



## MRK 3621 Tjenestemarkedsføring

### Studium

Bachelorstudiet i markedsføringsledelse (3. år)

### Kursansvarlig

Line Lervik-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 opparbeide kunnskap om grunnleggende teorier, metoder og begreper innenfor faget tjenestemarkedsføring, 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

Etter kurset skal studenten være 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

Etter kurset skal studenten være 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

Markedsføring/Markedsføringsledelse og Forbrukeratferd eller tilsvarende.

### Obligatorisk litteratur

#### Bøker:

Wilson, Alan ... [et al.]. 2012. Services marketing : integrating customer focus across the firm. 2nd European ed. McGraw-Hill

### Artikkelsamling:

Line L. Olsen. Utvalgte artikler i tjenestemarkedsføring. Itslearning

## 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

### Tjenestededesign 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

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

## 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) av oppgavene skal løses i gruppe. De to (2) andre oppgavene skal løses individuelt. Innleveringene kan være i form av korte essays (ca. 1 side) og/eller flervalgstester på It's Learning. Oppgavene blir bedømt som enten godkjent eller ikke godkjent. Ved flervalgstester gis det anledning til å ta testen på ny dersom besvarelsen 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 ved semesterstart.

### 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          |
| <b>Anbefalt tidsbruk totalt</b>                        | <b>200</b> |

## Ressursbruk

36 timer - Forelesninger

9 timer - Sentralt koordinert veiledning - til læreaktivitetene ifm. arbeidskrav som utføres av lokal foreleser men timene fordeles etter antall studenter

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, 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.

Kurset gjennomføres for siste gang høsten 2014.

**Tilleggsinformasjon**