



Studieplan 2006/2007

210904 Servicestudiet

Servicestudiet har som overordnet mål å gi studentene kunnskap om grunnleggende modeller innen tjenestemarkedsføring og organisasjonsfaget, spesielt om temaene kvalitets- og relasjonsutvikling

Målgruppen for Servicestudiet er ansatte med praksis fra ulike sektorer av servicenæringen som ønsker en formell kompetanseheving innen service og kundebehandling.

Faglig innhold

Servicestudiet er bygd opp omkring to emner som er satt sammen til en helhet.

- **Emne 1: Service- og markedsforståelse - kvalitets- og relasjonsutvikling til markedet.** I dette emnet forankres servicebegrepet og dets betydning i organisasjonssammenheng generelt og for medarbeidere i et serviceforetak spesielt. Innledningsvis legges det vekt på betydningen av å se servicebegrepet ut i fra en helhet, organisasjons- og markedsmessig. Deretter settes fokus spesielt på hovedtemaet; betydningen av utvikling av servicekvalitet i organisasjoner og relasjonsbygging relatert til markedet.
- **Emne 2: Organisasjonen som tilrettelegger for servicekvalitet - organisasjons- og kompetanseutvikling i serviceforetak.** Emne 2 bygger videre på emne 1, og ser på organisasjonens "rolle" som tilrettelegger for utvikling av servicekvalitet. Kompetanseutvikling i serviceforetak, betydningen av individuell og kollektiv kompetanse, samt endringsprosesser i organisasjoner er sentrale temaer. Videre settes fokus på fremtiden og de premisser utviklingen innebærer for serviceorganisasjoner.

Yrkesmuligheter

Studiet er velegnet for ansatte med praksis fra ulike sektorer av servicenæringen som ønsker en formell kompetanseheving innen markeds- og organisasjonsfag

Fordypning/spesialisering

Opptakskrav

Generell studiekompetanse/ Godkjent realkompetanse



Studiet starter med forbehold om nok søkere.

Forkunnskaper som kreves

Anbefalte forkunnskaper

Undervisnings- og læringsmetode

Studiet er lagt opp fleksibelt, spesielt tilrettelagt for studenter i full jobb og som bor på ulike steder. Det nettbaserte læringsmiljøet – den passordbeskyttede delen av disse nettsidene - er en viktig kanal for informasjon og nyheter, lærestoff og veiledning. Nettstedet tilbyr også gode samarbeidsverktøy som diskusjonsgrupper, praterom, e-post og arkiv.

Arbeidsformen i studiet er basert på at studentene har ansvaret for egen læring, og at de selv velger hvordan de vil jobbe med fagene og nå læringsmålene. Et av verktøyene de tilbys, er temabeskrivelser

Eksamen

Hver enkelt emne avsluttes med eksamen. Eksamen består av to hovedelementer:

1. Gruppebasert skriftlig prosjektarbeid (eventuelt individuelt) som baserer seg på oppgaver fra studentens/gruppenes arbeidsmappe.

2. Individuell mappe som består av to deloppgaver:

- a. Studentenes skriftlig vurdering av egen læringsprosess. Studenten skal beskrive egen fagutvikling og dokumentere egen deltakelse i gruppearbeid (for eksempel faglige innlegg i diskusjonsgrupper og faglige bidrag til gruppearbeid).
- b. Individuell skriftlig oppgavebesvarelse som baserer seg på oppgaver fra studentenes arbeidsmappe

For at studentene skal få godkjent studiepoengene, må de forskjellige arbeidene som inngår i eksamen være innlevert og vurdert av intern og ekstern sensor. Dette skjer på følgende måte:

Gruppeprosjektarbeidet evalueres med en bokstavkarakter. Denne teller 50% av endelig karakter.

Evalueringen av den individuelle oppgaven (pkt. b. ovenfor) evalueres også med karakter, som teller 50% av endelig karakter.

Utenlandsopphold

Ikke aktuelt

Spesielle reglement/lover



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Studiekostnader

Studieavgiften er kr 13 500.- for hele studiet. Det er mulighet for å ta enkeltmoduler, prisen blir da:

Modul 1: kr 7 500.-

Modul 2: kr 7 500.-

Heltid/ deltid

Deltid

Studielengde

2 semester på deltid

Grad/ kompetanse

Opptak

Lokalt opptak

Kull

2006/2007

Godkjenningsdato

20.09.2004



Servicestudiet: Emnetabell

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester	
				S1(H)	S2(V)
SERV01	Service- og markedsforståelse - Kvalitet og relasjonsutvikling til markedet	15	O	15	
SERV02	Organisasjon som tilrettelegger for servicekvalitet - Organisasjons- og kompetanseutvikling i serviceforetak	15	O		15
Sum:				15	15

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Emneoversikt

SERV01 Service- og markedsforståelse - Kvalitet og relasjonsutvikling til markedet

Navn:

Service- og markedsforståelse - Kvalitet og relasjonsutvikling til markedet

Kode:

SERV01

Studiepoeng:

15



Emnebeskrivelse:

Hovedmålet med emnet er at studentene etter endt kurs skal ha kjennskap til betydningen av relasjonsbygging og utvikling av kvalitet i serviceorganisasjoner og i tjenestetilbudet som et konkurransefortrinn. Studentene skal videre tilegne seg innsikt i betydningen av å drive et målrettet markedsarbeid, og hvordan serviceorganisasjoner og servicemedarbeidere kan møte utfordringene i å tilfredsstille markedets forventninger. Studentene skal ha en grunnleggende kunnskap og innsikt i hvilke konsekvenser markedets krav til kvalitet setter til serviceorganisasjonen, hvordan imøtekomme teknologiens utfordringer, og servicemedarbeiderens egen rolle i kommunikasjon og relasjonsutvikling.

Emnet omhandler serviceorganisasjonens og servicemedarbeiderens relasjon til markedet. Det er kundene som til sist bedømmer hvorvidt produktene og tjenestene tilfredsstiller de kravene og forventningene som de stiller til organisasjonen og produktet. I dette ligger det at dess bedre organisasjonen kjenner sitt marked og dets behov, dess større er muligheten for å lykkes med produkter og tjenester som organisasjonen tilbyr markedet.

Innledningsvis vil emnet presentere sentrale premisser for markeds- og organisasjonsforståelse. For markedsdelen vektlegges spesielt hvordan organisasjoner kan jobbe med målrettet markedsføring og posisjonering. For organisasjonsforståelsen vil det blant annet belyses hvordan ulike forhold som kultur og struktur innvirker på organisasjonene og servicemedarbeiderens arbeidssituasjon.

Emnet setter videre fokus på tre kjerneelementer: Kvalitetsbegrepet, kommunikasjon og relasjonsbygging. Både hva en organisasjon tilbyr markedet (teknisk kvalitet) og hvordan den gjør det (funksjonell kvalitet) er avgjørende faktorer i dagens konkurranse og for å oppnå tilfredse kunder. Studentene skal arbeide med grunnleggende modeller for kvalitetsforståelse og kvalitetsutvikling i serviceforetak.

I forståelsen av relasjonsbygging står kommunikasjon sentralt. Emnet vil ta for seg kommunikasjon som virkemiddel for kontakt med markedet i bred forstand. Det omfatter kommunikasjon både på individuelt og organisatorisk plan. Det første innebærer fokus på den enkelte medarbeiders kommunikasjon med kunder. Det andre omfatter både organisasjonens generelle samfunnskontakt, og den direkte kommunikasjonen til kunder. Sistnevnte er spesielt viktig, og strategier for å bygge langsiktige kunderelasjoner vil ha en sentral plass i emnet. Customer Relationship Management (kunderelasjonsledelse) som er et uttrykk for hvordan en organisasjon kan jobbe med sine kunder trekkes også inn her.

Videre vil emnet også trekke inn utviklingen innen informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) og dens betydning og innvirkning på serviceorganisasjoner, for servicemedarbeideren og kunden. Sentrale problemstillinger som det skal arbeides med vil som følge av dette være rettet mot begrepene kvalitet, kundetilfredshet, relasjonsmarkedsføring og lojalitet – hvordan oppnår en tilfredse kunder, hva er lojalitet og hvordan skal våre kunder bli lojale mot oss. Både virkemidler fra serviceorganisasjonen og medarbeiderens egen rolle i dette vil bli tatt opp.



Læringsutbytte:

Spesielle fagtemaer for emne 1 vil blant annet omfatte:

Serviceorganisasjonen og markedet

- Hva kjennetegner en serviceorganisasjon?
- Hvordan jobbe mot markedet?

Kvalitet

- Hva er kvalitet og hvem definerer kvalitet?
- Hvordan kommunisere kvalitet?
- Servicekvalitet- og kundebehandling

CRM (customer relationship management) - betydningen av kunderelasjoner og lojalitet

- Hva kjennetegner en god relasjon
- Hvordan måle en god relasjon
- Hvordan opprettholde en god relasjon
- Kommunikasjon

Teknologi og kundelojalitet

- IKT og lojalitet – en mulighet eller trussel
- Scenarier

Emneier:

Eksamensform:

Hver enkelt emne avsluttes med eksamen. Eksamen består av to hovedelementer:

1. **Gruppebasert skriftlig prosjektarbeid** (eventuelt individuelt) som baserer seg på oppgaver fra studentens/gruppenes arbeidsmappe.

2. **Individuell mappe** som består av to deloppgaver:

- a. Studentenes skriftlig vurdering av egen læringsprosess. Studenten skal beskrive egen fagutvikling og dokumentere egen deltakelse i gruppearbeid (for eksempel faglige innlegg i diskusjonsgrupper og faglige bidrag til gruppearbeid).
- b. Individuell skriftlig oppgavebesvarelse som baserer seg på oppgaver fra studentenes arbeidsmappe

For at studentene skal få godkjent studiepoengene, må de forskjellige arbeidene som inngår i eksamen være innlevert og vurdert av intern og ekstern sensor. Dette skjer på følgende måte:

Gruppeprosjektarbeidet evalueres med en bokstavkarakter. Denne teller 50% av endelig karakter.

