**SØK1-21/23 - Tema 1 – Service og oplevelser – Efterår 2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dato** | **Underviser** | **Tema og litteratur** | **Læringsmål** |
| **Uge 35** | | | |
|  |  |  |  |
| Onsdag  01/09 | Lejh/Napo | Intro |
| Torsdag  02/09 | Lejh/Napo | Intro |
| Fredag  03/09 | Lejh/Napo | Intro |
| Ugentlig aflevering | |  | |
| **Uge 36** | | | |
|  |  |  | **Læringsmål der berøres:**  V1, V2, V3, F4 |
| Tirsdag  07/09 | Mimo | **Servicekonceptet og hvordan man laver videoer** |
| Onsdag  08/09 | Dani | **Servicekonceptet og gruppedannelser**  Moderne Markedsføring s. 503 – 515    Samt hvad der ligger på Moodle under ”Servicemodeller” |
| Fredag  10/09 |  | **Fieldtrip hvor I skal besøge Bakken** |
| Ugentlig aflevering | | Servicekonceptet, se moodle under leverancer. | |
| **Uge 37** | | | |
| Tirsdag  14/09 | Dani/Hemi | **Leverancesystemet** | **Læringsmål der berøres:**  V1, V2, V3, F4 |
| Onsdag  15/09 | Mimo | **Økonomi i relation til leverancesystemet** |
| Fredag  17/09 | Dani | **Leverancesystemet**  Moderne Markedsføring s. 32 – 38 og 516 - 527    Samt hvad der ligger på Moodle under “Serviceleverancesystemet” |
|  |  |  |
| Ugentlig aflevering | | Leverancesystemet, se moodle under leverancer | |
| **Uge 38** | | | |
| Tirsdag  21/09 | Mimo | **Markedssegmentering fra et økonomisk perspektiv**  (mimo laver video) Break even nulpunktsberegning  (mimo laver video) Sikkerhedsmargen | **Læringsmål der berøres:**  V1, F1, K1, V4, F3 |
| Onsdag  22/09 | Mimo | **Markedssegmentering**  Kapitel 13 ”Segmentering og målgruppevalg” i bogen ”Moderne Markedsføring” 3. udgave af Ole E. Andersen, Poul K. Faarup og Svend Hollensen.    Smuk-modellen uddybet: <http://marketingteorier.dk/smuk-modellen>    Hvad er en persona: <https://signafilm.dk/hvad-er-personaer/>    video med markedssegmentering: <https://www.youtube.com/watch?v=UQ40tZQxvTA&feature=youtu.be> |
| Fredag  24/09 | Dani | **Brugerforståelse, Value Proposition, og interviews/spørgeskemaer**  Afsnit: ”struktur for en forretningsmodel” i ”moderne markedsføring” s. 78-80    Et indblik i Value proposition canvas (fra side 24-25 til 74-75): <https://www.strategyzer.com/books/value-proposition-design>    Business model generation, Osterwalder & Pigneur, s. 134-138 (se moodlerum markedssegmentering, pdf der hedder “empatikort”)    Kapitel 11 “markedsanalyse – kvantitative undersøgelser” i ”Metode – til markedsføring og service” s. 179-203    Kapitel 12 ”markedsanalyse – kvalitative undersøgelser” i ”metode – til markedsføring og service” s. 205-222 |
| Ugentlig aflevering | | Markedssegmentering, se moodle under leverancer | |
| **Uge 39** | | | |
| Tirsdag  28/09 | Dani | **Image, Metode og Brugeranmeldelser**  Normann (2008) Service Management - Strategy and Leadership in Service and Business, ch. 10 “Image” (findes under emnet image i jeres moodle rum)    Video med serviceshowet omkring image: <https://www.youtube.com/watch?v=y722MDpnadg&feature=youtu.be>    Kapitel 6 ”informationsindsamling” i ”Metode til markedsføring”.    Artikel med Trustpilot der forsvarer deres eksistensgrundlag: <https://www.berlingske.dk/virksomheder/trustpilot-efter-kritik-af-brugeranmeldelser-de-driver-den-digitale>    Image trekanten (pdf i moodlerum) | **Læringsmål der berøres:**  V5, F2, F5, K1 |
| Onsdag  29/09 | Lejh | **Kultur og filosofi**  Se Moodle under “Kultur & Filosofi” |
| Fredag  01/10 | Mimo | **Økonomi i relation til Kultur og filosofi**  Se Moodle under “Kultur & Filosofi” |
| Ugentlig aflevering | | Image, Kultur og filosofi, se moodle under leverancer | |
| **Uge 40** | | | |
| Tirsdag  05/10 | Lejh | **Innovation og kreativitet med udgangspunkt I Design thinking**  ”Bog” med skitsering af Design thinking af Mimo og Dani: <https://moodle.zealand.dk/mod/book/view.php?id=123851>    Afsnit om ”produktudvikling” i ”Moderne Markedsføring” s. 496-501    Afsnit om ”Skabelse af kundetilfredshed” i ”moderne markedsføring” s. 41-44 | **Læringsmål der berøres:**  V1, V2, V3, F2 |
| Ondag  06/10 | Dani/Hemi | **Digital teknologi** |
| Fredag  08/10 | Lejh | **Innovation og ideudvælgelse**  De Bonos seks tænkehatte forklaret: <http://iox.dk/ide/sekshatte.htm> |
| Ugentlig aflevering | |  | |
| **Uge 41** | | | |
| Mandag  11/10 | Nala/Hemi | Hackaton |  |
| Tirsdag  12/10 | Mimo/Hemi/HP | Hackathon | **Læringsmål der berøres:** |
| Onsdag  13/10 | Lejh/Hemi/HP | Hackathon |
| Torsdag  14/10 | Hemi | Hackaton |
| Fredag  15/10 | Dani/Hemi/HP | Hackathon |
| Ugentlig aflevering | | Refleksion af output fra Hackaton, se moodle under leverancer | |
| **Uge 42** | | | |
|  |  | **Ferie** |  |
| **Uge 43** | | | |
| tirsdag  26/10 | Lejh | **Test (Gap-model)**  <https://innovation.sites.ku.dk/metode/det-kvalitative-interview/>  Kig på interviewguide skabelonerne i moodle under “idéudvikling” | **Læringsmål der berøres:**  **V4, F3,** |
| Onsdag  27/10 | Mimo | **Økonomi** |
| Fredag  29/10 | Lejh | Pitch |
| Ugentlig aflevering | |  | |
| **Uge 44** | | | |
| Mandag  01/11 | Dani | Vejledning og aflevering af Pitch kl. 12 | **Læringsmål der berøres:** |
| Tirsdag  02/11 | Mimo | Vejledning |
|  |  |  |
| Ugentlig aflevering | | Pitch, se moodle under leverancer | |

