

KURSBESKRIVELSE FOR Serviceledelse i reiselivet

1. Studium:	Bachelor i Reiseliv og Relasjonsledelse
2. Kurs:	Serviceledelse i reiselivet
3. Semester:	5. semester
4. Studiepoeng:	10 sp
5. Kursansvarlig:	Bård Tronvoll
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Gjennomført fagene Tjenestemarkedsføring, planlegging og kommunikasjon 15 sp og Organisasjon og ledelse 10 sp
8. Fagbeskrivelse:	Kurset tar opp en rekke karakteristika ved service- og tjenestebedrifter og påpeker hvilke utfordringer slike bedrifter har når det gjelder organisering og ledelse for å få en høy kundetilfredshet. Sentralt i kurset står ledelsesfaktorer som bidrar til skaping av kundetilfredshet og lojalitet. Det vektlegges ledelse av menneskelige ressurser i servicevirksomheter, i det å skape varige konkurransefordeler. Her taes opp faktorer som skal skape og tilrettelegge for et godt tjenestemøte/opplevelse. Kurset kommer også inn på fordeler og ulemper bruk av teknologi og dets innvirkning på kundenes oppfatning av servicetilbudet og selve serviceopplevelsen.
9. Mål:	Kurset skal gjøre studentene kjent med hva som kjennetegner servicevirksomheter og hva som menes med integrert serviceledelse. Videre skal kurset gi forståelse for hvordan man kan identifisere årsaker til gap mellom kundenes forventninger og opplevelse og ut fra dette forslå konkrete forbedringstiltak. Kurset skal også gjøre studentene kjent med nødvendigheten med en HRS- strategi i servicebedrifter. Ett mål med kurset er å vise hvordan man bør organisere virksomheten for

	<p>oppnå det man best kan kalle servicelederskap.</p>
10. Emneoversikt:	<p>Forstå tjenesteyting og serviceprosesser Særtrekk ved tjenesteytende bedrifter Forstå serviceprosessen og hvordan serviceledelsen sin betydning for denne Trender innenfor kundeservice Servicekvalitet og sammenhenger mellom bedriftens leveranse og kundens oppfatning Forstå kundens behov og forventninger Service profit chaine Identifisere kvalitetsgapene som kan forårsake manglende kundetilfredshet Teknologi i serviceledelse Teknologi som en del av servicelandskapet Ledelse av servicemøtet Kunders evaluering av service ytelse Kjøpprosessen for service Service som et integrert system Kunden som samskaper Organisering for servicelederskap Ansattes rolle i servicevirksomheter Rekruttering og rekrutteringsprosessen Kompetanseutvikling Personal-og lederutvikling Belønningssystemer og fordeler og ulemper med disse Ledelse i fremtidens servicevirksomheter Hvordan skape synergier i serviceledelse Hvordan lage ledende serviceorganisasjoner Klagehåndtering Kunders klageatferd Klagehåndteringssystemer Servicegarantier Serviceledelse og etikk</p>
11. Gjennomføring:	<p>Det vil bli gjennomført organisert undervisning gjennom forelesninger i klassen, veiledning enkeltvis og i grupper. I den organiserte undervisningen ligger det også diskusjoner og aktiv bruk av cases/oppgaver både</p>

	<p>individuellt og i gruppeøymed. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider. Studentene må videre påregne et betydelig forbruk av tid utover den tiden studentene tilbringer i klasserommet.</p>
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	<p>Tilbakemeldinger og veiledning i tilknytning til arbeidet med arbeidskrav og annet individuelt studentarbeid.</p> <p>Skriftlig hjemmeeksamen i grupper (40 %) og en individuell skriftlig 3-timers eksamen (60%).</p>
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo og Gremler, Dwayne David (2006), <i>Services marketing: integrating customer focus across the firm</i>, New York: McGraw-Hill/Irwin, 4th ed.</p> <p>og</p> <p>Normann, Richard (2000) <i>Service Management</i>, Cappelen Akademiske, Oslo, 3 utgave</p> <p>og</p> <p>Kompendium</p> <p>Beatty, S. E. & Gup, B. E. (1989) A Guide to Building A Customer Service Orientation, <i>Journal of Retail Banking Services</i>, Vol. 11, No. 2, pp. 15 – 22.</p> <p>Daniele, R. & Frew, A. J. (2004) From Intermediaries to Market-Makers: An Analysis of the Evolution of E-Mediarities, <i>Information and Communication Technologies in Tourism 2004: Proceedings of the International Conference in Cairo, Egypt, 2004</i>, Frew, A. J. (ed.), Wien, Springer, pp. 546-557.</p> <p>Den Hartog, D. N. & Verburg, M. R. (2002) Service Excellence from the Employees' Point of View: The Role of First Line Supervisors, <i>Managing Service Quality</i>, Vol. 12, No. 3, pp. 159-164.</p> <p>Farrell, K. & Whelan-Ryan, F. (1998) Yield Management – A Model for Implementation, <i>Progress in Tourism and Hospitality Research</i>, No. 4, pp. 267-277.</p> <p>Froehle, C. M., Roth, A. V., Chase, R. B. & Voss, C. A. (2000) Antecedents of New Service Development Effectiveness- An Exploratory Examination of Strategic Operations Choices, <i>Journal of Service Research</i>. Vol. 3, No. 1, pp. 3-17.</p> <p>Gilbert, D. C. (1996) Relationship Marketing and Airline Loyalty Schemes, <i>Tourism Management</i>, Vol. 17, No. 8, pp. 575-582.</p> <p>Gursoy, D., Chen, M., Kim, H. J. (2005) The US Airlines Relative Positioning Based on Attributes of Service</p>

	<p>Quality, <i>Tourism Management</i>, No. 26, pp. 57-67.</p> <p>Hansen, C. N. & Eringa, K. (1998) Critical Success Factors in Yield Management: A Development and Analysis, <i>Progress in Tourism and Hospitality Research</i>, No. 4, pp. 229- 244.</p> <p>Hartline, M. D. & Ferrell O. C. (1996) The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation, <i>Journal of Marketing</i>, Vol. 60 (October), pp. 52 – 70.</p> <p>Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., Schlesinger, L. A (1994) Putting the Service-Profit Chain to Work, <i>Harvard Business Review</i>, March-April, pp. 164-170.</p> <p>Owen, K., Mundy, R., Guild, W., & Guild, R. (2001) Creating and Sustaining the High Performance Organization, <i>Managing Service Quality</i>, Vol. 11, No. 1, pp. 10-21.</p> <p>Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, <i>Journal of Marketing</i>, Vol. 49 (Fall), pp. 41-50.</p> <p>Stephens, N. (2000) Complaining, <i>Handbook of Service Marketing and Management</i>, pp. 287-298.</p> <p>Sutton, J., Verginis, C. & Eltvik, L. (2003) Empowerment and Customer Satisfaction Strategies in Multi-Cultural Hotel Restaurant Environments: The Dubai Case, <i>Journal of Foodservice Business Research</i>, Vol. 6, No. 3, pp 77-104.</p> <p>Widmier, S. (2002) The Effects of Incentives and Personality on Salesperson's Customer Orientation, <i>Industrial Marketing Management</i>, Vol. 31, pp. 609 – 615.</p> <p>Wirtz, J. & Johnston, R. (2003) Singapore Airlines: What it Takes to Sustain Service Excellence– A Senior Management Perspective, <i>Managing Service Quality</i>, Vol. 13, No. 1, pp. 10-19.</p>
14. Anbefalt litteratur:	Blir satt opp på leksjonsplanen