

**KURSPLAN**

# **Service Marketing 7,5 högskolepoäng U7049N**

**Service Marketing**

**Kursplan antagna: Höst 2012 Lp 1 - Höst 2013 Lp 2**

**BESLUTSDATUM  
2013-04-17**

# Service Marketing 7,5 högskolepoäng U7049N

## Service Marketing

### Avancerad nivå, U7049N

Utbildningsnivå	Fördjupningskod	Betygsskala	Ämne	Ämnesgrupp (SCB)
Avancerad nivå	A1N	G U 3 4 5	Företagsekonomi	Företagsekonomi

## Behörighet

Bachelor's degree of 180 credit, including at least 60 credits business administration courses or a Bachelor's degree of 180 credit and at least 4 years of managerial work experience. Documented proficiency in English is also required. The following international exams and minimum scores will be accepted: International English Language Testing System (IELTS): 6.0 (with no part of the test below 5.0) or Test of English as a Foreign Language (TOEFL) paper based 550 points/computer based 213 points/ Internet based 79 points.

## Urval

Urvalet grundas på 30-285 högskolepoäng

## Examinator

Åsa Wallström

## Mål/Förväntat studieresultat

The goal of the course is for the student to develop their knowledge and ability in service marketing. After passing the course the student should be able to: - explain and use concepts in service marketing - describe how services are constructed, produced, and communicated - explain how marketing of services is different from marketing of goods - critically review scientific articles and explain their contributions - reflect on the content of scientific articles - create a written report where a service producing organization marketing activities are analyzed utilizing a theoretical framework - give an oral presentation of the content of an analysis of a service producing organization marketing activities

## Kursinnehåll

The course considers marketing of services from different points of view. Construction as well as production and marketing of services are analyzed both from the customers and the producers perspective. Also relationships between external, internal and interactive marketing is considered. A central issue of the course is service quality.

## Genomförande

Kursens undervisningsspråk samt undervisningsform anges för varje kurstillfälle och framgår av kursidan på Luleå tekniska universitets hemsida.

Lecture/lessons, seminars, supervision, group assignments, case studies and project work.

## Examination

Om det finns beslut om särskilt pedagogiskt stöd, i enlighet med Riktlinjen Studentens rättigheter och skyldigheter vid Luleå tekniska universitet, finns möjlighet till anpassad eller alternativ examinationsform.

Written test, reports on team assignments, case studies, and project work. A requirement for passing the course is attendance at compulsory sessions.

## Övrigt

Contract teaching course.

Presence during compulsory sessions is required. Kontakt: ETKS utbildningsadministration eduetks@ltu.se.

## Överlappning

Kursen U7049N motsvarar kursen M7009N

## Litteratur. Gäller från Höst 2009 Lp 1

Not yet set

## Kursgivare

Institutionen för ekonomi, teknik och samhälle

## Prov

Provrnr	Typ	Hp	Betyg
0001	Obligatoriska prov och uppgifter	7,5	G U 3 4 5

## Revidering fastställd

av Huvudutbildningsledare Bo Jonsson Institutionen för ekonomi, teknik och samhälle 2013-04-17

## Kursplanen fastställd

av Huvudutbildningsledare Bo Jonsson Institutionen för ekonomi, teknik och samhälle 2013-04-17