**Litteratur:**

ØKONOMI – FOR SERVICE- OG MARKEDSFØRINGSØKONOMER, 2. udgave, 2016, Ole Bredgaard

MODERNE MARKEDSFØRING, 3. UDGAVE, 2019, Ole E. Andersen, Poul K. Faarup, Svend Hollensen

METODE – TIL MARKEDSFØRING OG SERVICE, 2020, Per Bergfors, Poul k. Faarup og Jeanette Thomsen

**Læringsmål for Service & Oplevelser**

Viden

Den studerende skal:

* Have udviklingsbaseret viden om service- og oplevelseserhvervets praksis, udvikling i udbud og efterspørgsel, samt central anvendt teori og metode med fokus på økonomisk bæredygtig drift af service- og oplevelsesvirksomheder
* Kunne forstå, hvad der kendetegner service- og oplevelsesydelser samt kunne forstå erhvervets anvendelse af teori og metode inden for udviklingen af værtskab og gæsteforståelse

Færdigheder

Den studerende skal kunne:

* Anvende service management som ramme til vurdering af service- og oplevelsesvirksomheders værtskab og udvikling
* Indsamle og anvende data om kundetilfredshed, kundeadfærd og markedsforhold i forhold til virksomheders serviceydelser og oplevelser
* Anvende centrale økonomiske metoder og redskaber til vurdering af praksisnære problemstillinger samt anvende kreative teknikker til opstilling og valg af service- og oplevelsesydelser og formidling heraf til samarbejdspartnere og brugere

Kompetencer

Den studerende skal:

* Kunne håndtere udviklingsorienterede situationer i service- og oplevelseserhvervet med fokus på det gode værtskab og den gode oplevelse
* Kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde om service- og oplevelsesydelser
* I en struktureret sammenhæng, kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer om service- og oplevelseserhvervet.