Evalueringen av den individuelle oppgaven (pkt. b. ovenfor) evalueres også med karakter, som teller 50% av endelig karakter.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Deltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

40

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

SERV02 Organisasjon som tilrettelegger for servicekvalitet - Organisasjons- og kompetanseutvikling i serviceforetak

Navn:

Organisasjon som tilrettelegger for servicekvalitet - Organisasjons- og kompetanseutvikling i serviceforetak

Kode:

SERV02

Studiepoeng:

15



Emnebeskrivelse:

Emnet setter fokus på serviceorganisasjonen og mennesket med vekt på kompetanse, endringsprosesser og fremtidsutviklingen. Et kjennetegn ved det moderne samfunnet er at utviklingen av teknologi og nye kunnskaper går svært hurtig. Konkurransen i mange bransjer ser ut til å være økende, i tillegg ser det ut som om markedet stiller stadig høyere krav til de produkter og tjenester som produseres og ytes. Dette medfører utfordringer knyttet til effektivitet og omstillinger, ny kompetanse og nye arbeidsformer. Dette fordrer en omstillingsberedskap og læringsevne både hos den enkelte medarbeider og hos organisasjonen. Samtidig ser vi en sterkere fokusering på bedriftenes menneskelige ressurser, i konkurranse med andre virksomheter. Behovet for stadige omstillinger og fokus på mennesket som bedriftens viktigste ressurs, gjør organisasjonsutvikling og kompetanseutvikling til en sentral del av moderne bedrifters satsingsområder

I denne emnet tar vi for det første for oss kompetansebegrepet, og problemstillinger knyttet til hvordan man kan utvikle sin egen og andres kompetanse. Kompetansebegrepet setter fokus på relasjonen mellom mennesket og arbeidet. Det vil si at en ikke utelukkende er opptatt av å utvikle alle typer kunnskaper og ferdigheter, men først og fremst de som kreves for å utføre bestemte arbeidsoppgaver. I bedrifter hvor det er høye krav til effektivitet, fleksibilitet og omstilling vil medarbeidernes lærings- og omstillingskompetanse bli et avgjørende konkurransefortrinn.

For det andre vil emnet gi studentene muligheter til å opparbeide en forståelse av endringsprosesser i moderne organisasjoner. I denne forbindelse vil emnet også sette fokus på et utvalg verktøy og konsepter som kan brukes ved utvikling og endring av organisasjoner. Nye måter å arbeide på, og nye måter å organisere arbeidet på, vil bli vektlagt, samtidig som vi er opptatt av de konsekvenser dette kan ha for servicemedarbeidere.

Spesielle temer i emnet:

Kompetanseutvikling - Mennesket som nøkkelressursen i serviceorganisasjoner

- Sosial kompetanse
- Faglig kompetanse
- Organisatorisk kompetanse

Organisasjoner i utvikling

- Organisasjonsendringer
- Medvirkning og endring

" E-verdenen - rutiner slavearbeid eller utfordrende kompetansearbeid?"

- Hvor går utviklingen?
- Scenarier

Læringsutbytte:

Hovedmålet med emnet er at studentene etter endt kurs skal ha tilegnet seg innsikt i endringsarbeid i organisasjoner. Videre skal studentene ha grunnleggende innsikt i betydningen av hva kompetansebegrepet innebærer og hvordan individuell og organisatorisk kompetanse kan utvikles.

**Emneier:****Emne er obligatorisk for:**

Servicestudiet

Emne er valgbart for:

Ikke valgbart

Eksamensform:

Hver enkelt emne avsluttes med eksamen. Eksamen består av to hovedelementer:

1. **Gruppebasert skriftlig prosjektarbeid** (eventuelt individuelt) som baserer seg på oppgaver fra studentens/gruppenes arbeidsmappe.

2. **Individuell mappe** som består av to deloppgaver:

- a. Studentenes skriftlig vurdering av egen læringsprosess. Studenten skal beskrive egen fagutvikling og dokumentere egen deltakelse i gruppearbeid (for eksempel faglige innlegg i diskusjonsgrupper og faglige bidrag til gruppearbeid).
- b. Individuell skriftlig oppgavebesvarelse som baserer seg på oppgaver fra studentenes arbeidsmappe

For at studentene skal få godkjent studiepoengene, må de forskjellige arbeidene som inngår i eksamen være innlevert og vurdert av intern og ekstern sensor. Dette skjer på følgende måte:

Gruppeprosjektarbeidet evalueres med en bokstavkarakter. Denne teller 50% av endelig karakter.

Evalueringen av den individuelle oppgaven (pkt. b. ovenfor) evalueres også med karakter, som teller 50% av endelig karakter.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Heltid/ deltid:

Deltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

40

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course: