

KURSBESKRIVELSE SEV3100 Serviceledelse

1. Studium/studier	Bachelor i Hotell- og relasjonsledelse Bachelor i Reiseliv og relasjonsledelse
2. Studieår/semester	2.studieår/3. semester (BHR2) 3.studieår/5. semester (BRR3)
3. Studiepoeng	10
4. Kursansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	50 timer.
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. 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 skaper verdi for kundene ved å forstå kundene på en genuin måte. Kurset skal også gi studentene forståelse for hvordan man kan identifisere årsaker til sviktende kundetilfredshet og hva som kan være aktuelle tiltak. Mål med kurset er å vise hvordan man bør organisere virksomheten for oppnå servicelederskap.
8. Innhold	Serviceledelse som forretningslogikk Ulike modellforståelser av serviceledelse Forstå tjenesteyting og serviceprosesser Særtrekk ved tjenesteytende bedrifter Forstå serviceprosessen og serviceledelsen sin betydning Trender innenfor kundeservice Servicekvalitet og sammenhenger mellom bedriftens leveranse og kundens oppfatning Forstå kundens behov og forventninger Identifisere kvalitetsgapene som kan forårsake manglende kundetilfredshet Teknologi i serviceledelse

	<p>Kunders evaluering av service ytelse</p> <p>Kjøpsprosessen</p> <p>Service som et integrert system</p> <p>Kunden som samskaper</p> <p>Organisering for servicelederskap</p> <p>Ansattes rolle i servicevirksomheter</p> <p>Rekruttering og rekrutteringsprosessen</p> <p>Kompetanseutvikling</p> <p>Personal- og lederutvikling</p> <p>Belønningssystemer og fordeler og ulemper med disse</p> <p>Sannhetens øieblikk</p> <p>Samskaping med kunden</p> <p>Klagehåndtering</p> <p>Kunders klageatferd</p> <p>Klagehåndteringssystemer</p> <p>Servicegarantier</p> <p>Innovasjonsorganisering</p> <p>Innovasjonsprosessledelse</p> <p>Prising av servicetilbud</p> <p>”Bundling” og ”unbundling”</p> <p>Hva er prispåbærere og kostnadsbærere</p> <p>Livssyklusverdi</p> <p>Prising av opplevelser</p> <p>Verdibasert prising</p>
9. Gjennomføring	<p>Det vil bli gjennomført organisert undervisning for begge klassene samlet – der pensum gjennomgås. Deretter deles klassene og resten av undervisning blir interaktiv og prosjektrelatert med vekt på problemorientering mot studentenes spesielle studieløp. Studentene må påregne individuelle presentasjoner av egne arbeider, og de må også påregne et betydelig forbruk av tid utover den tiden studentene tilbringer i klasserommet.</p>
10. Evaluering	<p>En individuell multiple choice eksamen på tre timer, alle</p>

	<p>hjelpemidler er tillatt. Denne vurderes til Bestått/Ikke bestått. En ukes skriftlig hjemmeeksamen basert på gruppeprosjektet teller 100 % av karakteren.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Verde, Patrick, red. 2008. <i>Kompendium: Serviceledelse</i>. Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania. Sider: ca. 200.</p> <p>Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner og Dwayne David Gremler. 2006. <i>Services marketing: integrating customer focus across the firm</i>. 4th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin. ISBN: 978-0-07-124496-1. Sider: 708. Pris: 615,-.</p> <p>Kompendium : Serviceledelse inneholder:</p> <p>Beatty, S. E. og B. E. Gupp. A Guide to Building a Customer Service Orientation. <i>Journal of retail banking services</i>, 11 (2):15. Sider: 7.</p> <p>Daniele, R. og A. J. Frew. 2004. From intermediaries to market-makers: an analysis of the evolution of e-mediaries. I <i>Information and communication technologies in tourism: proceedings of the International conference in Cairo, Egypt, 2004</i>, A. J. Frew (red.). Wien: Springer. Sider: 12 (546-557).</p> <p>den Hartog, Deanne N. og Robert M. Verburg. 2002. Service excellence from the employees' point of view: the role of first line supervisors. <i>Managing service quality</i>, 12 (3):159. Sider: 6 (159-164).</p> <p>Farrell, K. og F. W. Ryan. 1998. Yield management: a model for implementation. <i>Progress in tourism & hospitality Research</i>, 4(3):267. Sider: 11 (267-277).</p> <p>Froehle, Craig M., Aleda V. Roth, Richard B. Chase og Christopher A. Voss. 2000. Antecedents of new service development effectiveness: an exploratory examination of strategic operations choices. <i>Journal of service research</i>, 3 (1):3. Sider: 15 (3-17).</p> <p>Gilbert, D. C. 1996. Relationship marketing and airline loyalty schemes. <i>Tourism management</i>, 17 (8):575. Sider: 8 (575-582).</p> <p>Gursoy, Dogan, Chen Ming-Hsiang og Kim Hyun Jeong. 2005. The US airlines relative positioning based on attributes of service quality. <i>Tourism management</i>, 26 (1):57. Sider: 11 (57-67).</p>

<p>Hansen, C. N. og K. Eringa. 1998. Critical success factors in yield management: a development and analysis. <i>Progress in tourism & hospitality research</i>, 4 (3):229. Sider: 16 (229-244).</p> <p>Hartline, Michael D. og O. C. Ferrell. 1996. The management of customer-contact service employees: an empirical investigation. <i>Journal of marketing</i>, 60 (4):52. Sider: 19 (52-70).</p> <p>Heskett, James L., Thomas O. Jones, Gary W. Loveman, W. Earl Sasser Jr og Leonard A. Schlesinger. 1994. Putting the service-profit chain to work. <i>Harvard business review</i>, 72 (2):164. Sider: 7 (164-170).</p> <p>Owen, Keith, Ron Mundy, Will Guild og Robert Guild. 2001. Creating and sustaining the high performance organization. <i>Managing service quality</i>, 11 (1):10. Sider: 12 (10-21).</p> <p>Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, og Leonard L. Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. <i>Journal of Marketing</i>, 49 (4):41. Sider: 10 (41-50).</p> <p>Stephens, Nancy. 2000. Complaining. I <i>Handbook of services marketing & management</i>, T. A. Swartz and D. Iacobucci (red). Thousand Oaks: Sage. Sider: 12 (287-298).</p> <p>Sutton, John, Constantinos Verginis, og Lars Ettvik. 2003. Empowerment and customer satisfaction strategies in multi-cultural hotel restaurant environments: the Dubai case. <i>Journal of foodservice business research</i>, 6 (3):77. Sider: 28 (77-104).</p> <p>Widmier, Scott. 2002. The effects of incentives and personality on salesperson's customer orientation. <i>Industrial Marketing Management</i>, 31 (7):609. Sider: 7 (609-615).</p> <p>Wirtz, Jochen og Robert Johnston. 2003. Singapore Airlines: what it takes to sustain service excellence - a senior management perspective. <i>Managing Service Quality</i>, 13 (1):10. Sider: 10 (10-19).</p>
