



EMNEBESKRIVELSE
OSL2100 Operasjonell serviceledelse
Studieløpsemne

| | |
|-------------------|---|
| 1. Grad | Bachelor i Markedsføring og salgsledelse (BAS2) |
| 2. Semester | 3.semester |
| 3. Studiepoeng | 7,5 |
| 4. Emneansvarlig | Høyskolelektor Erik Mehl |
| 5. Antall timer | 36 timer |
| 6. Læringsutbytte | <p>Kunnskap Studentene skal etter endt emne ha innsikt i hva begrepet serviceledelse inneholder. De skal videre ha innsikt i hvordan et tjenestespekter utvikles og hva som definerer kvalitet av tjenester. Videre skal studentene kjenne til hvilke krav som stilles til ledelse av tjenstedrifter. Studentene skal også kjenne til hvordan teknologi innvirker på kunden oppfatning av servicetilbudet og serviceopplevelsen, samt hvordan teknologi brukes innad i en servicebedrift.</p> <p>Ferdigheter Studenten skal etter endt emne kunne analysere, eksemplifisere og diskutere hva som definerer god tjenstekvalitet, hvordan tjenester utvikles og ledes. Videre skal studentene være i stand til å vurdere konsekvenser av å innføre forskjellige teknologiske verktøy, sett både fra et kunde- og internt perspektiv.</p> <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne ha en forståelse av hvordan tjenestebedrifter ledes, hvordan tjenesteprodukter utvikles og hvordan teknologi påvirker tjenester for å være i stand til å håndtere slike problemstillinger når man senere møter dem i det praktiske liv.</p> |
| 7. Innhold | <p>Studiet skal gi innsikt i hvordan tjenester utvikles og hvordan tjenestebedrifter ledes. Hvilken plass har innovasjon i utviklingen av service produkter og hvordan følges dette opp internt i bedriften. Et viktig aspekt av god tjensteleveranse er hvordan man definerer kvalitet. Hva skiller god kvalitet fra dårlig kvalitet? CRM som verktøy er godt dokumentert og har vært brukt i mange år. Men hvordan ser fremtiden ut for CRM når kundene ofte vender seg til sosiale medier når de kontakter bedrifter. Begrepet Social CRM (SCRM) er ett viktig område som her blir belyst.</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| 8. Gjennomføring | Emnet legges opp som en kombinasjon av tradisjonelle forelesninger hvor det legges opp til stor grad av deltakelse fra studentene gjennom diskusjon, og gruppearbeid og casegjennomgang. |
| 9. Samfunns-/ næringslivkontakt | Det planlegges en gjesteforeleser innen hvert av de områdene emnet består av. |
| 10. Vurdering | Hjemmeeksamen i gruppe som teller 40 % av karakteren, samt en avsluttende individuell 3 timers skriftlig eksamen, som teller 60 % av karakteren i emnet. Hjelpemidler: På hjemmeeksamen er alle hjelpemidler tillatt, mens ingen hjelpemidler er tillatt på den skriftlige eksamen. |
| 11. Pensumlitteratur ¹ | <p>Ang, Lawrence. 2011. "Community relationship management and social media." <i>Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management</i>, 18(1):31-38. [Tilgjengelig for ansatte og studenter ved MH via Business Source Premier: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=60097260&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Johnston, Robert, Graham Clark og Michael Shulver. 2012. <i>Service Operations Management: Improving service delivery</i>. 4. utg. Harlow: Financial Times/Prentice Hall. ISBN: 9780273740483. Sider: 450. Pris: 600,-</p> <p>Løwendahl, Bente R. 2005. <i>Strategic management of professional service firms</i>. 3 utg. Copenhagen Business School Press. Sider: 219. Pris ca: 270,-</p> <p>Widmier, Scott M., Donald W. Jackson Jr. og Deborah Brown McCabe. 2002. "Infusing technology into personal selling." <i>Journal of Personal Selling & Sales Management</i>, 22(3):189-198. [Tilgjengelig for ansatte og studenter ved MH fra: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=8555264&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Woodcock, Neil, Andrew Green og Michael Starkey. 2011. "Social CRM as a business strategy." <i>Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management</i>, 18(1):50-64. doi:10.1057/dbm.2011.7. [Tilgjengelig for ansatte og studenter ved MH fra: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=60097258&site=ehost-live&scope=site]</p> |
| 12. Anbefalt litteratur | |

¹ Med forbehold om prisendringer.