# Vak: Service Marketing & Service Design — credits: 5

| | |
|---|---|
| **Vakcode** | FMVP21SMSD |
| **Naam** | Service Marketing & Service Design |
| **Studiejaar** | 2022-2023 |
| **ECTS credits** | 5 |
| **Taal** | Nederlands |
| **Coördinator** | J.W.R. Kamphuis |
| **Werkvormen** | Werkcollege |
| **Toetsen** | Service Marketing & Service Design - Computer, organisatie ToetsCentrum |

**Leeruitkomsten**

MFO:

- De student beschrijft de diverse organisatiestructuren (PGFM en conform Mintzberg) op organisatie- en afdelingsniveau en beargumenteert de keuze voor een bepaalde structuur (op basis van taken, functies, strategie en omgeving)

Procesmanagement + MFO:

- De student herkent en benoemt verschillende organisatieprocessen en geeft aan welke mogelijkheden er zijn tot sturing en herontwerp (uitgaande van de planning & control cyclus, kengetallen en bijbehorende modellen)

Marketing

- De student begrijpt de basis van marketingtheorie en de toepassing op facilitaire services
- De student benoemt vanuit dienstenmarketing de argumenten waarom binnen facility management de klant centraal staat

Hospitality:

- De student beschrijft de uitgangspunten van hospitality en herkent relevante ontwikkelingen en trends van hospitality buiten de hospitality-industrie
- De student benoemt hospitality-tools en -meetinstrumenten die inzicht geven in de hospitality van de (FM-)organisatie

**Inhoud**

MFO

In deze module maak je kennis met procesmanagement en ga je dieper in op management van de facilitaire organisatie en gedrag in organisaties. Het vak is ondersteunend aan het semesterproject, waarin o.a. de facilitaire processen worden geanalyseerd om een een bestaand proces te herontwerpen of een nieuw proces te ontwerpen of om een facilitair bedrijf effectiever en efficiënter te maken.

Procesmanagement:

Marketing

De student krijgt in de eerste 10 weken één verplichte workshop (per klas) aangeboden waarin de klant/ gast centraal staat. Aan bod komen: loyaliteit, toekomstbestendigheid en de omgeving. De student gaat aan de slag met het ontwikkelen van persona's en maakt direct een koppeling met het project. Het uitgangspunt is dat de student vanaf het begin van de studie in de huid van de klant/ gast leert kruipen. In de tweede helft van het semester volgt de student 5 (werk) colleges waarin de theoretische kern van marketing behandeld wordt. Binnen de opleiding FM gaan we uit van de marketing 'twee geboden' (marketingdogma) met twee invalshoeken:

- De klant moet zich gebonden EN VERBONDEN voelen met de organisatie
- De organisatie MOET op de MACRO- omgeving anticiperen OF minimaal reageren.

(heeft kennis en begrijpt en past beperkt toe, in de volgorde mensen-processen-middelen) Aan het einde van het semester sluit de student het onderdeel met een MC toets af.

Hospitality:

Binnen hospitality maak je kennis met de belevingsgerichte wereld waarin de gast centraal staat. De gast bepaalt of in hoeverre hij/zij de organisatie als gastvrij ervaart. Vanuit hospitality mag je de opdrachtgever, je medewerker, leveranciers of andere stakeholders ook als gast zien. Tijdens de colleges wordt ingegaan op hoe je een hospitality experience kan ontwerpen en uitvoeren.

**Opgenomen in opleiding(en)**

Facility Management

**School(s)**

Instituut voor Future Environments

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.