



**EMNEBESKRIVELSE**  
**SOT3100 Service og tjenester**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring
2. Semester	5.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Anastasia Mariussen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene skal etter endt emne ha kunnskap om hva som særpreger servicenæringen og hvilke ledelsesutfordringer næringen står overfor. Studentene skal få bred forståelse for hvordan servicevirksomheter drives og administreres, samt utvikle særlig kunnskap om hvordan servicevirksomheter arbeider med tjeneste- og serviceleveransedesign, overordnet serviceledelse, strategisk serviceplanlegging og forbedring av eksisterende tjenester. De skal adoptere et systemsyn på hvordan ulike serviceprosesser i serviceorganisasjoner skal samkjøres for å oppnå konsistente tjenester, og skal lære om hvordan serviceledelsessystem påvirker tjenestekvalitet, kundetilfredshet og følgelig lønnsomhet. Det blir lagt spesielt fokus på digitalisering av tjenester og teknologiens generelle betydning for servicevirksomheter og serviceleveranse.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene skal utvikle analytiske ferdigheter som skal gjøre dem i stand til å gjennomføre systematiske situasjonsanalyser for å avdekke årsaker til gaps i servicekvaliteten. I tillegg skal studentene tilegne seg operativ kunnskap og lære å anvende relevante praktiske verktøy for kartlegging av serviceleveranse, strategisk serviceplanlegging, utvikling av serviceinnovasjoner og kontinuerlig forbedring av tjenester.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studentene skal etter endt emne utvikle forståelse for hvordan servicevirksomheter arbeider strategisk med utvikling av servicetilbud, markedsføring, serviceledelse, samt serviceplanlegging og kontinuerlig tjenesteforbedring.</p>
7. Innhold	<p><b>Introduksjon til service og tjenester</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Forskjeller mellom varer, tjenester og opplevelser</li><li>• Tjenesters natur</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassifisering av tjenester</li> <li>• Servicelogikk</li> </ul> <p><b>Tjenstedesign og serviceleveransesystem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicekonsept</li> <li>• Produkt- og servicedesign</li> <li>• Servicescape design, layout design</li> <li>• Kartlegging av kundenes reise, service blueprinting</li> </ul> <p><b>Serviceledelsessystem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relasjonsmarkedsføring, promotering av tjenester og styring av kundenes forventninger, service kvalitet og kundetilfredshet</li> <li>• Klagehåndtering og servicegarantier</li> <li>• Prisbeslutninger</li> <li>• Drift og vedlikehold av lokaler, fasilitetsstyring</li> <li>• Supply chain management</li> <li>• Menneskelig ressursforvaltning, servicekultur, læring og kompetanseutvikling i servicevirksomheter, frontpersonalets roller og utfordringer</li> <li>• Tjenesteproduksjonskapasitet i servicevirksomheter, lagerstyring</li> <li>• Teknologiledelse og teknologiens betydning for servicevirksomheter</li> <li>• Resultatmåling</li> </ul> <p><b>Strategisk planlegging og kontinuerlig tjenesteforbedring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicenæringens makro og mikro omgivelser</li> <li>• Servicestrategi</li> <li>• Ledelse av serviceinnovasjons- og utviklingsprosesser</li> <li>• Kontinuerlig serviceforbedring og fornyelse</li> <li>• Digitalisering av tjenester</li> <li>• Risikohåndtering</li> <li>• Samfunnsansvar</li> </ul>
8. Gjennomføring	Emnet blir gjennomført i form av forelesninger, omvendt klasserom undervisning, faglige diskusjoner i klassen og studentpresentasjoner. Det er innlagt ulike praktiske øvelser, workshops og case-arbeid som innebærer en betydelig egeninnsats gjennom emnet.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Gjennom semesteret fokuserer studentene på konkrete caser fra næringslivet. I tillegg kan det benyttes inviterte gjesteforelesere fra næringslivet og eksterne akademikere med relevant kompetanse.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen over 6 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.

	Individuell hjemmeeksamen over tre uker. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Johnston, Graham Clark og Michael Shulver. 2013. <i>Service Operations Management: Improving Service Delivery</i> . 4 utg. London: Pearson Education Limited. ISBN-13: 9780273740483. Sider: 488. Pris: 428,- (vil være tilgjengelig for salg i elektronisk versjon for Pris: 257,-).
12. Anbefalt litteratur	<p>Slack, Nigel, Johnston, Robert og Alistair Brandon-Jones. 2013. <i>Operations Management</i>. 7 utg. (eller 6 utg.). London: Pearson Education Limited. ISBN-13: 9780273776291. Sider: 680. Pris: 488,-</p> <p>Van Looy, Bart, Paul Gemmel og Roland Van Dierdonck. 2013. <i>Service management: An integrated approach</i>. 3 utg. London: Pearson Education Limited. ISBN-13: 9780273732037 Sider: 544. Pris: 428,- (vil være tilgjengelig for salg i elektronisk versjon for Pris: 257,-).</p> <p>Aktuelle kronikker og fagartikler som utdyper forelesningene vil tilgjengeliggjøres for nedlasting.</p>

---

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.