



LUNDS
UNIVERSITET

SMLA04, Service Management: Logistikföretagets kundrelationer, 15,0 högskolepoäng

**Service Management: Customer Relationship Management in Logistics
Systems, 15.0 credits**
Grundnivå/First Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetens styrelse 2009-05-19 och senast reviderad 2013-02-06 av Ledningsgruppen för kandidatprogrammet i Food Service Management och Logistics Service Management. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2013-02-25.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100%

Ansvarig institution: Inst för Service Management

2. Allmänna uppgifter

Huvudområde: Service Management. Kursen Service Management: Logistikföretagens kundrelationer är en obligatorisk kurs och ingår i kandidatprogrammet för Logistics Service Management under andra terminen.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

3. Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- förklara den roll som kundrelationer spelar inom logistikområdet,
- uppvisa förståelse för de förutsättningar som gäller för och de krav som ställs på hantering av kundrelationer (och relationer med andra aktörer) inom logistikområdet,
- kunna redögöra för hur företag och andra aktörer samspelar inom ramen för ett nätverk av service- och logistikrelationer,

- förhålla sig självständigt till de personliga, organisatoriska och kulturella villkoren för att möta kunder och medarbetare,
- kunna utföra enklare strategiska analyser av företagsrelationer inom ett logistiksystem,
- planera och genomföra enklare undersökningar och analyser av ledningsproblem i logistikföretagets kundrelationer samt
- självständigt och i grupp presentera muntligt och skriftligt resultatet av gjorda undersökningar och analyser.

4. Innehåll

Syftet med kursen är att studenten ska kunna visa en övergripande kunskap om och förståelse för hur serviceverksamheter arbetar med sina kundrelationer samt hur detta arbete kan utvecklas för att motsvara det moderna näringslivets krav.

Kursen tar sin utgångspunkt i de krav på management som en framgångsrik hantering av företagets kundrelationer ställer. Den bygger på tre relaterade kunskapsområden: Customer Relationship Management (CRM), Cross Boundary Management samt Strategisk och operativ kommunikation.

Kursen inleds med en genomgång av kunskapsområdet CRM och en identifiering av de typiska strategiska, taktiska och operativa problem och möjligheter som hanteringen av kundrelationer innebär. Därefter behandlas teorier om management över organisatoriska och andra gränser som ett sätt att utveckla partnerskap och helhetslösningar för logistikkunder.

Vidare tar kursen upp möjligheter och hinder i mötet med kunden utifrån ett intersektionellt perspektiv - ett perspektiv som tar avstamp i mångfald och hur vi klassificerar de människor vi möter. Möjligheten att kommunicera med kunder analyseras på personlig nivå och organisationsnivå. Kursen avslutas med en presentation av praktikfall som utarbetats av studenterna under kursens gång.

5. Undervisning och examination

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, arbete med övningar och projektarbete. Deltagande vid rapportering av projekt och genomförande av övningar är obligatoriskt.

Kursen examineras genom bedömning av genomförda övningar och projektrapport samt skriftliga reflektionsrapporter. I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen, ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

6. Betyg

Betygskalan 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.

7. Förkunskapskrav

8. Litteratur

Se bilaga.

9. Övrigt

Undervisningsspråk: Svenska.

Litteraturlista för Service Management: Logistikföretagens kundrelationer, 15 hp (SMLA04)

Litteraturlistan är fastställd av Campus Helsingborgs utbildningsnämnd 2008-04-14, senast reviderad av Ledningsgruppen för kandidatprogrammen i Food Service Management och Logistics Service Management 2013-02-06.

Litteraturlistan börjar gälla 2013-02-25.

Fioretos, Ingrid. (2009). *Möten med motstånd: kultur, klass, kropp på vårdcentralen*. Lund: Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. [199 sidor, 9789162879013]. Tillgänglig via <http://www.lu.se/lup/publication/1486277>

Knox, Simon et al. (2003) *Customer Relationship Management: Perspectives from the Market Place*. Oxford: Butterworth Heinemann. [302 sidor, ISBN: 9780750656771]. Tillgänglig via <http://www.sciencedirect.com.ludwig.lub.lu.se/science/book/9780750656771>

König, Stephanie. (2012). *Kundrelationer i sociala medier, Exec*. Malmö: Liber. [64 sidor, ISBN 9789147098859]

Peelen, Ed. (2005). *Customer Relationship Management*. Harlow, England: Prentice Hall. [440 sidor, ISBN 9780273681779]

Svingstedt, Anette. (2012). *Servicemötet praktik: på en tingsrätt, ett äldreboende och ett hotell*. Lund: Institutionen för service management, Lunds universitet. [256 sidor, ISBN 9789174733785]. Tillgänglig via <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOID=3108871&fileOID=3109254>

Zineldin, Mosad et al. (2012). *Relationship Management for the Future*. Lund: Studentlitteratur. [347 sidor, ISBN 9789144069852]

Artiklar och övrigt material omfattande ca 200 sidor tillkommer.

Totalt antal sidor: ca 1800