



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

Customer Experience Management, 180 högskolepoäng
Customer Experience Management Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd 2019-12-11

Senast reviderad 2019-12-11 av fakultetsstyrelsen inom Ekonomihögskolan

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2020

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2, Matematik 2a / 2b / 2c eller Engelska B, Samhällskunskap A, Matematik B (Områdesbehörighet 4/A4). Engelska B/6, eller motsvarande

Programbeskrivning

Programmet *Customer Experience Management* syftar till att de studerande ska skaffa sig kompetens inom hur kundupplevelser skapas, upplevs, designas och leds på ett professionellt sätt. Utifrån ett helhetsperspektiv där en kunds alla interaktioner med ett företag/organisation ligger i fokus, får studenten verktyg för att samordna dessa så kundens upplevelser stärker ett företags identitet och varumärken. De studerande kommer att efter genomgången utbildning ha skaffat sig grundläggande och fördjupade kunskaper inom såväl Företagsekonomi som Design, där digitalisering utgör en viktig komponent. Eftersom kundupplevelser är centrala för ett stort antal företag och organisationer möjliggörs anställning inom ett flertal funktioner inom den privata, offentliga eller ideella sektorn.

Programmet har ett nära samarbete med näringsliv och andra organisationer, vilket kommer in i utbildningen i form av workshops, seminarier och projekt. Det innebär att studenten får en kontinuerlig bild av hur det är att verka inom programmets olika fokusområden. Programmet har ett naturligt internationellt perspektiv och studenterna har möjlighet att bedriva delar av sin utbildning vid ett utländskt lärosäte, vilket gör att engelska är ett viktigt arbetspråk.

Mål

Examensmål enligt Högskoleförordningen

Kunskap och förståelse

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet

kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

Programspecifika mål

- identifiera och utveckla flera koncept för kundupplevelser.
- designa, utveckla och implementera kundupplevelsestrategier för olika typer av företag.
- designa, utveckla och implementera kundfokuserade marknadsföringsstrategier inom handel.

Detta överensstämmer med de lärandemål som anges för en kandidatexamen i Höskoleförordningen och är i linje med Ekonomihögskolans mission.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid och ges av Ekonomihögskolan i samarbete med Institutionen för Design på Fakulteten för Konst och Humaniora.

För programmet finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet, agerar som företrädare och samordnar programrelaterade frågor. Hen ansvarar för programmets innehåll och utveckling samt arbetar aktivt för goda relationer och kommunikation. Det sker med de på programmet undervisande lärarna via en fortlöpande dialog, med programstudenter via ett programråd och med arbetslivet via samverkan med näringsliv och interaktion med andra relevanta partner.

Programöversikt

Programmet Customer Experience Management omfattar totalt tre års heltidsstudier. Företagsekonomi, med fokus på marknadsföring och digitalisering, och design genomsyrar hela utbildningen och behandlar ett företag/organisations totala kommunikation med sin omvärld. Det första året består av grundläggande företagsekonomiska studier och grundläggande designstudier. Under andra året ligger fokus på kommunikation dels i tvådimensionella medier som t.ex. reklam eller webbplatser, och dels i det fysiska rummet, t.ex. butiker, evenemang eller offentliga platser. Det tredje året innehåller olika alternativ såsom valfria kurser, utlandsstudier och praktik. Året avslutas med fördjupade studier i företagsekonomi samt ett examensarbete.

Undervisningsspråket är svenska, men kurser, föreläsningar och litteratur på engelska förekommer.

Kurser i programmet

År 1

- Företagsekonomi I - Organisation och ledarskap, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen ger en bred teoretisk förståelse för olika perspektiv på och aspekter av organisation och ledarskap. Klassiker såväl som sentida bidrag till forskningen sätter tydlig prägel på kursen, liksom ett särskilt fokus på genusfrågor. Den teoretiska förståelsen syftar till att ge kunskap och underlag för att identifiera och förstå organisatoriska problem i praktiken.

- Företagsekonomi I - Marknadsföring, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen fokuserar på grundläggande marknadsföring av varor och tjänster och innehåller inslag av marknadsrätt, hållbarhet, aspekter på socialt ansvarstagande samt presentation av marknadsföringsaktiviteter.

- Företagsekonomi I - Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen behandlar grundläggande budget och redovisningssystem och dess roll i företag och organisationer när det gäller planering och kontroll av verksamheten. I kursen lär sig studenterna grundläggande kunskaper i affärsredovisning och budgetering, vilket även innefattar principer, praxis och lagar, samt får möjlighet att använda datorstöd inom redovisning.

