn.

Programmet har ett nära samarbete med näringsliv och andra organisationer, vilket kommer in i utbildningen i form av workshops, seminarier och projekt. Det innebär att studenten får en kontinuerlig bild av hur det är att verka inom programmets olika fokusområden. Programmets ämnesområden har ett internationellt perspektiv och studenterna har möjlighet att bedriva delar av sin utbildning vid ett utländskt lärosäte,

vilket gör att engelska är ett viktigt arbetspråk.

## Mål

*Examensmål enligt Högskoleförordningen*

### **Kunskap och förståelse**

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

### **Färdighet och förmåga**

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

### **Värderingsförmåga och förhållningssätt**

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

### *Programspecifika mål*

- visa förmåga att samla in, utvärdera och kritiskt tolka relevant information för problem relaterade till kundupplevelse och sätta dem i sitt sammanhang.
- visa förståelse för hur detaljister kan dra nytta av att tillämpa teorier som är särskilt relevanta för hantering av kundupplevelse.

Detta överensstämmer med de lärandemål som anges för en kandidatexamen i Högskoleförordningen och är i linje med Ekonomihögskolans mission.

## Innehåll och struktur

*Organisation*

Utbildningen är placerad vid och ges av Ekonomihögskolan i samarbete med Institutionen för medier och journalistik vid Fakulteten för Konst och Humaniora.

För programmet finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmets innehåll, utveckling och kvalitet. Programansvarig samordnar programrelaterade frågor, arbetar aktivt för goda relationer och kommunikation med undervisande lärare och med programstudenter via programråd samt med arbetslivet via samverkan med näringsliv och interaktion med andra relevanta parter.

Programansvarig samarbetar med en av institutionen för medier och journalistik utsedd kontaktperson som också bjuds in till programrådet.

### *Programöversikt*

Programmet Customer Experience Management omfattar totalt tre års heltidsstudier. Företagsekonomi, med fokus på marknadsföring och digitalisering, och medieproduktion genomsyrar hela utbildningen och behandlar ett företags/organisations totala kommunikation med sin omvärld.

Det första året består av grundläggande studier i företagsekonomi och i medieproduktion. Under andra året ligger fokus på kommunikation dels i tvådimensionella medier som t.ex. reklam eller webbplatser, och dels i det fysiska rummet, t.ex. butiker, evenemang eller offentliga platser. Företagsekonomiska studier och utbytet med medieproduktion stärker under andra året förmågan att arbeta och uttrycka sig i en kontext där två ämnesområden samspelar. Det tredje året innehåller olika alternativ såsom utlandsstudier och valfria kurser med möjlighet till praktik. Året avslutas med fördjupade studier i företagsekonomi samt ett självständigt arbete.

Kurserna i programmet kan i samförstånd med programansvarig bytas ut mot motsvarande kurser inom programmets inriktning. Vid utbyte av kurs kontrollerar programansvarig att programmets mål fortfarande uppfylls. Kurser inom programmet kan komma att ges på engelska.

### *Kurser i programmet*

#### **År 1**

- Företagsekonomi I - Organisation och ledarskap, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)\*,

Kursen ger en bred teoretisk förståelse för olika perspektiv på och aspekter av organisation och ledarskap. Klassiker såväl som sentida bidrag till forskningen sätter tydlig prägel på kursen, liksom ett särskilt fokus på genusfrågor. Den teoretiska förståelsen syftar till att ge kunskap och underlag för att identifiera och förstå organisatoriska problem i praktiken.

- Företagsekonomi I - Marknadsföring, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)\*,

Kursen fokuserar på grundläggande marknadsföring av varor och tjänster och innehåller inslag av marknadsrätt, hållbarhet, aspekter på socialt ansvarstagande samt presentation av marknadsföringsaktiviteter.

- Företagsekonomi I - Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)\*,

Kursen behandlar grundläggande budget och redovisningssystem och dess roll i företag och organisationer när det gäller planering och kontroll av verksamheten. I kursen lär sig studenterna grundläggande kunskaper i affärsredovisning och budgetering, vilket även innefattar principer, praxis och lagar, samt får möjlighet att använda datorstöd inom redovisning.

- Företagsekonomi I - Kalkylering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)\*,

Kursen ger grundläggande färdigheter i produktkalkylering, internredovisning och investeringsbedömning. Kursen behandlar även hur ekonomistyrning har förändrats över tid, med betoning på nyare idéer i utvecklingen.

- Consumer Behaviour, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)\*,

Kursen behandlar psykologiska och beteendevetenskapliga processer i samband med konsumtion, från individnivå till global samhällsnivå. Konsumtion diskuteras och konceptualiseras ur ett erfarenhetsperspektiv med betoning på sociala kulturaliseringsprocesser.

