



EMNEBESKRIVELSE
SEI3100 Serviceinnovasjon
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring og salgsledelse
2. Semester	5. semester
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Erik Mehl
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studentene skal etter endt emne ha innsikt i hva begrepet serviceinnovasjon inneholder med spesiell vekt på utvikling av tjenester i en opplevelsesøkonomi. Gjennom innovasjonsprosessen, designprosessen og implementasjonsprosessen.</p> <p>Ferdigheter Studentene skal kunne definere og analysere hva som ligger i de tre delene emnet er bygget opp av:</p> <ul style="list-style-type: none">- Serviceinnovasjonsprosessen- Serviceprosessdesignet- Serviceprosessimplementasjonen <p>Generell kompetanse Etter endt emne skal studentene være i stand til å bruke de forskjellige metodene presentert i de tre delene over og kunne nyttiggjøre seg denne kunnskapen når man senere møter dem i det praktiske liv.</p>
7. Innhold	I en verden hvor produkter og tjenester stadig får en kortere og kortere livssyklus står utvikling av nye konsepter frem som et svært viktig konkurransemiddel. Mye av det som er skrevet om dette området handler om utvikling av fysiske nye produkter, mens utviklingen av service og tjenester i stor grad har blitt utelatt. Dette kurset dekker begge perspektivene men legger størst vekt på innovasjon innen tjenester. Med vekt på utviklingen fra en service økonomi til en opplevelses økonomi.
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	Bruk av praktiske caser og gjesteforelesere.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker. Løses i gruppe på 2-3 studenter. Teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	<p>Fitzsimmons, James A. og Mona J. Fitzsimmons. 2000. <i>New Service Development: Creating Memorable Experiences</i>. 1 utg. SAGE Publications. ISBN: 9780761917427. Sider: 344. Pris: 564,-</p> <p><i>Kompendium basert på MAGMA 08/2005. Artikkene blir lagt ut på It's learning:</i></p> <p>Fjeldstad, Øystein D. 2008. "Innovasjon i et Verdinettverksperspektiv". <i>MAGMA</i>, 11(05)</p> <p>Furset, Peder Inge. 2008. "Serviceinnovasjon: nye perspektiver og anvendelser". <i>MAGMA</i>, 11(05)</p> <p>Gausdal, Anne Haugen. 2008. "Hvordan skape innovative nettverk?". <i>MAGMA</i>, 11(05)</p> <p>Hoholm, Thomas og Morten Huse. 2008. "Brukerdrevet innovasjon i Norge". <i>MAGMA</i> 11(05)</p> <p>Jenssen, Sven Are og Lars Øystein Widding. 2008."- Store hårete innovasjonsprosjekter – når prosjektene tar styring og kontrollmekanismene feiler". <i>MAGMA</i>, 11(05)</p> <p>Midttun, Atle. 2008. "Samfunnsansvar som innovasjonsstrategi", <i>MAGMA</i>, 11(05)</p>
12. Anbefalt litteratur	

¹ Med forbehold om prisendringer.