



EMNEBESKRIVELSE
SEL1100 Serviceledelse
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring og salgsledelse
2. Semester	1.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Jakob Utgård
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Etter fullført emne skal studentene ha bred kunnskap om tjenestenæringen og servicevirksomheter, modeller og teorier innen markedsføring og salg av tjenester, og ledelse av servicevirksomheter.</p> <p>Ferdigheter Studenten skal etter endt emne ha ferdigheter til å:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Beskrive sentrale forskjeller mellom produkter og tjenester, og hvilke konsekvenser dette har for markedsføring av tjenester og ledelse av servicevirksomheter2. Utvikle, markedsføre og selge lønnsomme tjenester og servicestrategier3. Kjenne til og kunne møte spesielle utfordringer ved å lede servicevirksomheter og -medarbeidere <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne ha generell kompetanse om markedsføring og salg av tjenester og ledelse av servicevirksomheter.</p>
7. Innhold	<p>Del 1: Service og tjenester Denne delen vil gi en introduksjon til tjenester og servicevirksomheter, beskrive hva som skiller tjenester og service fra andre produkter, og diskutere karakteristikker ved tjenestenæringen.</p> <p>Del 2: Markedsføring og salg av tjenester Del 2 gir en introduksjon til markedsføring og salg av tjenester. Temaer inkluderer mellom annet forbrukeratferd, produktutvikling, posisjonering, distribusjon, salg, og prissetting i et tjenesteperspektiv.</p> <p>Del 3: Ledelse av servicevirksomheter Den siste delen vil ta opp mer avanserte tema innen ledelse av</p>

**Vedtatt i UUV-sak 18/14
Gjelder for studieåret 2014-15**

	servicevirksomheter, inkludert ledelse av ansatte, klagehåndtering, forbedringsarbeid og styring av serviceprosesser.
8. Gjennomføring	Tradisjonelle forelesninger hvor det legges opp til stor grad av deltakelse fra studentene gjennom casediskusjon. Hjemmeeksamen i gruppe gjennomføres om lag halvveis i kurset og er tett knyttet til forelesninger og pensum.
9. Samfunns-/næringslivkontakt	I forelesningene vil relevante case fra norsk og internasjonal servicevirksomheter bli brukt som illustrasjon og som bakgrunn for diskusjoner. Emnet vil også inkludere gjesteforeleser(e) fra næringslivet. Hjemmeeksamen i gruppe vil omhandle en problemstilling som er direkte relevant for servicevirksomheter, og kreve at studentene selv samler inn data fra en eller flere servicekontekster.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Wilson, Alan, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner og Dwayne D. Gremler. 2012. <i>Services marketing: Integrating customer focus across the firm</i> . 2. eur. utg. London: McGraw-Hill/Irwin. ISBN: 9780077131715. Sider: 608. Pris: 549,-
12. Anbefalt litteratur	

¹ Med forbehold om prisendringer.