

Programbeskrivelse

# Årsenhet i serviceledelse

60 studiepoeng  
2023

*Studiet er akkreditert av styre: 14.12.18 (Sak 35.4)*

*Studiet er re-akkreditert av styret: 11.12.20*

*Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 21.09.22 (UU/CLM-sak 123/22)*

## Innhold

<b>1. Innledning.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Formelle krav .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Læringsutbytte .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Studiets struktur.....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 Faglig progresjon .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 Emner .....</b>	<b>6</b>
<b>4. Undervisnings- og vurderingsformer .....</b>	<b>8</b>
<b>4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning.....</b>	<b>8</b>
<b>4.2 Eksamens- og vurderingsformer .....</b>	<b>9</b>
<b>5. Internasjonalisering.....</b>	<b>11</b>

# 1. Innledning

Tjenestenæringene er i vekst, og utgjør en betydelig del av verdiskapningen i Norge og internasjonalt. Reiselivsbransjen er verdens største næring og blant de hurtigst voksende, og er ett av fem satsningsområder i regjeringens næringspolitikk.

Innen reiselivs- og opplevelsesnæringene er godt samspill mellom sektorer som overnatting, opplevelse, attraksjoner, transport og servering sentralt for å kunne lykkes. Dette er næringer som har et sterkt behov for medarbeidere med høy kompetanse.

Samtidig er mange tjenestevirksomheter, som skole, helse, IT, sikkerhet og transport under press for å levere enda bedre og mer kostnadseffektive tjenester. Dette gjelder både innen offentlig forvaltning og i det private næringsliv. Det blir også stadig viktigere for tradisjonelle produksjonsbedrifter å kunne tilby nye tjenester og ha hensiktsmessige servicestrategier sammen med sine produkter for å sikre tilfredshet og lojalitet hos sine kunder eller brukere.

*Årsenhet i serviceledelse* består av fag som gir kompetanse til å kunne analysere og forstå kunders og brukeres ønsker og behov. Man lærer om lønnsomhetsberegning og kapasitetsstyring, og om hvordan man kontinuerlig kan forbedre sine tjenester. Studentene lærer også om markedsføring, organisasjon og ledelse, slik at kompetansen om servicekonsepter og tjenester kan settes inn i en større sammenheng, det være seg i privat eller offentlig virksomhet. Det er økende etterspørsel etter denne type tjenestekompetanse både nasjonalt og internasjonalt.

Dette studiet er spesielt nyttig for deg som ønsker å jobbe med mennesker, enten det er snakk om kunder, brukere, gjester eller som leder for medarbeidere.

Studiet kan være aktuelt for deg som er i jobb og har erfaring, eller for deg som kommer rett fra videregående opplæring. Det kan også brukes som byggestein for videre studier på bachelornivå innenfor hotell, reiseliv, opplevelsesutvikling, innkjøp, service og ledelse ved Høgskolen Kristiania.

## 1.1 Formelle krav

Opptakskrav til studiet er generell studiekompetanse, delkompetanse etter 23/5-regelen eller realkompetanse. Søknad på grunnlag av realkompetanse skal gis individuell behandling, og søker må dokumentere at de innehar de kvalifikasjonene som gjør at de har kompetanse til å gjennomføre studiet. Det henvises til *Forskrift om opptak til høyere utdanning*<sup>1</sup> og *Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høgskolen Kristiania*<sup>2</sup> for mer informasjon.

---

<sup>1</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-01-06-13>

<sup>2</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-01-813?q=H%C3%B8yskolen%20Kristiania>

## 2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høgskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.<sup>3</sup>

### Kunnskap

Kandidaten...

- har kunnskap om sentrale teorier for serviceledelse innen service, hospitality og reiselivsnæringene, organisasjons- og ledelsesteorier, forbrukeratferd, markedsføring, distribusjon og pris- og kapasitetsstyring
- har kunnskap om prosesser, verktøy og metoder for utvikling, innovasjon og forbedring av service, tjenester og opplevelser
- kjenner til service- og tjenesteforskningens egenart og plass i samfunnet
- har kunnskap om yrkesetiske problemstillinger innen serviceledelse

### Ferdigheter

Kandidaten...

- kan anvende faglig kunnskap om ledelse av tjenestevirksomheter på praktiske og teoretiske problemstillinger
- kan reflektere over egen faglig utøvelse av serviceledelse og justere denne under veiledning
- kan anvende verktøy og analysemodeller for drift og utvikling av tjenestevirksomheter for å kartlegge og forbedre kunde- og brukeropplevelser
- kan forklare sammenhenger innenfor service -hospitality og reiselivsnæringene
- kan identifisere egne lærings- og kompetansebehov og oppdatere kunnskapen sin for å sikre livslang læring

### Generell kompetanse

Kandidaten...