- Text, bild och grafisk design för digitala medier 7,5 hp, G1N (obligatorisk),

Kursen syftar till att introducera funktionell grafisk design inklusive copytext och bildproduktion med fokus på kommersiell online-publicering. Kursens huvudsakliga mål är att studenterna ska kunna producera webbsidor innehållande text, bild och video anpassat till kommunikativt syfte, budskap och målgrupp.

- Service Management and Design Thinking 7,5 hp, G1F (obligatorisk)\*,

Kursen utgår från perspektivet tjänstebaserad affärslogik och syftar till att studenterna skall förstå det som särskiljer tjänstemarknadsföring från traditionell marknadsföring. Vidare utrustas studenterna med olika verktyg för att utveckla nya tjänstekoncept med hjälp av "Design Thinking".

- Retail Management, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)\*,

Kursen behandlar retail management med fokus på strategier och marknadsmix inom handel. Mer specifikt ger kursen studenterna en teoretisk och praktisk förståelse för hur man designar och implementerar en affärsplan inom handel på lokala och internationella marknader.

## År 2

- Business Administration II - E-commerce, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)\*,

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om e-handel som företeelse, Internet som

handelsplats och information som produkt/tjänst. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av företags olika e-handelsinitiativ.

- Business Administration II - IMC and Brand Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk) \*,

Integrated marketing communications and brand management är en kurs som behandlar hur varumärkens värde byggs, mäts och hanteras. Vidare förser kursen studenten med en teoretisk och praktisk förståelse för hur varumärken skapas genom integrerad marknadskommunikation i en globalt konkurrensutsatt omvärld.

- Digital Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk),

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om digital marknadsföring som företeelse, digitala beteende som värdeskapande och digitala kanaler som plattform för relationer. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av organisationers olika digitala marknadsföringsinitiativ.

- Fotografi och Video – reklam och presentation 7,5 hp, G1N (obligatorisk)

Kursen syftar till att introducera fotografi och videoproduktion inklusive manus och storyboard. Kursen huvudsakliga mål är att studenterna ska kunna producera fotografier och reklamfilm anpassat till kommunikativt syfte, budskap och målgrupp.

- Business Administration II - Experiential Marketing and Customer Experience Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)\*,

Kursen syftar till att utifrån upplevelsebaserad marknadsföringsteori förstå och utveckla ramverk för design av kundupplevelser under en konsumentens kundresa. Kursen bygger på tjänstedominerad affärslogik och fokuserar på konsumenten ur ett omni-kanalperspektiv, där alla kanaler måste samordnas för att ge kunden en konsekvent och trovärdig upplevelse i de olika beröringspunkter där företaget möter kunden.

- Business Administration II - Sensory Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)\*

Kursen behandlar fysiska och fysiologiska perceptionsprocesser och effekten av sensoriska signaler på konsumentupplevelsen. Kursen ger mer specifikt en teoretisk och praktisk förståelse av hur sensoriska varumärkesstrategier kan utvecklas för att engagera konsumenter emotionellt genom sinnen.

- Statistik, 7,5 hp, G1N (obligatorisk),

Kursen behandlar metoder för beskrivande statistik med fokus på datorstödd databehandling med SPSS.

- Projektproduktion, 7,5 hp, G1N (obligatorisk),

I kursen ingår studenterna i ett produktionsteam som genomför ett tekniskt gestaltande medieproduktionsprojekt, inklusive konceptutveckling, dokumentation och presentation. Kursen syftar till att studenterna i projektform ska kunna arbeta med research, omvärldsanalys, idégenerering och produktionsplanering.

### År 3

- Valfria kurser inkl. utlandsstudier, 30 hp

Under terminen kan studenter välja att genomföra en praktikkurs samt andra valfria ämnesstudier. Terminen kan även genomföras som utlandsstudier. Förkunskapskraven för kurser samt de lokala reglerna för examen vid Linnéuniversitetet måste alltid uppfyllas.

- Företagsekonomi III - Perspektiv på forskning inom handel, 7,5 hp, G2F (obligatorisk)\*,

Kursen utforskar olika perspektiv på forskning inom handel. Mer specifikt förmedlar kursen en teoretisk förståelse för hur forskning bedrivs och hur man utvecklar ett forskningsförslag inom området handel.

- Företagsekonomi III - Forskningsmetoder, 7,5 hp, G2F (obligatorisk)\*,

Kursen är uppbyggd för att kunna hjälpa studenter att utveckla forskningsfärdigheter som är nödvändiga för att kunna ta sig an och slutföra sitt examensarbete. Mer specifikt kommer studenter införskaffa sig färdigheter inom både kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder och lära sig hur man rapporterar forskningsresultat (empirisk data), samt att dra slutsatser.

- Företagsekonomi III - Självständigt arbete, Customer experience och retail management (kandidat), 15 hp, G2E (obligatorisk)\*,

Kursens syfte är att genomföra ett självständigt arbete med hjälp av handledning inom kundupplevelser och retail management. Det slutgiltiga arbetet presenteras skriftligt i form av en vetenskaplig rapport, samt en muntlig presentation.

