



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

**KSMC31, 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 tjänstvetenskap 2017-06-07 att gälla från och med 2017-06-07, höstterminen 2017.

### 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

För godkänt resultat på kursen 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 vetenskapligt relevanta frågeställningar och visa förståelse för hur dessa är relaterad till ämnets olika delområden,
- visa förmåga att utgående från frågeställningarna analysera och kritiskt granska en serviceverksamhet,
- visa förmåga att kunna tillämpa och använda begrepp, modeller och teorier i analyser 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 delar:

**I kursens första del** 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.

**I kursens andra del** 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.

## Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, seminarier och lärarhandledda workshoppar.

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 enligt följande:

1. Organisation och organisering: individuella seminarieuppgifter (3 högskolepoäng) och projektrapport (2 högskolepoäng), som skrivs i grupp.

2. Marknadsföring: individuella seminarieuppgifter (3 högskolepoäng) och projektrapport (2 högskolepoäng), som skrivs i grupp.
3. Avslutande skriftligt prov som inbegriper både organisation och marknadsföring (5 högskolepoäng).

På varje kurs/delkurs ska på samma kursinnehåll anordnas: ordinarie prov, omprov i nära anslutning till det ordinarie provet, ytterligare ett provtillfälle avseende kurser som avslutats under det gångna läsåret (uppsamlingsprov).

*Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.*

## **Betyg**

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. Från betygskalan ovan undantas moment 1701. 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 det individuella salsprovet och en av projektrapporterna.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygskalan 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 Introduktion till service management, KSMB11, 15 högskolepoäng.

## **Övrigt**

Kursen ersätter Organisering och marknadsföring av serviceverksamheter, KSMB31, 15 högskolepoäng, och kan inte ingå i samma examen.

Prov/moment för kursen KSMC31, Organisering och marknadsföring av serviceverksamheter

Gäller från H17

- 1701 Individuella seminarieuppgifter - organisation, 3,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1702 Projektarbete - organisation, 2,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1703 Individuella seminarieuppgifter - marknadsföring, 3,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1704 Projektarbete - marknadsföring, 2,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1705 Individuellt salsprov, 5,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd