



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2011/2012

MRK 3621 Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet

Studium

Bachelorstudiet i markedsføring (3. år)

Kursansvarlig

Line L Olsen

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. 80 % av all arbeidskraft jobber i tjenesteytendenæringene. Prognoser antyder at disse tallene vil øke i nærmeste framtid. I en konkurransesituasjon dominert av tjenesteytendenæringene i stagnerende marked, 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 har for markedsføring og ledelse av tjenestebedrifter. Videre ser vi at den rivende teknologisk utviklingen og økende bruk av sosiale medier fører med seg nye muligheter og trusler når det gjelder å bygge relasjoner mellom tjenestebedrifter og deres kunder. Kunnskap om hvilken rolle teknologi og sosiale medier har i tjenestemarkedsføring og som lojalitetsførende tiltak blir således en svært viktig forutsetning for å lykkes i både privat og offentlig sektor.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Gjennom dette kurset skal studenten få kunnskap om grunnleggende teorier, metoder og begreper innenfor faget tjenestemarkedsføring og kundelojalitet, gjennom å få:

- forståelse for hvilke utfordringer man står overfor ved markedsføring og ledelse av tjenester.
- kunnskap om hvilke konsekvenser dette får for de ansatte, kundene og ledelsen.
- kunnskap om kjernemodeller og verktøy innenfor tjenestemarkedsføring, som er utviklet for å håndtere disse utfordringene når det overordnede målet er å skape en lojal og lønnsom kundebase.

Ferdighetsmål

Kurset skal gjøre studenten i stand til å kunne anvende faglige kunnskaper på praktiske og teoretiske problemstillinger, gjennom økt evne til å velge og anvende riktig verktøy for å imøtekomme og håndtere tjenesteytende bedrifters utfordringer og ulike problemstillinger.

Holdningsmål

Kurset skal gjøre studenten i stand til å kunne formidle informasjon, teorier, ideer, problemstillinger og løsninger om eget fagområde både skriftlig og muntlig, gjennom å øke evnen til kritisk refleksjon rundt sentrale teorier, modeller og problemstillinger innenfor fagfeltet, og gjennom økt fokus på etiske problemstillinger og samfunnsansvar.

Forkunnskaper

MRK 2914 Markedsføring / MRK 3414 Markedsføringsledelse og MRK 2980 Forbrukeratferd / MRK 3480 Forbrukeratferd.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Wilson, Alan [et al.]. 2008. Services marketing : integrating customer focus across the firm.

European ed. McGraw-Hill

Artikkelsamling:

Line L. Olsen. Utvalgte artikler i tjenestemarkedsføring

Anbefalt litteratur

Bøker:

Oliver, Richard L. 2010. Satisfaction : a behavioral perspective on the consumer. 2nd ed. M.E. Sharpe

Emneoversikt

Tjenestemarkedsføringens fundament

Introduksjon til tjenester
Internettjenester og sosiale medier
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

Kurset vil forutsette bruk av undervisningsverktøy "It's learning" og Internett generelt i forbindelse med oppgaveløsning.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres med en kombinasjon av forelesninger, gruppearbeid, diskusjoner og tilbakemelding på obligatoriske oppgaver. Tilbakemelding på oppgavene vil bli gitt i plenum etter hver innlevering.

Arbeidskrav

Gjennom semesteret vil det bli gitt tre (3) obligatoriske innleveringer, en (1) en av disse oppgavene er en flervalgstest på i It's Learning. Både innleveringene og flervalgstesten skal løses individuelt, og blir bedømt som enten godkjent eller ikke godkjent. Det gis anledning til å ta flervalgstesten på ny dersom den ikke godkjennes på første forsøk (flervalgstesten kan gjennomføres så mange ganger man ønsker før fristen for å gjennomføre testen går ut). To av tre obligatoriske oppgaver må være godkjente for å få gå opp til eksamen. Nærmere informasjon blir gitt i forelesningene og på It's learning i tilknytning til testene.

Anbefalt tidsbruk for studentene

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i undervisningen og gruppearbeid	36
Hjemmearbeid/forberedelser til forelesning og lignende	90
Arbeide med arbeidskrav	71

Eksamen	3
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer forelesning

9 timer til læreaktivitetene ifm. obl. oppg/arbeidskrav utføres av lokal foreleser

45 timer totalt

Arbeidskrav

To (2) av tre (3) obligatoriske oppgaver må være godkjente for å få gå opp til eksamen. Se ytterligere informasjon under læreprosess.

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen på tre (3) timer.

Eksamenskode(r)

MRK 36211– Skriftlig eksamen, som teller 100 % for å få karakter i MRK 3621

Tjenestemarkedsføring og kundelojalitet, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamener tilbys hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke ta eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på skriftlig eksamen, eller som ønsker å forbedre karakteren, må ta ny kontinuasjonseksamen ved senere gjennomføring av eksamen.

Tilleggsinformasjon