Vissa av kurserna på programmet samläses med studenter från andra program och fristående kurser, samt kan eventuellt ges i en annan ordning.

\* kurs i huvudområdet Företagsekonomi

Ett kandidatprogram på 180 hp måste, enligt Högskoleförordningen, innehålla minst 90 hp fördjupning inom huvudområdet, varav ett examensarbete om minst 15 hp. Minst 30 hp ska utgöras av kurser utanför huvudområdet enligt lokal examensordning för Linnéuniversitetet.

*Samhällsrelevans*

De praktiska momenten, som sker i samverkan med företag och organisationer, spelar en central roll i utbildningen. Under utbildningen får studenterna återkommande kontakter med yrkesverksamma inom utbildningsområdet. Olika branschaktörer är en integrerad del i utbildningen i form av gästföreläsare, uppdragsgivare samt deltagare i seminarier och workshops. Utbildningen präglas av ett entreprenöriellt förhållningssätt. I olika kurser finns praktiska moment som genomförs i samarbete med aktörer från näringsliv och organisationer.

### *Internationalisering*

Internationaliseringsfrågor ingår som en självklar del då detta är ett centralt område för utbildningen. Då utbildningen strävar efter hög aktualitet och relevans är internationella forskningsresultat och internationell samverkan central.

Studenterna har möjlighet att förlägga studier under termin fem vid annat lärosäte utomlands. Studenterna erbjuds ta del av det samlade utbudet av avtal med utländska lärosäten som finns inom Linnéuniversitetet. Kursval görs i samråd med programansvarig. Större delen av kurslitteraturen är engelskspråkig, och ett antal kurser och moment ges på engelska där även internationella studenter deltar.

### *Hållbar samhällsutveckling*

Under utbildningen, inom ramen för programmet och dess olika kurser, lyfts och diskuteras löpande frågor kring hållbar utveckling, genus och mångfald. Studenterna övas i att analysera olika marknaders långsiktiga utveckling och hur detta kan påverka affärsverksamhet i syfte att nå långsiktig hållbarhet. Hållbarhetsfrågorna diskuteras utifrån miljömässiga, ekonomiska, kulturella och sociala perspektiv.

Ett köns- och genusperspektiv präglar flera av programmets kurser, främst de som behandlar marknadsföring samt organisation och ledarskap. I dessa kurser diskuteras bland annat hur kön konstrueras inom ramen för organisationer och i den kulturella sfär dessa ingår. Vidare diskuteras hur konsumtion som fenomen idag och historiskt är könskodad, och är präglad av kulturella föreställningar om kön, social bakgrund, generation/ålder och etnicitet. Vidare diskuteras kvinnligt och manligt perspektiv på en rad olika aspekter. Utbildningen i allmänhet genomförs på ett sådant sätt att både kvinnors och mäns erfarenheter synliggörs och utvecklas.

## **Kvalitetsutveckling**

Kontinuerlig utvärdering och förbättring av programmet sker bland annat genom universitetets kursvärderingar, där resultatet hanteras av programansvarig och programråd samt återkopplas till studenterna och sedan arkiveras. Programstudenterna medverkar aktivt i uppföljningen och utvecklingen av programmet genom programråd, samt via studentrepresentanter i det fakultetsgemensamma Utbildningsrådet.

Alla Ekonomihögskolans program genomgår även kvalitetsgenomlysningar baserat på Association to Advance Collegiate Schools of Business' (AACSB) standarder, och alla huvudämnen genomgår kvalitetsutvärderingar via det nationella kvalitetssäkringssystemet m.h.a Universitetskanslersämbetet. Ekonomihögskolans fakultetsgemensamma kvalitetsplan styr bl.a. att en återkommande programgenomlysning genomförs och att kursvärderingarna följs upp. Vid den universitetsövergripande undersökningen Linnébarometern tillfrågas studenterna om deras upplevelse av sin utbildning relaterat till olika kvalitetsaspekter.

## Examen

Efter avklarade studier som motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningen och i den lokala examensordningen för Linnéuniversitet kan studenten ansöka om examen. De som har fullföljt programmet Customer Experience Management kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot Customer Experience Management  
*Huvudområde: Företagsekonomi*

Degree of Bachelor of Science with Specialization in Customer Experience Management  
*Main field of study: Business Administration*

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

## Övrigt

För tillträde till kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart. I de fall undervisningsspråket i kursen ges på engelska kommer även examinationer ges på engelska.

Varje student kan räkna med kostnader på upp till 3000 kr i samband med kurserna i medieproduktion.

Vid eventuella avvikelser mellan svensk och engelsk version av denna utbildningsplan är den svenska överordnad.