



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

**LGMA11, Introduktion till service management, 15
högskolepoäng**
Introduction to Service Management, 15 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Ledningsgruppen för kandidatprogram i Logistics Service Management 2021-03-11 att gälla från och med 2021-08-29, höstterminen 2021.

Allmänna uppgifter

Kursen är obligatorisk och ingår i kandidatprogram i logistics service management (SGLOM) 180 högskolepoäng och ges under första terminen.

Undervisningsspråk: Svenska
Moment på engelska kan förekomma.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

G1N, Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten

Kunskap och förståelse

- kunna förklara och förstå grundläggande teoretiska begrepp och modeller inom service management och tjänsteperspektivet, samt
- kunna förklara och förstå grundläggande teoretiska begrepp och modeller inom marknadsföring.

Färdighet och förmåga

- använda och problematisera teoretiska begrepp och modeller i syfte att förstå tjänstesamhället, verksamheter och organisationer inom detta samt interaktionen mellan organisationer och konsumenter, samt
- använda teoretiska begrepp på ett insamlat material och genomföra

analyserande arbete.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa ett mångsidigt och kritiskt reflekterande förhållningssätt till kursens teoretiska fält, samt
- visa grundläggande akademiskt förhållningssätt och akademisk färdighet.

Kursens innehåll

Kursen består av två delkurser. Det övergripande syftet med kursen är att studenten ska få en grundläggande och mångsidig förståelse för kunskapsområdet service management. Delkurserna introducerar studenterna till olika perspektiv på organisationer och villkor i tjänstesamhället.

Delkurs 1: Service management och tjänsteperspektivet (7,5 högskolepoäng)

Delkursen syftar till grundläggande kunskaper i och förståelse för ämnet service management med särskilt fokus på organisatoriska kontexter. I delkursen introduceras teoretiska begrepp och modeller som tar fasta på ett kundorienterat synsätt på värdeskapande – ett tjänsteperspektiv. Konsekvenser som ett kundorienterat synsätt innebär för ledning, organisering och styrning i organisationer belyses under delkursen. Centrala begrepp såsom värde, ledning, personalstrategier, servicekultur, tjänsteproduktivitet och tjänsteinnovation diskuteras och behandlas.

Delkurs 2: Marknadsföring (7,5 högskolepoäng)

Delkursen syftar till att ge grundläggande kunskap och förståelse för begrepp och modeller inom marknadsföring. Särskilt fokus läggs vid hur marknadsföring kan beskrivas och förstås ur olika perspektiv med tonvikt på tjänsteorganisationers villkor i allmänhet och hållbarhet i synnerhet. Centrala begrepp som diskuteras och behandlas är omvärldsanalys, marknadsföringsstrategi, marknadskommunikation, kundrelationer samt hållbarhet.

Kursens genomförande

Undervisningen består av föreläsningar, gästföreläsningar, seminarier och 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, till exempel olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelse, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också student som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras enligt följande:

Delkurs 1: Service management och tjänsteperspektivet (7,5 högskolepoäng)

Service management: Individuellt salsprov (6 högskolepoäng)

Service management: Seminarieuppgifter (1,5 högskolepoäng)

Delkurs 2: Marknadsföring (7,5 högskolepoäng)

Marknadsföring: Individuellt salsprov (3 högskolepoäng)

Marknadsföring: Projektarbete (4,5 högskolepoäng)

Akademisk hederlighet (0 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 lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda. Från betygskalan ovan undantas modulkod 2102. Som betyg för detta moment används någon av beteckningarna Godkänd eller Underkänd. För väl godkänd på hel kurs krävs att studenten har erhållit betyget väl godkänd på minst två av de tre modulkoderna: 2101, 2103 och 2104.

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

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt Matematik 2a eller 2b eller 2c och Samhällskunskap 1b eller 1a1+1a2.

Prov/moment för kursen LGMA11, Introduktion till service management

Gäller från H21

- 2101 Service management: Individuellt salsprov, 6,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2102 Service management: Seminarieuppgifter, 1,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 2103 Marknadsföring: Individuellt salsprov, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2104 Marknadsföring: Projektarbete, 4,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 2105 Akademisk hederlighet, 0,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd