



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

**KSMB31, Organisering och marknadsföring av
serviceverksamheter, 15 högskolepoäng**
Organising and marketing in service organisations, 15 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2015-05-19 att gälla från och med 2015-08-01, höstterminen 2015.

Allmänna uppgifter

Kursen är en obligatorisk kurs inom kandidatprogrammet för Service Management och ges för samtliga inriktningar under termin tre.

Undervisningsspråk: svenska
Moment på engelska kan förekomma.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

G1F, Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa kunskap om organisations- och marknadsföringsteorier,
- förstå, förklara och använda centrala begrepp, modeller och teoretiska perspektiv kring organisering,
- förstå, förklara och använda centrala begrepp, modeller och teoretiska perspektiv kring marknadsföring och speciellt marknadsföring av serviceverksamheter samt
- förstå och förklara samband kring organisering och marknadsföring, allmänt och i synnerhet, i en servicekontext.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att identifiera en vetenskapligt relevant frågeställning och visa förståelse för hur denna är relaterad till ämnets olika delområden,
- visa förmåga att utgående från frågeställningen analysera och kritiskt granska en serviceverksamhet,
- visa förmåga att kunna tillämpa och använda begrepp, modeller och teorier i en analys av en serviceverksamhet samt
- visa färdighet i att presentera och kommunicera resultaten av en studie på ett sätt som uppfyller krav på vetenskaplighet och gängse normer för akademiskt skrivande.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- ha tillägnat sig ett mångsidigt och kritiskt reflekterande förhållningssätt till organisationsteori och marknadsföringsteorier.

Kursens innehåll

Den bärande idén med kursen är att vidareutveckla och fördjupa studentens kompetens inom företagsekonomi och service management. Syftet med kursen är att studenten skall kunna förstå, problematisera och analysera sambanden mellan organisering och marknadsföring i serviceverksamheter.

Kursen innehåller följande moment:

1 Organisation (5 högskolepoäng)

I detta moment behandlas och problematiseras centrala frågeställningar inom organisation och organisering av serviceverksamheter. Momentet fokuserar följaktligen på frågor kring hur organisationer kan beskrivas och förstås samt hur organisationer fungerar.

2 Marknadsföring (5 högskolepoäng)

I detta moment behandlas och problematiseras centrala frågeställningar inom marknadsföring, allmänt och specifikt, i serviceverksamheter. Momentet fokuserar således på hur relationer till kunder kan byggas upp och vidareutvecklas samt hur hela organisationen kan arbeta med ett kundfokus.

3 Projektarbete (5 högskolepoäng)

I detta moment studerar studenten tillsammans med andra studenter, i grupp, en serviceverksamhet. Gruppen tar fram en relevant frågeställning och granskar och analyserar serviceverksamheten med stöd av den teoretiska kunskap som byggts upp under moment 1 och 2.

Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, workshops, handledning av projektarbete och seminarier.

Deltagande i gästföreläsningar och seminarier är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras dels genom två individuella skriftliga prov (på vardera 5 högskolepoäng), dels genom ett projektarbete (5 högskolepoäng) som genomförs i grupp och som redovisas skriftligt samt seminariebehandlas.

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

Prov/moment

1501 Skriftligt prov - Organisering, 5,0 hp Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd

1502 Skriftligt prov - Marknadsföring, 5,0 hp Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd

1503 Projektarbete, 5,0 hp Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd

Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen. För betyget väl godkänd krävs att studenten visar särskild teoretisk medvetenhet och analytisk förmåga. För att få betyget väl godkänd på hela kursen krävs betyget väl godkänd på minst två av kursens tre ingående moment.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten har fullgjort kursfordringar om minst 45 högskolepoäng i huvudområdet service management från programmets första året inklusive Service management: Introduktion till service management och tjänstvetenskap, KSMA11, 15 högskolepoäng.

Övrigt

Kursen ersätter KSMA31.