



BIK 2931 Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet

Studium
Spesialkurs

Kursansvarlig

Institutt
Institutt for markedsføring

Semester
Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng
7,5

Undervisningsspråk
Norsk

Innledning

I flere vestlige land i dag står tjenestebedrifter for ca. 75 % av bruttonasjonalproduktet, mens ca. 75 % av all arbeidskraft jobber i tjenesteytende næringer. Prognoser antyder at disse tallene vil øke i nærmeste framtid. I tillegg ser vi at stadig flere av de tradisjonelle, produktselegende bedriftene utvider produktene ved å tilby kundeservice.

I en konkurransesituasjon dominert av tjenesteytende næringer i stagnerende marked og økt fokus på kundeservice, er kunnskap om markedsføring av tjenester generelt og lojalitetsførende tiltak spesielt avgjørende forutsetninger for å lykkes, både innenfor privat og offentlig sektor. Dette medfører at dagens ledere må ha inngående kunnskap om hvilke egenskaper som gjør tjenester forskjellige fra produkter og hvilke konsekvenser dette får for markedsføring og ledelse av kundeservice og tjenestebedrifter. Parallelt med denne utviklingen ser vi at den rivende teknologisk utviklingen fører med seg nye muligheter og trusler når det gjelder å bygge relasjoner mellom tjenesteleverandørene og deres kunder. Kunnskap om teknologiens rolle i tjenestemarkedsføring og som lojalitetsførende tiltak blir således en annen svært viktig forutsenning for å lykkes i så vel privat som offentlig sektor.

Læringsmål

Gjennom dette kurset skal deltakerne utvikle en forståelse for hvilke utfordringer man står overfor ved markedsføring og ledelse av tjenester og tjenestebedrifter. Deltakerne skal kunne tilegne seg kunnskap om hvilke konsekvenser dette får for de ansatte, kundene og ledelsen og hvilke modeller og verktøy, som kan benyttes for å håndtere disse utfordringene når det overordnede målet er å skape en lojal og lønnsom kundebase.

Kunnskaper:

Gjennom dette kurset skal deltakerne tilegne seg følgende kunnskap:

- om sentrale temaer og problemstillinger innenfor fagområdet tjenestemarkedsføring og kundelojalitet
- om grunnleggende teorier, metoder og begreper innenfor fagområdet
- få kjennskap til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor fagområdet
- kunne holde seg oppdatert om sentral kunnskap innenfor fagområdet
- få noe kunnskap om fagområdets historie, tradisjoner og egenart
- få kjennskap til noen relevante fag- og yrkesetiske problemstillinger

Ferdigheter:

Gjennom dette kurset skal deltakerne tilegne seg følgende ferdigheter:

- evne til å analysere fagstoff og trekke egne slutninger
- kunne reflektere over egen faglig praksis og justere denne i henhold til ny kunnskap
- kunne anvende faglige kunnskaper på praktiske og teoretiske problemstillinger
- kunne treffe og begrunne faglig relaterte beslutninger
- kunne anvende relevante resultater fra forsknings- og utviklingsarbeid innenfor fagområdet
- kunne søke, behandle og vurdere informasjon kritisk
- kunne skrive en resonnerende tekst
- kunne beherske relevante faglige verktøy og teknikker

Holdninger/generell kompetanse:

Gjennom dette kurset skal deltakerne tilegne seg følgende holdninger/generell kompetanse:

- kunne planlegge og gjennomføre arbeidsoppgaver som strekker seg over tid

- kunne utføre prosjektbasert arbeid
- kunne videreutvikle sine kunnskaper, ferdigheter og forståelse gjennom videre studier og yrkesliv
- kunne arbeide både selvstendig og som deltaker i en gruppe
- kunne formidle informasjon, teorier, ideer, problemstillinger og løsninger om eget fagområde både skriftlig og muntlig
- kunne kommunisere om faglige temaer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet
- kunne bidra til utvikling av god praksis innenfor fagområdet gjennom utveksling av synspunkter og erfaringer

Forkunnskaper

Basiskunnskaper i markedsføring.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Wilson, Alan ... [et al.]. 2008. Services marketing : integrating customer focus across the firm. European ed. London : McGraw-Hill

Artikkelsamling:

Line Lervik Olsen. 2008. BIK 2800: Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

Tjenestemarkedsføringens fundament

Introduksjon til tjenester

Tjenester og forbrukeratferd

Kundefokus og forståelse

Hvordan lytte til kundene?

Kundenes forventninger til tjenester

Kundenes persepsjon av tjenester

Kursets konseptuelle modell: gap modellen

Tjenestedesign og standard

Utvikling og design av tjenester

Kundedefinert tjenestestandard

Tjenesters fysiske element og serviceskapet

Levering og fremføring av tjenester

Den ansattes rolle i tjenesteleveransen

Kundens rolle i tjenesteleveransen

Teknologiens rolle i tjenesteleveransen

Mellomledd i tjenesteleveransen

Kapasitetsledelse

Ledelse av serviceløfter og bygging av kundelojalitet

Tjenestemarkedsføring og integrert kommunikasjon

Reklamasjonshåndtering

Kundelojalitet

Tjenestemarkedsføringens innvirkning på bunnlinjen

Prising av tjenester

De finansielle konsekvensene av servicekvalitet

Oppsummering og kritikk refleksjon over fagfeltets utvikling

Tilbakeblikk: hvordan startet det hele og hvorfor?

Holder kjernebegrepene, konseptene, teoriene og modellene fortsatt vann?

Hvilke utviklingstrekk ser vi?

Dataverktøy

Vanlig datautstyr. Ingen spesiell software. BIs læringsplattform vil bli benyttet for publisering av forelesninger, oppgaver og annet relevant stoff. Internett tilgang er derfor en fordel.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over ca. 30 undervisningstimer. Studentene skal arbeide med en prosjektoppgave gjennom hele kursperioden.

Arbeidskrav

Det er tre innsendingsoppgaver i løpet av kurset. Disse er individuelle og utgjør obligatoriske delinnleveringer til prosjektoppgaven. Innleveringene må godkjennes for å få gå opp til endelig eksamen, dvs. levere inn prosjektoppgaven, men de vil ikke være karaktergivende.

BI Nettstudier

I kursgjennomføringen ved BI Nettstudier benyttes den nettbaserte undervisningsplattformen. Her publiserer nettlærer fagstoff, øvingsoppgaver (inklusive innsendingsoppgaver med tilbakemeldinger), samt eventuelle case og digitale læringsressurser. Studentene gis mulighet til å kommunisere med nettlærer og medstudenter. Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i begynnelsen av semesteret og før eksamen. Nettstudentene tilbys også en studieguide, som er en pedagogisk veiledning til pensumlitteraturen. De obligatoriske innleveringene i kurset og tilbakemelding/gjennomgang av disse gis via BIs læringsplattform.

Undervisningsopplegget vil bli tilpasset den enkelte klasses størrelse.

Arbeidskrav

For å ta eksamen i kurset, må studentene ha fått godkjent de obligatoriske innleveringene.

Eksamen

Eksamen består av en prosjektoppgave som kan skrives individuelt eller i grupper på inntil 3 personer.

Eksamenskode(r)

BIK 29311 - Prosjektoppgave; teller 100% for å oppnå karakter i kurset BIK 2931
Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet, 7,5 studiepoeng.

Alle evalueringer må bestås for å oppnå karakter i kurset.

Hjelpemidler til eksamen

Alle

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Ved kontinuasjon beholder studenten beståtte elementer.

Tilleggsinformasjon