- kan planlegge og gjennomføre ulike arbeidsoppgaver knyttet til analyse, drift og forbedring av tjenestevirksomheter, både alene og som deltaker i en gruppe
- kan formidle sentrale teorier, problemstillinger og løsninger innen service- og tjenestefaget både skriftlig og muntlig
- kan utveksle synspunkter med andre med bakgrunn innenfor serviceledelse og delta i diskusjoner om utvikling av god praksis
- kjenner til nytenking og innovasjonsprosesser
- kan finne, henvise til og vurdere informasjon og fagstoff og knytte dette til relevante problemstillinger innen service og tjenesteproduksjon

---

<sup>3</sup> Les mer om læringsutbytte og Nasjonal kvalifikasjonsrammeverk her;  
[https://www.nokut.no/siteassets/nkr/nasjonalt\\_kvalifikasjonsrammeverk\\_for\\_livslang\\_laring\\_nkr\\_nn.pdf](https://www.nokut.no/siteassets/nkr/nasjonalt_kvalifikasjonsrammeverk_for_livslang_laring_nkr_nn.pdf)

### 3. Studiets struktur

*Årsenhet i serviceledelse* teller totalt 60 studiepoeng, hvorav 60 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner. Studiet er bygget opp på følgende måte:

Semester	Årsenhet i serviceledelse		
1. semester	<b>Introduksjon til service, hospitality og reiseliv</b> 7,5 sp	<b>Serviceledelse</b> 7,5 sp	<b>Markedsføring og forbrukeradferd</b> 15 sp
2. semester	<b>Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising</b> 15 sp		<b>Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse</b> 15 sp

Tabell 1. Oppbygging av emner

Fagområdeemner	Basisemner
----------------	------------

#### 3.1 Faglig progresjon

I første semester gis en introduksjon til service- og tjenestenæringen. Det gis grunnleggende innføring i service som fagområde med grunnleggende teorier og modeller. Studentene får en grundig innføring i næringsperspektivet i ulike bransjer som service, opplevelse, hotell og reiseliv. Det gis videre innsikt i markedsføring og forbrukeradferd for å gjøre studentene i stand til å kommunisere med kunder og brukere i markedet. Forbrukeratferd viser enkeltmenneskers og gruppers atferd i forbindelse med vurdering og kjøp av produkter og tjenester.

Studentene lærer også om ulike måter å organisere virksomheter på og ulike tilnærminger til ledelse i disse virksomhetene, samt digital forretningsforståelse. I andre semester går studiet nærmere inn på digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising av tjenester. Dette emnet bygger videre på markedsføring og forbrukeratferd fra første semester og innebefatter måter å prise produkter og tjenester på, samt hvordan man planlegger og styrer kapasitet.

## 3.2 Emner

Emne	Sp	Beskrivelse
<b>Serviceledelse</b> 1. semester	7,5	<p>Emnet skal gi innsikt i service og tjenester som logikk. Det legges særlig vekt å forstå de markedsføringsmessige mulighetene og utfordringene som ligger i servicemøtet. Intern kultur i et serviceperspektiv blir behandlet, og betydningen av relasjoner blir gjennomgått. Det fokuseres videre på den rollen som virtuelle og fysiske servicerom kan spille for å bygge en forretningsmessig effektiv, forbrukermessig bekvemmelig og differensierende serviceopplevelse. Studentene skal utvikle en forståelse av særegenhet ved tjenesteleveranser, og konsekvenser av dette.</p> <p>Emnet tar for seg betydningen av, og implikasjoner for klagehåndtering, markedskommunikasjonens rolle i formidlingen av serviceløftet, samt særegenheter ved offentlige tjenester. Videre legges det vekt på digitaliseringens betydning for serviceutvikling. Emnet tar for seg teorier og modeller for innovasjon og studentene vil lære tilnærminger for å forbedre eksisterende serviceleveranser og tjenester (reovering).</p>
<b>Introduksjon til service, hospitality og reiseliv</b> 1. semester	7,5	<p>Emnet er en introduksjon til sentrale temaer knyttet til service, hospitality og reiseliv. Emnet omhandler servicenæringene både i et næringsperspektiv og som globalt samfunnsvitenskapelig fenomen. Det gis en innføring i servicenæringenes historie og vekst, samt i ulike deler av næringene som overnatting, servering, vertskap og opplevelsesøkonomi. Både offentlig sektor, organisering og fellesgoder blir behandlet. Til slutt er også trender og opplevelser temaer som belyses.</p>
<b>Markedsføring og forbrukeradferd</b> 1. semester	15	<p>Emnet skal lære studentene å forstå markedsføringsfaget som en helhetlig bedriftsfilosofi. Studentene skal lære om markedsføringsledelse, forbrukeradferd og kundeledelse, produktledelse, merkeledelse og analyse av marked og konkurransedynamikk. Med denne innsikten skal studenten lære å utvikle en markedsplan, som strukturerer det planmessige arbeidet fra målsettinger til tiltak. Gjennom dette emnet vil studentene begynne å danne seg et bilde av alle karrieremulighetene som finnes innenfor markedsføring.</p>
<b>Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising</b> 2. semester	15	<p>Emnet gir studentene innsikt i prinsipper og praksis innen digital markedskommunikasjon, prising og distribusjon i tjenestenæringen. Kurset introduser stadier i utvikling av digital markedskommunikasjonsstrategi og anliggender knyttet til utvikling av innhold i den digitale markedskommunikasjonen samt de distribusjonskanaler tjenestevirksomheter benytter. Dette inkluderer nettsider, plattformer for sosiale medier, mobilteknologi, epost og affiliate og betalt media. Studentene får omfattende innsikt i hvordan tjenestenæringen bruker digital markedskommunikasjon og distribusjon i praksis, herunder bl.a. innen PR og mediarelasjoner, merkevarebygging, kommunikasjon, kriseledelse, eCRM og eCommerce. Emnet dekker også metoder tjenestenæringen benytter til å måle og evaluere digitale</p>

