



EMNEBESKRIVELSE
SES1100 Servicestrategi
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Ledelse og servicestrategi
2. Semester	1.semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Sander Sværi
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Forstå betydningen av helhetlig strategisk tenking. Skjønne hva strategi er, strategiens historie og ulike teoretiske retninger og perspektiver. Forstå innholdet i- og forskjellen mellom visjon, forretningside og mål. Kunne forskjellen på ulike organisasjonstyper og motivene og målene de har. Forstå hva verdiskapning innebærer Kjenne til de generelle strategier som finnes, samt mulige retninger og metoder Kjenne til hvordan strategiske valg kan evalueres Forstå en organiseringens betydning for strategiarbeidet Forstå innovasjon og entreprenørskapets rolle for strategiarbeidet Forstå hva proaktiv og profittorientert kundeservice er Forstå hvordan tjenester kan globaliseres.</p> <p>Ferdigheter Kunne igangsette et strategiarbeid. Bruke analyseverktøy, som PESTEL, interessent-, konkurrent-, og kundeanalyse Forstå bruken av fremsynsanalyseverktøy og scenarioplanlegging Sette opp internanalyse og ressursanalyse Gjennomføre en SWOT analyse Bruke verktøy for beslutningstaging Kunne bidra til gjennomføringen av en endringsprosess Kunne følge opp gjennomføringen av en strategi Kunne lage en forretningsmodell Utnytte det strategiske forholdet mellom service, salg og markedsføring Bidra til å binde humankapital, prosesser og teknologi sammen for å levere bedre service Utnytte interaksjon i tjenestemøtet til å skape tilfredshet, kundelojalitet, positiv vareprat og lønnsomhet.</p>

	Generell kompetanse Kunne bruke bedriftens samfunnsansvar i forbindelse med strategiutformingen. Kunne drøfte industrielle vendepunkt og bruddpunkt. Identifisere strategiske valg
7. Innhold	Emnet skal gi en innføring i strategi, med særlig fordypning i strategisk arbeid med service og tjenester. Studenten får en grunnleggende innføring i strategiarbeid der det blir gjort rede for de vanligste perspektiver og verktøy for strategiarbeid. Emnet gir en praktisk innføring der studenten skal gjøres i stand til selv å lede en strategiprosess fra utforming til iverksetting og kontroll. Videre gis det en innføring i hvordan service kan benyttes strategisk til å oppnå konkurransefortrinn.
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. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Roos, Göran, Georg von Krogh, Johan Roos og Lisa Boldt-Christmas. 2013. <i>Strategi: en innføring</i> , 6. utg. Fagbokforlaget: Bergen ISBN 978-82-450-1453-2 Sider: 482 sider. Pris: ca. 549,- Goodman, John A. 2009. <i>Strategic Customer Service: Managing the Customer Experience to Increase Positive Word of Mouth, Build Loyalty, and Maximize Profits</i> . AMACOM ISBN-13: 978-0814413333 (272 sider). Pris ca. 224,- Sidetall i alt: 754
12. Anbefalt litteratur	McKeown, Max. 2012. <i>The Strategy Book: How To Think and Act Strategically to Deliver Outstanding Results</i> , FT Press, ISBN: 9780273757092.

¹ Med forbehold om prisendringer.