



EMNEBESKRIVELSE
SOT3100 Service og tjenester
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring (BAM3)
2. Semester	5.semester
3. Studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Anastasia Mariussen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studenten skal etter endt emne ha kunnskap om hva som særpreger servicenæringen og hvilke ledelsesutfordringer næringen står overfor. Studentene skal få innsikt i hvordan servicevirksomheter fungerer innad og i interaksjon med omgivelsene, og skal ha kunnskap om hvordan servicevirksomheter skal driftes og administreres. Studentene skal kjenne til hvordan servicekultur kan utvikles i en virksomhet og hvordan serviceleveransesystemet påvirker kundetilfredshet og tjenestekvalitet. Det blir også lagt fokus på teknologiens betydning for servicevirksomheter og serviceleveransesystemet.</p> <p>Ferdigheter Studenten skal etter endt emne kunne lede målrettet utvikling av servicevirksomheter, avdekke årsaker til gap i servicekvaliteten og lede prosesser innen utvikling og forbedring av tjenester. Studentene skal videre kunne bruke service som et redskap for å oppnå salg og gjenkjøp.</p> <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne ha innsikt og forståelse for hvordan man arbeider strategisk med brukerorientering, brukerroretting og kvalitetsutvikling i servicevirksomheter.</p>
7. Innhold	<p>Del 1: Service og tjenester</p> <ul style="list-style-type: none">• Tjenesters natur• Klassifisering av tjenester• Servicelogikk• Servicekonseptet <p>Del 2: Tjenestemarkedsføring</p> <ul style="list-style-type: none">• Relasjonsmarkedsføring• Promotering av tjenester• Prisbeslutninger

	<ul style="list-style-type: none">• Servicekvalitet og kundetilfredshet• Klagehåndtering• Servicegarantier <p>Del 3: HR i servicevirksomheter</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicekultur• HRs rolle i servicevirksomheter og tjenesteproduksjon• Læring og kompetanseutvikling i servicevirksomheter• Frontpersonalets roller og utfordringer• Serviceledelsessystemet <p>Del 4: Driftsadministrasjon (operations management) i servicevirksomheter</p> <ul style="list-style-type: none">• Serviceledelse i teori og praksis• Ledelse av innovasjons- og utviklingsprosesser• Tjenesteproduksjonskapasitet i servicevirksomheter• Drift og vedlikehold av lokaler• Teknologiens betydning for servicevirksomheter og serviceleveransesystemet• Servicestrategi
8. Gjennomføring	Undervisningen blir gjennomført som forelesninger, diskusjoner og presentasjoner i klassen som skal gjennomføres både gruppevis og individuelt. Det beregnes en betydelig egeninnsats. Gjennom semesteret arbeider studentene med case ut fra oppgitte oppgaver.
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	En hjemmeeksamen i grupper på inntil tre studenter i løpet av semesteret, som teller 40 % av karakteren i emnet. En avsluttende individuell hjemmeeksamen, som teller 60 % av karakteren i emnet. Hjelpemidler: Alle hjelpemidler er tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Normann, Richard. 2000. <i>Service management</i> . 3. utg. Oslo: Cappelen akademisk forl. ISBN: 8202198356. Sider: 228. Pris: 338,- Van Looy, Bart, Paul Gemmel og Roland Van Dierdonck. 2003. <i>Service management: An integrated approach</i> . 2 utg. London: Pearson Education Limited. ISBN: 9780273673538. Sider: 529. Pris: 529,-
12. Anbefalt litteratur	

¹ Med forbehold om prisendringer.