		<p>markedskommunikasjonsstrategier og grad av måloppnåelse i de digitale distribusjonskanalene. Emnet gir innsikt og forståelse i hva prising er og hvordan dette kan praktiseres i tjenestenæringen. Emnet tar for seg grunnprinsippene innen fagområdet og forutsetningene for at prising skal skape økonomisk effekt i en tjenestevirksomhet. Studentene får derved innsikt i forskjellene på tradisjonell og strategisk prising, ulike prissettingsmetoder og hva det innebærer å implementere strategisk prising i en tjenestebedrift. Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene <i>Serviceledelse</i> og <i>Introduksjon til service, hospitality- og reiseliv</i>.</p>
<p><b>Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse</b> 2. semester</p>	15	<p>Studentene skal etter endt emne ha grunnleggende kunnskap om hvordan organisasjoner fungerer i dag, og hvilke utfordringer og muligheter som ligger i en digitalisert verden. Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende og kritisk forståelse for organisering, ledelse, strategi, forretningsutvikling og digitalisering, og en forståelse for hvordan disse elementene henger sammen med den øvrige samfunns- og teknologiutviklingen i et historisk perspektiv.</p> <p>Muligheter og utfordringer ved teknologisk fremskritt for virksomheter og samfunnet for øvrig vil diskuteres og knyttes til innovasjon og endring. Emnet er tverrfaglig og baserer sitt teorigrunnlag på samfunns-, ledelses-, strategi-, økonomi-, teknologi- og markedsføringsfag. Etter endt studie skal studentene ha tilegnet seg evnen til å se utviklingsutvikling og organisasjonsdesign, ledelse, strategiske valg, og teknologiske fremskritt i et større og kritisk historisk perspektiv, samt ha kunnskap om de forretningsmuligheter og utfordringer som ligger i vår digitale tid og nær fremtid. Studentene vil tilegne seg en grunnleggende organisasjons- og forretningsforståelse innenfor sentrale områder som vil være et viktig utgangspunkt for å forstå hvordan de selv kan spille på lag med teknologiutviklingen for å lykkes innen deres respektive fagfelt når de entrer arbeidslivet.</p>

Tabell 2. Emner

## 4. Undervisnings- og vurderingsformer

### 4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Årsenhet i serviceledelse er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2 i denne planen.

De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde i kunnskaper og ferdigheter og generelle kompetanser som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen.

Arbeids- og undervisnings- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnet bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høyskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høyskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for og fasilitere studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor påregne en betydelig egeninnsats.

De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter ved *Årsenhet i serviceledelse* er beskrevet i det følgende.

- Forelesning/formidling, instruksjon, ikke-spesifisert veiledning og annen lærerledet aktivitet
- Plenumsdiskusjoner
- Problembasert gruppearbeid
- Komplekse caseoppgaver
- Ekskursjoner
- Bedriftspresentasjoner
- Selvstudium
- Kollokviégrupper

Klikk for [teksthåndbok](#).



For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov.

I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

Underveis i studieløpet gjennomføres det studieløpsspesifikke faglige arrangementer, hvor gjesteforelesere, eksterne organisasjoner og næringslivsaktører kan delta. Prosjektene kan være styrt av emneansvarlig og/eller studenter og støttes av administrative ressurser. Det henvises til studiets emnebeskrivelser for nærmere informasjon.

## 4.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende feedback eller som en karakter (eksamen).

Ved Høgskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering som læring, vurdering for læring og vurdering av læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens formålet varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat. Denne type vurdering oppfatter vi som en del av undervisningsformene, og disse finnes igjen i kapittel 4.1 ovenfor.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes – med andre ord eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved *Årsenhet i serviceledelse* vil studentene møte følgende eksamensformer:

- Muntlig eksamen
- Multiple Choice
- Hjemmeeksamen
- Mappeeksamen

Klikk for [teksthåndbok](#).

Ved enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen- Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis.

En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

For utfyllende informasjon om eksamen og obligatorisk aktivitet, se emneplanen samt informasjon Høgskolen Kristianas hjemmesider.

## 5. Internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Det vil være utstrakt bruk av internasjonal litteratur på pensum, og undervisningen vil bygge på internasjonal forskning. I tillegg vil det benyttes internasjonale caseoppgaver i undervisningen, og studentene blir eksponert for forskere med internasjonale nettverk innen både næringsliv og forskning. Ett av emnene vil bli undervist på engelsk.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart. For studieprogrammer på 60 stp og mindre er det ikke krav for avtaler om internasjonal studentutveksling. Det foreligger derfor ingen slike avtaler for dette studieprogrammet.