



Markedshøyskolen

EMNEBESKRIVELSE
SEK1100 Service og vertskap
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Hotelledelse
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førstelektor Kristen Albert Ellingsen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap</p> <p>Studentene skal ha innsikt i hva som menes med service og hvordan hotell- og overnattingsbedrifter kan jobbe systematisk for å forbedre kundeopplevd service. Sentralt er verktøy og virkemidler for å sikre et forutsigbart og jevnt servicenivå. Undervisningen er forankret i gjeldende teori, praksis og forskning på området.</p> <p>Ferdigheter</p> <p>Studentene skal kunne analysere, eksemplifisere og diskutere den praktiske betydningen de faglige elementene som inngår i kurset har for ledelse av hotell- og overnattingsbedrifter. Studentene skal ha tilegnet seg nødvendige ferdigheter til på egenhånd å kunne planlegge og gjennomføre enklere tiltak for å forbedre kundeopplevd service.</p> <p>Generell kompetanse</p> <p>Studentene skal ha innsikt i grunnleggende utfordringer ved serviceledelse, og hvordan denne tilnærmingen kan brukes som et konkurransefortrinn for hotell- og overnattingsbedrifter. Studentene forventes å kunne innta en kritisk holdning til mindre kunnskapsbaserte litteratur- og konsulentbidrag innen fagområdet.</p>

7. Innhold	<p>Emnet skal ta for seg sentrale problemstillinger innenfor fagområdet, slik som:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Service og vertskapsområdets røtter. • Service som verdiskapende prosesser (S-D logikk). • Tjenesteproduktets særegenhet og konsekvenser av dette • Servicekvalitet – kundetilfredshet og tilfredshetsmålinger • Kundeforståelse – forventninger og opplevelse • Det personlige kundemøtet – roller, dynamikk og kvalitetssikring (GAP). • Segmentering og servicestrategi • Vilkår for, og tilnærming til, serviceinnovasjon • Operasjonell styring og oppfølging
8. Gjennomføring	<p>Emnet vil bli undervist gjennom forelesninger, gruppearbeid og caseløsninger. I den grad det er mulig vil det søkes å ta inn gjesteforelesere og/eller legge inn bedriftsbesøk som en del av undervisningen. Det forventes en betydelig egeninnsats fra studentenes side.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Caserelaterte oppgaver og eksempler vil inngå som en sentral del av undervisningen.</p>
10. Vurdering	<p>En gruppeoppgave (14 dager) i løpet av semesteret, som teller 40 %.</p> <p>En avsluttende individuell skriftlig eksamen, på 3 timer, som teller 60 %.</p> <p>Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur ¹	<p>Andreassen, Tor Wallin. 2006. <i>Serviceledelse: Planlegging og styring av sannhetens øyeblikk</i>. 5. utg. Oslo: Gyldendal akademisk forlag. ISBN: 9788205352865. Sider: 332. Pris: 449,-</p> <p>Kohli, Ajay K. og Bernard J. Jaworski. 1990. "Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications." <i>Journal of Marketing</i>, 54(2):1-18. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco:</p>

¹ Med forbehold om prisendringer

	<p>http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=9602205182&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Tronvoll, Bård. 2008. "A dynamic model of customer complaining behavior from the perspective of service-dominant logic." <i>European Journal of Marketing</i>, 46(1/2):284-305. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Emerald: http://dx.doi.org/10.1108/03090561211189338]</p> <p>Vargo, Stephen L. og Robert F. Lusch. 2008. "Service-dominant logic: continuing the evolution." <i>Journal of Academy Science</i>, 36(1):1-10. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=31334809&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Kompendium for SEK1100 og SVK2100 Service og vertskap selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Blindheim Trond. 2005. "Segmentering ved reisens start." I Ellingsen og Mehmetoglu (red.) <i>Perspektiver på markedsføring av reiseliv</i>, 132-155. Bergen: Fagbokforlaget.</p> <p>Dokk Holm, Erling. 2010. "Interaktive tjenestemøter." I Døving og Svensson (red.) <i>Leksjoner i markedsvitenskap</i>, 237-259. Oslo: Abstrakt forlag.</p> <p>Gyimóthy, Szilvia. 2005. "Servicekvalitet innen turistnæringen." I Ellingsen og Mehmetoglu (red.) <i>Perspektiver på markedsføring av reiseliv</i>, 198-213. Bergen: Fagbokforlaget.</p> <p>Sværi, Sander. 2010. "Rettferdighet og følelser i tjenestemøter." I Døving og Svensson (red.) <i>Leksjoner i markedsvitenskap</i>, 217-236. Oslo: Abstrakt forlag.</p> <p>Tronvoll, Bård. 2005. "Faktorer som påvirker servicekvalitet", I Ellingsen og Mehmetoglu (red.) <i>Perspektiver på markedsføring av reiseliv</i>, 214-234. Bergen: Fagbokforlaget.</p> <p>Dagsaktuelle artikler vil kunne bli lagt ut på It's Learning, eller delt ut i klasserommet. Disse vil også være å betrakte som en del av pensum.</p>
12. Anbefalt litteratur	Andreassen, Tor Wallin og Fred Selnes. 2001. <i>Serviceheltene</i> . [Nesbyen]: Stølen Media. ISBN: 9788292296011.

	<p>Grönroos, Christian. 1997. <i>Markedsføring av tjenester</i>. 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk. ISBN: 9788245602678.</p> <p>Kandampully, Jay A. 2007. <i>Services management: The new paradigm in hospitality</i>. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall. ISBN: 9780131916548.</p>
--	---