



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

SMLA04, Service Management: Logistikföretagets kundrelationer, 15,0 högskolepoäng

Service Management: Customer Relationship Management in Logistics Systems, 15.0 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetens styrelse 2009-05-19 och senast reviderad 2013-02-06 av Ledningsgruppen för kandidatprogrammet i Food Service Management och Logistics Service Management. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2013-02-25.

Allmänna uppgifter

Huvudområde: Service Management. Kursen Service Management: Logistikföretagets kundrelationer är en obligatorisk kurs och ingår i kandidatprogrammet för Logistics Service Management under andra terminen.

Undervisningsspråk: Svenska

Huvudområde

Service management

Fördjupning

GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- förklara den roll som kundrelationer spelar inom logistikområdet,
- uppvisa förståelse för de förutsättningar som gäller för och de krav som ställs på hantering av kundrelationer (och relationer med andra aktörer) inom logistikområdet,
- kunna redogöra för hur företag och andra aktörer samspelar inom ramen för ett nätverk av service- och logistikrelationer,

- förhålla sig självständigt till de personliga, organisatoriska och kulturella villkoren för att möta kunder och medarbetare,
- kunna utföra enklare strategiska analyser av företagsrelationer inom ett logistiksystem,
- planera och genomföra enklare undersökningar och analyser av ledningsproblem i logistikföretagets kundrelationer samt
- självständigt och i grupp presentera muntligt och skriftligt resultatet av gjorda undersökningar och analyser.

Kursens innehåll

Syftet med kursen är att studenten ska kunna visa en övergripande kunskap om och förståelse för hur serviceverksamheter arbetar med sina kundrelationer samt hur detta arbete kan utvecklas för att motsvara det moderna näringslivets krav.

Kursen tar sin utgångspunkt i de krav på management som en framgångsrik hantering av företagets kundrelationer ställer. Den bygger på tre relaterade kunskapsområden: Customer Relationship Management (CRM), Cross Boundary Management samt Strategisk och operativ kommunikation.

Kursen inleds med en genomgång av kunskapsområdet CRM och en identifiering av de typiska strategiska, taktiska och operativa problem och möjligheter som hanteringen av kundrelationer innebär. Därefter behandlas teorier om management över organisatoriska och andra gränser som ett sätt att utveckla partnerskap och helhetslösningar för logistikkunder.

Vidare tar kursen upp möjligheter och hinder i mötet med kunden utifrån ett intersektionellt perspektiv - ett perspektiv som tar avstamp i mångfald och hur vi klassificerar de människor vi möter. Möjligheten att kommunicera med kunder analyseras på personlig nivå och organisationsnivå. Kursen avslutas med en presentation av praktikfall som utarbetats av studenterna under kursens gång.

Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, arbete med övningar och projektarbete. Deltagande vid rapportering av projekt och genomförande av övningar är obligatoriskt.

Kursens examination

Kursen examineras genom bedömning av genomförda övningar och projektrapport samt skriftliga reflektionsrapporter. I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen, ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen. För betyget väl godkänd krävs att lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda.

Förkunskapskrav