

EMNEBESKRIVELSE SEV3100 Serviceledelse

| | |
|----------------------|---|
| 1. Studium/studier | Bachelor i Reiseliv og relasjonsledelse |
| 2. Studieår/semester | 3.studieår/5. semester |
| 3. Studiepoeng | 10 |
| 4. Emneansvarlig | Førstelektor Patrick Verde |
| 5. Antall timer | 50 timer. |
| 6. Forkunnskaper | Generell studiekompetanse |
| 7. Mål | Emnet skal gjøre studentene kjent med hva som kjennetegner servicevirksomheter og hva som menes med integrert serviceledelse. Videre skal emnet gi forståelse for hvordan man skaper verdi for kundene ved å forstå kundene – deres forventninger og deres opplevelse. Emnet skal gi studentene forståelse for hvordan man kan identifisere årsaker til sviktende kundetilfredshet og hva som kan være aktuelle tiltak. Mål med emnet 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 kvalitetsgap som kan forårsake manglende kundetilfredshet |

| | |
|------------------|--|
| | <p>Teknologi i serviceledelse</p> <p>Kunders evaluering av serviceytelse</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 øyeblikk</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 der pensum gjennomgås. 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. Denne vurderes til Bestått/Ikke bestått.</p> <p>En ukes skriftlig hjemmeeksamen basert på gruppeprosjektet</p> |

| | |
|----------------------|--|
| | teller 100 % av karakteren. |
| 11. Pensumlitteratur | <p>Mossberg, Lena. 2007. <i>Å skape opplevelser: fra ok til wow!</i> Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 978-82-450-0526-4. (207 s) Pris: 325,-</p> <p>Verde, Patrick, red. 2008. <i>Kompendium: turisme og service.</i> Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania. (ca 150 s.) Pris: ca 150,-</p> <p>Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner og Dwayne David Gremler. 2009. <i>Services marketing: integrating customer focus across the firm.</i> 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin. ISBN: 978-0-07-338093-3. (708 s.) Pris: 475,-</p> <p>Kompendium : turisme og service inneholder:</p> <p>Arnould, Eric J. og Linda L. Price. 1993. River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter. <i>Journal of Consumer Research</i> 20 (1):24.</p> <p>Babakus, Emin, Ugur Yavas, Osman Karatepe og Turgay Avci. 2003. The effect of management commitment to service quality on employees' affective and performance outcomes. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> 31 (3):272.</p> <p>Banker, Rajiv D., Gordon Potter og Dhinu Srinivasan. 2005. Association of Nonfinancial Performance Measures with the Financial Performance of a Lodging Chain. <i>Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly</i> 46 (4):394.</p> <p>Beatson, Amanda, Nick Lee og Leonard V. Coote. 2007. Self-Service Technology and the Service Encounter. <i>Service Industries Journal</i> 27 (1):75.</p> <p>Brown, Tom J., John C. Mowen, D. Todd Donovan og Jane W. Licata. 2002. The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self-and Supervisor Performance Ratings. <i>Journal of Marketing Research (JMR)</i> 39 (1):110.</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.</p> <p>Froehle, Craig M., Aleda V. Roth, Richard B. Chase og</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>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.</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.</p> <p>Holloway, Betsy Bugg og Sharon E. Beatty. 2008. Satisfiers and Dissatisfiers in the Online Environment: A Critical Incident Assessment. <i>Journal of Service Research</i> 10 (4):347.</p> <p>Kee-Fu Tsang, Nelson og John Ap. 2007. Tourists' Perceptions of Relational Quality Service Attributes: A Cross-Cultural Study. <i>Journal of Travel Research</i> 45 (3):355.</p> <p>Kwortnik, Robert J. 2007. Driving Demand for the Quarterdeck: A Case Study. <i>Cornell Hospitality Quarterly</i> 48 (3):323.</p> <p>Magnini, Vincent P. og Earl D. Honeycutt Jr. 2005. Face Recognition and Name Recall: Training Implications for the Hospitality Industry. <i>Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly</i> 46 (1):69.</p> <p>Mattila, Anna S. 2006. The power of explanations in mitigating the ill-effects of service failures. <i>Journal of Services Marketing</i> 20 (6/7):422.</p> <p>McGuire, Kelly A. og Sheryl E. Kimes. 2006. The Perceived Fairness of Waitlist-management Techniques for Restaurants. <i>Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly</i> 47 (2):121.</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.</p> <p>Severt, Denver og Paul D. Rompf. 2006. Consumers' Perceptions of Fairness and the Resultant Effect on Customer Satisfaction. <i>Journal of Hospitality & Leisure Marketing</i> 15 (1):101.</p> <p>Testa, Mark R. og Lori J. Sipe. 2006. A Systems Approach to Service Quality. <i>Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly</i> 47 (1):36.</p> |
|--|--|

| | |
|--|---|
| | <p>Yuksel, Atila. 2001. Measurement and Management Issues in Customer Satisfaction Research: Review, Critique and Research Agenda: Part One. <i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i> 10 (4):47.</p> <p>———. 2001. Measurement and Management Issues in Customer Satisfaction Research: Review, Critique and Research Agenda: Part Two. <i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i> 10 (4):81.</p> |
|--|---|