



NVH 2301 Serviceledelse og nettverkssamarbeid

Studium

Ikke angitt

Kursansvarlig

Arne Osvik

Institutt

Norges Varehandelshøyskole

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

9

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 konkurransevne.

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. Kap. 4-8, 10-12, 15-16, 18. (306 sider)

Gummesson, Evert. 2003. *Relasjonsmarkedsføring: fra 4P til 30R*. Oslo: Kolle forlag. Kap. 4-7 (140 sider)

Kompendium av utvalgt artikkelstoff (236 sider).

Anbefalt litteratur

Andreassen, Tor Wallin. 2003. *Serviceledelse*. 4. utg. Oslo: Ad notam Gyldendal.

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

Emneoversikt

1. Kundefokus og relasjonsledelse.
2. Posisjonering og verdiøkning av tjenester.
3. Kundeopplæring, markedskommunikasjon, leveransesystemer
4. Verdiøkning gjennom bedret kvalitet og produktivitet
5. Organisasjonsutvikling i varehandel og service.
6. Tjenestestrategier og teknologi.
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, messe- og konferansetilbydere og kunder/leverandører med spisskompetanse.

Dataverktøy

Studentene forventes å jobbe aktivt mot kursets nettside.

Gjennomføring

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

Eksamen

Karaktersetting settes hovedsaklig som prosessevaluering på grunnlag av gruppearbeid med fremlegg, aktiv innsats i klasserommet/kursets nettside samt resultatet av multiple choice-tester. Gruppene vil være avhengig av klasse størrelse og kan være på inntil 6 studenter. I tillegg er det en 48 timers avsluttende individuell hjemmeeksamen.

Sammensetning av eksamenskarakteren er følgende:

- 2 Multiple Choice oppgaver, hver på 12,5%	til sammen 25%
- Gruppeoppgave	25%
- Individuell komponent for aktiv innsats	10%
- Individuell hjemmeeksamen	40%

Eksamenskoder

NVH 23011 Serviceledelse og nettverkssamarbeid - Prosessevaluering, teller 100% for å oppnå karakter i kurset NVH 2301, 9 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære eksamen i kurset.