



NVH 0238 Serviceledelse og nettverkssamarbeid

Studium

Diplomøkonomstudiet i varehandelsledelse (3. år)

Kursansvarlig

Arne Osvik

Institutt

Norges Varehandelshøyskole

Semester

Vår

Vekttall

3

Mål

Studentene skal ha basiskunnskaper i markedsføring av tjenester tilsvarende Richard Norman: Service Management og Evert Gummesson: Relasjonsmarkedsføring, Kap. 1-3. Etter å ha fulgt kurset skal studentene ha tilegnet seg en dypere innsikt i områdene "serviceledelse og relasjonsmarkedsføring" og en forståelse av samspillet mellom varehandel og servicevirksomhet på den ene siden og varehandelsrelaterte kunnskaps- og inntressentmiljøer på den andre siden.

Samspillet mellom varehandel og servicevirksomhet er ofte regionalt eller stedsmessig forankret. Det er viktig å skape forståelser for de miljøer i omgivelsene som har nær tilknytning til varehandel.

Kurset skal i tillegg sette studentene inn i nye trender vedrørende sentrums- og stedsutvikling, gi trening i å vurdere et handelssentrums attraktivitet som handlested og ta initiativ som kan påvirkes stedets konkurranseevne.

Forkunnskaper

Kandidateksamen i varehandelsledelse eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Lovelock, Christopher. 2000. *Services marketing : people, technology, strategy*. 4th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Gummesson, Evert. 1996. *Relasjonsmarkedsføring - fra 4P til 30R*. KOLLE forlag. Kap. 4-7 (140 sider)

Bromley, R.D.F. and C.J. Thomas. eds. 1993. *Retail Change : contemporary Issues*. London : UCL Press.

Consumer retail shopping. 1998. ICSC research reports. New York : International Council of Shopping Centers.

Kompendium av utvalgt artikkelstoff (180 sider).

Anbefalt litteratur

Andreassen, Tor Wallin. 1999. *Serviceledelse*. 3. utg. Ad notam Gyldendal. Oslo: Ad notam Gyldendal.

Association of Town Centre Management. 1998. *Practice notes. Establishing and Maintaining Town Centre Management*. London: Ass.

Markham, J.E. *The Future of shopping : traditional patterns and net effects*. 1998. London: Macmillan.

Miller, D. et.al. 1998. *Shopping, place and identity*. London: Routledge.

Emneoversikt

1. Oppsummering av service-begrepet i varehandel og relaterte bransjer.
2. Å lede mennesker i tjenesteforetak.
3. Organisasjonsutvikling i varehandel og service.
4. Internasjonale og globale strategier innen tjenester.
5. Tjenestestrategier og teknologi.
6. Relasjonsmarkedsføring med vekt på utvidet verdikjede.
7. Nettverkstenkning og samarbeidsstrategier i et utvidet varehandelsmiljø.
8. Town center management (sentrumsledelse).
9. Internasjonale trender vedrørende steds- og sentrumsutvikling. Sammenlikning med norske forhold.
10. Sentrumsdiagnose, handelsstrategisk analyse, sentrale resultatindikatorer.
11. Strategier for sentrumsutvikling. Eksempler på sentrumsutvikling i Norge og utlandet.
12. Handel, kultur og identitet: Et helhetlig perspektiv på sentrumsutvikling.
13. Case- studier av servicefokusede varehandelsaktører og kunnskapsaktører som for eks. kjøpesentere, eiendomsutviklere, konsulentfirmaer, messe- og konferansetilbydere og kunder/leverandører med spisskompetanse.

Dataverktøy

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 54 kurstimer, hvor forelesninger og gruppearbeid inngår.

Eksamen

Kurset avsluttes med en fire timers skriftlig eksamen.

Eksamenskoder(r)

NVH 02381 Serviceledelse og nettverkssamarbeid - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset
NVH 0238 Serviceledelse og nettverkssamarbeid 3 vektall.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære eksamen i kurset.