



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

**LSMD31, Organisering och marknadsföring av  
tjänsteverksamheter, 15 högskolepoäng**  
*Organising and Marketing in Service Organisations, 15 credits*  
Grundnivå / First Cycle

---

### **Fastställande**

Kursplanen är fastställd av Ledningsgruppen för kandidatprogram i Logistics Service Management 2020-02-24 att gälla från och med 2020-06-01, höstterminen 2020.

### **Allmänna uppgifter**

Kursen är en obligatorisk kurs på kandidatprogrammet i logistics service management och ges under tredje terminen.

*Undervisningsspråk:* Svenska  
Moment på engelska kan förekomma.

#### *Huvudområde*

Service management

#### *Fördjupning*

G1F, Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

### **Kursens mål**

För godkänt resultat på kursen ska studenten

#### **Kunskap och förståelse**

- visa kunskap om organisations- och marknadsföringsteorier,
- förstå, förklara och använda centrala begrepp, modeller och teoretiska perspektiv kring organisering,
- förstå, förklara och använda centrala begrepp, modeller och teoretiska perspektiv kring marknadsföring samt
- förstå och förklara samband kring organisering och marknadsföring i ett tjänstesammanhang.

## Färdighet och förmåga

- visa förmåga att identifiera vetenskapligt relevanta frågeställningar och visa förståelse för hur dessa är relaterad till ämnets olika delområden,
- visa förmåga att utgående från frågeställningarna analysera och kritiskt granska en tjänsteverksamhet,
- visa förmåga att kunna tillämpa och använda begrepp, modeller och teorier i analyser av en tjänsteverksamhet samt
- visa färdighet i att presentera och kommunicera resultaten av en studie på ett sätt som uppfyller krav på vetenskaplighet och gängse normer för akademiskt skrivande.

## Värderingsförmåga och förhållningssätt

- ha tillägnat sig ett mångsidigt och kritiskt reflekterande förhållningssätt till organisationsteori och marknadsföringsteorier.

## Kursens innehåll

Den bärande idén med kursen är att vidareutveckla och fördjupa studentens kompetens inom företagsekonomi och service management. Syftet med kursen är att studenten skall kunna förstå, problematisera och analysera sambanden mellan organisering och marknadsföring i tjänsteverksamheter.

Kursen innehåller följande delar:

**I kursens första del** behandlas och problematiseras centrala frågeställningar inom organisation och organisering av tjänsteverksamheter. Momentet fokuserar följaktligen på frågor kring hur organisationer kan beskrivas och förstås samt hur organisationer fungerar.

**I kursens andra del** behandlas och problematiseras centrala frågeställningar inom marknadsföring av tjänsteverksamheter. Momentet fokuserar på vad marknadsföring är och hur marknadsföring kan beskrivas och förstås ur olika perspektiv.

## Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, seminarier och lärarhandledda workshoppar samt handledning.

Deltagande i gästföreläsningar och seminarier är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

## Kursens examination

Kursen examineras enligt följande:

Organisation och organisering: individuella seminarieuppgifter (5 högskolepoäng) och projektrapport (2 högskolepoäng), som skrivs i grupp.

Marknadsföring: individuella seminarieuppgifter (5 högskolepoäng) och projektrapport (2 högskolepoäng), som skrivs i grupp.

Avslutande individuell reflektion, som inbegriper både organisation och marknadsföring (1 högskolepoäng).

På kursen erbjuds ordinarie prov, omprov i nära anslutning till det ordinarie provet samt ytterligare ett provtillfälle avseende kurser som avslutats under det gångna läsåret (uppsamlingsprov). Inom ett år efter att kursen genomgått en större förändring eller upphört erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med gällande kursplan.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

*Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.*

## **Betyg**

Betygsskalan 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 studenten visar särskild teoretisk medvetenhet och analytisk förmåga.

Från betygskalan ovan undantas modulkod 2005.

För att få betyget väl godkänd på hela kursen krävs betyget väl godkänd på båda individuella seminarieuppgifterna (modulkoderna 2001 och 2003) alternativt en av de individuella seminarieuppgifterna (modulkod 2001 eller 2003) och båda projektrapporterna (modulkoderna 2002 och 2004).

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygskalan och dess tillämpning i kursen.

## **Förkunskapskrav**

För tillträde till kursen krävs att studenten har fullgjort kursfordringar om minst 45 högskolepoäng från programmets första år inklusive Introduktion till service management, LSMA11, 15 högskolepoäng.

## **Övrigt**

Kursen ersätter Organisering och marknadsföring av serviceverksamheter, LSMC31, 15 högskolepoäng, och kan inte ingå i samma examen.

## Prov/moment för kursen LSMD31, Organisering och marknadsföring av tjänsteverksamheter

Gäller från H20

- 2001 Seminarieuppgifter - Organisation, 5,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2002 Projektrapport - Organisation, 2,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2003 Seminarieuppgifter - Marknadsföring, 5,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2004 Projektrapport - Marknadsföring, 2,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2005 Reflektion, 1,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd