



# HÖGSKOLAN I GÄVLE

## Services Marketing C 7,5 hp

*Services Marketing C 7.5 cr*

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

### Version

Beslutad den	Gäller fr.o.m.
2013-02-11	VT2013

<b>Fördjupning</b>	G2F
<b>Utbildningsnivå</b>	Grundnivå
<b>Kurskod</b>	FEG344
<b>Högskolepoäng</b>	7,5 hp
<b>Huvudområde</b>	Företagsekonomi
<b>Ämnesgrupp</b>	Företagsekonomi
<b>Utbildningsområde</b>	Samhällsvetenskapliga området 100.0 %

### Mål

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse:

- Beskriva och förklara begrepp teorier och modeller inom Service Marketing-området
- Identifiera egenskaper som särskiljer tjänster från varor
- Identifiera och förklara de roller kunders förväntningar och uppfattningar har för tjänstekvalité
- Redogöra för centrala vetenskapliga metoder inom Service Marketing-området

Färdigheter och förmåga:

- Använda olika konceptuella verktyg för att planera, utforma och utveckla tjänsteerbjudanden för att tillfredsställa kundernas behov
- Relatera tjänstekvalitet till olika organisatoriska kontexter
- Tillämpa Gap-modellen för att analysera tjänsters kvalitet i en organisation

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

- Kritiskt granska olika teoretiska perspektiv inom Service Marketing-området

-Ur etiska och samhällsliga perspektiv problematisera kring beslutsfattande inom Service Marketing-området

<b>Kursens innehåll</b>	Kursen kommer att ge en detaljerad förståelse för tjänstebegreppet, vad tjänster är, hur det skiljer sig från varor och vilken roll de spelar i dagens samhälle, konsumtion och försäljning. En stor del av kursen handlar om planering, design och utveckling av tjänsteerbjudanden. Kundens roll i tjänsteproduktionsprocessen diskuteras också ingående, samt olika dimensioner av tjänstekvalité. Kursen tar upp olika perspektiv på tjänstebegreppet och diskuterar implikationerna av dessa olika synsätt. För att belysa olika perspektiv på tjänstebegreppet används artiklar publicerade i internationellt erkända tidskrifter inom området.		
<b>Undervisning</b>	Föreläsningar, seminarier, tillämpningsövningar och handledning		
<b>Förkunskaper</b>	Marknadsföring G1N (7,5 hp) och G1F (7,5 hp).		
<b>Examinationsform</b>	Tentamen, skriftliga inlämningsuppgifter, muntliga redovisningar samt examinerande seminarier.		
<b>Betyg</b>	A, B, C, D, E, Fx, F		
<b>Hållbar utveckling</b>	Kursen har inslag av hållbar utveckling.		
<b>Moment</b>	0010 Sammanvägd examination	7,5 hp	Betyg: AF