- Företagsekonomi I - Kalkylering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen behandlar grundläggande ekonomistyrning och dess roll i företag och organisationer. I kursen lär sig studenterna tillämpa grundläggande kunskaper inom enklare produkt och investeringskalkylering, göra enklare analyser inom standardkostnadsavvikelse och använda datorstöd inom kalkylering.

- Consumer Behaviour, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*,

Kursen behandlar psykologiska och beteendevetenskapliga processer i samband med konsumtion, från individnivå till global samhällsnivå. Konsumtion diskuteras och konceptualiseras ur ett erfarenhetsperspektiv med betoning på sociala kulturaliseringsprocesser.

- Grundläggande design, 15 hp, G1N (obligatorisk),

Kursen syftar till att studenterna efter genomgången kurs skall ha grundläggande kunskap i design och olika designmetoder. De skall även kunna genomföra egna designprojekt.

- Retail Management, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen behandlar retail management med fokus på strategier och marknadsmix inom handel. Mer specifikt ger kursen studenterna en teoretisk och praktisk förståelse för hur man designar och implementerar en affärsplan inom handel på lokala och internationella marknader.

År 2

- Business Administration II - E-commerce, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*,

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om e-handel som företeelse, Internet som handelsplats och information som produkt/tjänst. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av företags olika e-handelsinitiativ.

- Business Administration II - IMC and Brand Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk) *,

Integrated marketing communications and brand management är en kurs som behandlar hur varumärkens värde byggs, mäts och hanteras. Vidare förser kursen studenten med en teoretisk och praktisk förståelse för hur varumärken skapas genom integrerad marknadskommunikation i en globalt konkurrensutsatt omvärld.

- Digital Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk),

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om digital marknadsföring som företeelse, digitala beteende som värdeskapande och digitala kanaler som plattform för relationer. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av organisationers olika digitala marknadsföringsinitiativ.

- Design och visuell kommunikation, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)

Kursen syftar till att förstå betydelsen och tillämpningen av visuell kommunikation. Studenterna skall med analoga och digitala verktyg kunna genomföra ett projekt inom visuell kommunikation.

- Business Administration II - Customer Experience Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*,

Kursen bygger på servicedominerad affärslogik, omnikanalperspektiv och upplevelsebaserad marknadsföring, och syftar till att med hjälp av ”Design Thinking” planera och designa kundupplevelser i olika sammanhang.

- Business Administration II - Sensory Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen behandlar fysiska och fysiologiska perceptionsprocesser och effekten av sensoriska signaler på konsumentupplevelsen. Kursen ger mer specifikt en teoretisk och praktisk förståelse av hur sensoriska varumärkesstrategier kan utvecklas för att engagera konsumenter emotionellt genom sinnena.

- Statistik, 7,5 hp, G1N (obligatorisk),

Kursen behandlar metoder för beskrivande statistik med fokus på datorstödd databehandling med SPSS.

- Rumslig design, 7,5 hp, G1F (obligatorisk),

Kursen syftar till att förstå betydelsen och tillämpningen av design av det fysiska rummet. Studenterna skall med analoga och digitala verktyg kunna genomföra ett projekt inom rumslig design.

År 3

- Valfria kurser inkl. utlandsstudier, 30 hp

Denna termin kan studeras utomlands, vid Linnéuniversitetet eller annan svensk högskola/universitet. Terminen möjliggör en hel termin kurser eller en kombination av kurser och praktik, t.ex. 15 hp vardera. Förkunskapskraven för kurser samt de lokala reglerna för examen vid Linnéuniversitetet måste alltid uppfyllas.

- Företagsekonomi III - Perspektiv på forskning inom handel, 7,5 hp, G2F (obligatorisk)*,

Kursen utforskar olika perspektiv på forskning inom handel. Mer specifikt förmedlar kursen en teoretisk förståelse för hur forskning bedrivs och hur man utvecklar ett forskningsförslag inom området handel.

- Företagsekonomi III - Forskningsmetoder, 7,5 hp, G2F (obligatorisk)*,

Kursen är uppbyggd för att kunna hjälpa studenter att utveckla forskningsfärdigheter som är nödvändiga för att kunna ta sig an och slutföra sitt examensarbete. Mer specifikt kommer studenter införskaffa sig färdigheter inom både kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder och lära sig hur man rapporterar forskningsresultat (empirisk data), samt att dra slutsatser.

- Företagsekonomi III - Examensarbete (kandidat), 15 hp, G2E (obligatorisk)*,

Kursens syfte är att genomföra ett självständigt examensarbete men hjälp av handledning inom service management/retail management. Det slutgiltiga arbetet presenteras skriftligt i form av en vetenskaplig rapport, samt en muntlig presentation.

