HÖGSKOLAN
I SKÖVDE

**KURSPLAN**

# Tjänstemarknadsföring G1F

## 7,5 högskolepoäng

**Kurskod:** FÖ339G
**Revisionsnummer:** 7
**Gäller från:** 2026-07-01
**Beslutad av:** Utbildningskommittén för handel och företagande
**Beslutsdatum:** 2025-10-08

## 1. Allmänt om kursen

Kursen ges av Högskolan i Skövde och benämns Tjänstemarknadsföring G1F (Service Marketing G1F). Omfattningen är 7,5 högskolepoäng (hp). Kursen är på grundnivå och har fördjupningsnivå G1F.

Kursen ingår i huvudområdet företagsekonomi. Kursens utbildningsområde är samhällsvetenskap.

## 2. Behörighetskrav

Kursen har följande behörighetskrav: godkänd FÖ141G Marknadsföring I G1N och godkänd FÖ114G Organisation och ledarskap I G1N **eller** genomgången FÖ141G Marknadsföring I G1N och genomgången FÖ114G Organisation och ledarskap I G1N (eller motsvarande kunskaper) och sammanlagt minst 30 godkända högskolepoäng i något eller några av följande ämnen: företagsekonomi, industriell ekonomi, juridik, statistik, nationalekonomi eller socialpsykologi.

Vidare krävs godkänt betyg i Engelska 6 eller Engelska nivå 2 (eller motsvarande kunskaper). Motsvarande kunskaper visas normalt genom ett internationellt erkänt språktest, till exempel IELTS eller TOEFL.

## 3. Innehåll

Kursens övergripande syfte är att utveckla och fördjupa studentens kunskap inom tjänstemarknadsföring. Kursen behandlar klassiskt men också nytt perspektiv på tjänstemarknadsföring genom att fokusera på värdeskapande, interaktion, ledarskap i tjänsteverksamheter och tjänstesystem. Kursen går dessutom igenom tjänstemarknadsföringsmodeller, tjänstemötet, tjänstens kontext, tjänsteutveckling, tjänsteinnovation, service recovery, tjänstehållbarhet m.m. Kursens främsta fokus ligger på senaste utvecklingen inom fältet tjänstemarknadsföring (service marketing) och presenterar nya perspektiv.

De perspektiv och fördjupningar som denna kurs erbjuder behandlas i ett antal individuella uppgifter och gruppuppgifter där kunskap tillämpas och presenteras i skriftlig och muntlig form.

## 4. Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

**Kunskap och förståelse**

- visa förståelse för teorier och praktiker inom tjänstemarknadsföring genom att förklara, jämföra och exemplifiera dem,

**Färdighet och förmåga**

- tillämpa kunskaper inom tjänstemarknadsföring på teoretiska och praktiska problem skriftligt och muntligt,
- identifiera och analysera handlingsalternativ för marknadsföring och ledning av tjänsteverksamheter genom att integrera kunskaperna i samband med tillämpningen,

**Värderingsförmåga och förhållningssätt**

- kritiskt utvärdera samt argumentera kring teoretiska och praktiska aspekter som berör tjänstemarknadsföring,
- reflektera kring tjänsters roll i samhället.

## 5. Examination

Kursen bedöms med betygen A (Utmärkt), B (Mycket bra), C (Bra), D (Tillfredställande), E (Tillräcklig) eller F (Underkänd).

Kursen har följande examinationsmoment:

- **Hemtentamen**
  4 hp, betyg: A/B/C/D/E/F (bestämmer betyg på hel kurs)
- **Inlämningsuppgifter**
  2,5 hp, betyg: G/U
- **Seminarier**
  1 hp, betyg: G/U

Studenter med varaktig funktionsnedsättning som har fått beslut om riktat pedagogiskt stöd kan erbjudas anpassad examination.

## 6. Undervisningsformer och undervisningsspråk

Undervisningen består av föreläsningar, handledning, inlämningsarbeten samt seminarier.

Undervisningen bedrivs på engelska.

## 7. Kurslitteratur och övriga läromedel

Wirtz, J. (2022). *Essentials of Services Marketing* (4th ed.). Pearson Education Limited. ISBN 9781292425191.

Ett urval av vetenskapliga artiklar (uppdateras varje termin).

## 8. Studentinflytande

Studentinflytande i kursen säkerställs genom kursvärdering. Studenterna informeras om resultatet av kursvärderingen och eventuella åtgärder som genomförts eller planeras, grundat på kursvärderingen.

## 9. Övrigt

På Högskolan i Skövdes webbplats finns ytterligare information om kursen samt nationella och lokala styrdokument för högskoleutbildning.