



MRK 3633 Service og innovasjon

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 den senere tid har vi vært vitne til en sterk fremvekst av elektroniske tjenester. Årsaken er utbredelsen av internett, i Norge er hele 94 % av befolkningen på nett, og små bærbare datamaskiner, som nettbrett og smarttelefoner. Dette gir grunnlag for helt nye tjenester, men også for helt nye forretningsmodeller. Vi er inne i en rivende utvikling hvor vi kontinuerlig må finne nye løsninger på gamle problemer, men også helt nye løsninger på nye problemer. Fremveksten av elektroniske tjenester gir grunnlag for nye løsninger: innovasjon. I dette kurset snakker vi om forbedring av etablerte tjenester som renovering og utvikling av nye tjenester som innovasjon. Det utvidede innovasjonsbegrepet inneholder elementer knyttet til utvikling av noe nytt, samt forhold ved å forbedre det tjenestetilbudet man allerede har. Men, ingen innovasjon eller renovering er vellykket uten at kundene opplever det nye som bedre enn det gamle og vil ta det i bruk. Her ligger betingelsen for den kommersielle suksessen.

Den første delen av kurset handler om moderne tjenester og forutsetninger for moderne tjenesteyting og innovasjon. Som analyseverktøy bruker vi modellen for moderne tjenester og innovasjon. Her legger vi vekt på å forstå hjertet av tjenester i en fysisk og virtuell kontekst.

I den andre delen av kurset ser vi på renovering og innovasjon i sannhetens øyeblikk. Vi ser på ulike faser ved innovasjon, slik som ideutvikling, innovasjonsprosessen, lansering og renovering. Vi ser også på ulike sider ved innovasjon, utfordringer disse medfører og hvordan vi kan øke innovasjoners suksessrate gjennom å fokusere på verdi-baserte tjenesteinnovasjoner.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Gjennom dette kurset skal studenten opparbeide kunnskap om grunnleggende teorier, metoder og begreper innenfor moderne tjenesteyting og innovasjon, gjennom å få:

- Forståelse for hvilke utfordringer man står overfor ved markedsføring og ledelse av moderne tjenesteytende bedrifter
- Kunnskap om hvilke utfordringer ledelse av mer fysiske versus virtuelle tjenester gir
- Kunnskap om hvilke konsekvenser dette får for de ansatte, kundene og ledelsen.
- Kunnskap om hvordan sosiale medier kan brukes i ulike former for markedsføring i forhold til både interne og eksterne kunder.
- Kunnskap om kjernemodeller og verktøy innenfor serviceledelse og markedsføring, som er utviklet for å håndtere utfordringene når det overordnede målet er å skape lønnsomme servicebedrifter gjennom vellykkede tjenesteinnovasjoner.
- Forståelse for hvordan man best kan legge til rette for utvikling av suksessfulle og verdi-baserte tjenesteinnovasjoner

Ferdighetsmål

I løpet av kurset skal studenten tilegne seg følgende ferdigheter:

- Være i stand til å anvende kunnskap om servicemarkedsføring og ledelse på praktiske problemstillinger.
- Være i stand til å velge og anvende riktig analyseverktøy for å identifisere og håndtere de utfordringer moderne tjenesteytende bedrifter står overfor generelt og innenfor innovasjon spesielt.
- Beherske verktøy som gjør det mulig å identifisere områder for utvikling av verdi-baserte tjenesteinnovasjoner.

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

Dette kurset er basert på kunnskaper studentene har tilegnet seg gjennom andre markedsføringskurs i løpet av studiet.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Andreassen, Tor Wallin og Line Lervik-Olsen. 2016. Service og innovasjon. 2. utg. Fagbokforlaget

Artikkelsamling:

Line Lervik-Olsen. 2015. Artikkelsamling: Service og Innovasjon. Tilgjengelig på Its Learning

Annet:

Cases. Disse regnes som en del av pensum og utgiftene dekkes av studenten selv

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

Del 1: SERVICE

- Den moderne servicekunden
- Modell for moderen tjenesteyting
- Interne ressurser
- Sannhetens øyeblikk
- Eksterne resultater
- Merkevarens rolle
- Moderne tjenesteyting i et nøtteskall

Del 2: INNOVASJON

- Innovasjonsfaser
- Renovering
- Innovasjon
- Trendspotting
- Verdifulle innovasjoner
- Kommersialisering

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med en kombinasjon av forelesninger, gruppearbeid, diskusjoner og tilbakemelding på obligatoriske oppgaver. Hver oppgave utgjør en prosentdel av endelig eksamenskarakter. Felles tilbakemelding på oppgavene vil bli gitt i plenum etter hver innlevering. Se ytterligere informasjon om oppgavene under eksamen.

Anbefalt tidsbruk for studentene:

Aktiviteter	Timebruk
Deltagelse i undervisningen og gruppearbeid	36
Hjemmearbeid/forberedelser til forelesning og lignende	90
Arbeide med ulike deler av eksamen	74
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Gjennomføring ved nett- eller kveldsstudier

I kursets gjennomføring som nettstudium eller kveldsstudium vil foreleser, i samarbeid med studieadministrasjonen for nett- og kveldsstudier, organisere en hensiktsmessig kombinasjon av digital undervisning og forelesninger. Nettstudentene tilbys også en studieguide som skal bidra til progresjon og oversikt. Total anbefalt tidsforbruk for gjennomføring av kurset gjelder også her.

Ressursbruk

36 timer - Forelesninger

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

45 timer totalt

Eksamen

Endelig karakter i kurset er et resultat av løpende vurdering av flere eksamenskomponenter, prosessevaluering, i løpet av kursets gjennomføringssemester. Gjennom semesteret vil det bli gitt tre (3) obligatoriske oppgaver, hvor

hver enkelt del må være bestått. Hver oppgave utgjør en prosentandel av endelig eksamenskarakter:

- 1) Innleveringsoppgave - caseanalyse med muligheter for frivillig presentasjon, teller 25 %
- 2) Individuell innleveringsoppgave - kunnskapstest, teller 25 %
- 3) Prosjektoppgave, teller 50 %

Oppgave 1 og 3 kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter.

Oppgave 1, caseanalyse levers inn på Its Learning.

Oppgave 2, kunnskapstesten, gjennomføres over Its Learning.

Oppgave 3, prosjektoppgaven, skal leveres inn på Its Learning.

For studenter med gyldig fravær eller som oppnår ikke bestått på kunnskapstesten (del 2), vil det bli gitt muligheter til å avlegge ny eksamen i samme semester som eksamensgjennomføringen.

(Det vil ikke bli gitt kontinuasjonseksamen for del 1 og 3 i undervisningssemesteret).

Eksamenskode(r)

MRK 36331- Prosessevaluering teller 100 % av slutt karakteren i MRK 3633 Service og innovasjon, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Individuell kunnskapstest: ingen hjelpemidler.

Gruppeoppgave: alle hjelpemidler.

Prosjektoppgave: alle hjelpemidler.

Kontinuasjon

Kontinuasjon er mulig ved neste gjennomføring av kurset.

Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.

Tilleggsinformasjon

Det vil bli benyttet cases i undervisningen. Disse regnes som en del av pensum og utgiftene dekkes av studenten selv.