Vissa av kurserna på programmet samläses med studenter från andra program och fristående kurser, samt kan eventuellt ges i en annan ordning.

* kurs i huvudområdet Företagsekonomi

Ett kandidatprogram på 180 hp måste, enligt Högskoleförordningen, innehålla minst 90 hp successiv fördjupning inom huvudområdet, varav ett examensarbete om minst 15 hp. För kompletterande information se den lokala examensordningen. Kurser som har getts tidigare vid samma programkod, EGCEM, kan också ingå i programmets examen och ersätter då kurs med likvärdigt innehåll.

Samhällsrelevans

De praktiska momenten, som sker i samverkan med företag och organisationer, spelar en central roll i utbildningen. Under utbildningen får studenterna återkommande kontakter med yrkesverksamma inom utbildningsområdet. Olika branschaktörer är en integrerad del i utbildningen i form av gästföreläsare, uppdragsgivare samt deltagare i seminarier och workshops.

Internationalisering

Studenterna har möjlighet att förlägga studier under termin fem vid annat lärosäte utomlands. Kursval görs i samråd med programansvarig. Studenterna erbjuds ta del av det samlade utbudet av avtal med utländska lärosäten som finns inom Linnéuniversitetet. Större delen av kurslitteraturen är engelskspråkig, och vissa kurser och moment ges på engelska där även internationella studenter deltar.

Perspektiv i utbildningen

Under utbildningen, inom ramen för programmet och dess olika kurser, lyfts och diskuteras löpande frågor kring hållbar utveckling, genus och mångfald. Studenterna övas i att analysera olika marknadens långsiktiga utveckling och hur detta kan påverka affärsverksamhet i syfte att nå långsiktig hållbarhet. Hållbarhetsfrågorna diskuteras utifrån miljömässiga, ekonomiska, kulturella och sociala perspektiv.

Ett köns och genusperspektiv präglar flera av programmets kurser, främst de som behandlar marknadsföring samt organisation och ledarskap. I dessa kurser diskuteras bland annat hur kön konstrueras inom ramen för organisationer och i den kulturella sfär dessa ingår. Vidare diskuteras hur konsumtion som fenomen idag och historiskt är könskodad, och är präglad av kulturella föreställningar om kön, social bakgrund, generation/ålder och etnicitet. Vidare diskuteras kvinnligt och manligt perspektiv på en rad olika aspekter. Utbildningen i allmänhet genomförs på ett sådant sätt att både kvinnors och mäns erfarenheter synliggörs och utvecklas.

Utbildningen präglas av ett entreprenöriellt förhållningssätt. I olika kurser finns praktiska moment som genomförs i samarbete med aktörer från näringsliv och organisationer.

Studenterna har vidare möjlighet att under sin studietid börja utveckla ett eget företagande med stöd från Drivhuset och Kalmar Science Park. Internationaliseringsfrågor ingår som en självklar del då detta är ett centralt område för utbildningen. Då utbildningen strävar efter hög aktualitet och relevans är internationella forskningsresultat och internationell samverkan central.

Kvalitetsutveckling

Kontinuerlig utvärdering och förbättring av programmet sker bland annat genom universitetets kursvärderingar, där resultatet hanteras av programansvarig och programråd samt återkopplas till studenterna och sedan arkiveras. Programstudenterna medverkar aktivt i uppföljningen och utvecklingen av programmet genom programråd, samt via studentrepresentanter i det fakultetsgemensamma Utbildningskommittén. Alla Ekonomihögskolans program genomgår även kvalitetsgenomlysningar baserat på Association to Advance Collegiate Schools of Business' (AACSB) standarder, och alla huvudämnen genomgår kvalitetsutvärderingar via det nationella kvalitetssäkringssystemet m.h.a Universitetskanslersämbetet. Ekonomihögskolans fakultetsgemensamma kvalitetsplan styr bl.a. att en återkommande programgenomlysning genomförs och att kursvärderingarna följs upp. Vid den universitetsövergripande undersökningen Linnébarometern tillfrågas sistaårsstudenterna om deras upplevelse av sin utbildning relaterat till olika kvalitetsaspekter.

Examen

Efter avklarade studier som motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningen och i den lokala examensordningen för Linnéuniversitet kan

studenten ansöka om examen. De som har fullföljt programmet Customer Experience Management kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot Customer Experience Management
(Huvudområde: Företagsekonomi)

*Bachelor of Science with specialization in Customer Experience Management
(Main field of study: Business Administration)*

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

Övrigt

För tillträde till kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart. I de fall undervisningsspråket i kursen ges på engelska kommer även examinationer ges på engelska.

Varje student kan räkna med material och resekostnader på cirka 3000 kr per termin i samband med Designkurserna.