



EMNEBESKRIVELSE
SVK2100 Service og vertskap
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiseliv (kullene 2010-13/2011-14/2012-15) Bachelor i Reiselivsledelse (kull 2013-16)
2. Semester	3. semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førstelektor Kristen Albert Ellingsen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studentene skal ha innsikt i hva som menes med service og hvordan de ansatte i norske reiselivsbedrifter kan jobbe systematisk for å forbedre kundeopplevd service. Sentralt er verktøy og virkemidler for å sikre et forutsigbart og jevnt servicenivå.</p> <p>Ferdigheter Studentene skal kunne analysere, eksemplifisere og diskutere den praktiske betydningen de faglige elementene som inngår i kurset har for ledelse av norske reiselivsbedrifter. 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 Studentene skal ha innsikt i grunnleggende utfordringer ved serviceledelse, og hvordan denne tilnærmingen kan brukes som et konkurransefortrinn for norske reiseliv. 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	Undervisningen er forankret i gjeldende teori, praksis og forskning på området. 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.
9. Samfunns-/næringslivkontakt	Caserelaterte oppgaver og eksempler vil inngå som en sentral del av undervisningen.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt opptil 2 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Andreassen, Tor Wallin. 2006. <i>Serviceledelse: Planlegging og styring av sannhetens øyeblikk</i> . 5. utg. Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN: 9788205352865. Sider: 332. Pris: 469,- 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 via CK-biblioteket]. Tronvoll, Bård. 2012. "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 via CK-biblioteket]. Vargo, Stephen L. og Robert F. Lusch. 2008. "Service-dominant logic: continuing the evolution." <i>Journal of Academy of Marketing Science</i> , 36(1):1-10. [Tilgjengelig via CK-biblioteket] Kompendium for SEK1100 og SVK2100 Service og vertskap selges på Norli i Kirkegata, og inneholder: Blindheim Trond. 2005. "Segmentering ved reisens start." I Ellingsen og Mehmetoglu (red.) <i>Perspektiver på markedsføring av reiseliv</i> , 132-155. Bergen: Fagbokforlaget.

¹ Med forbehold om prisendringer

	<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>Samlet sidetall: 464.</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	<p>Andreassen, Tor Wallin og Fred Selnes. 2001. <i>Serviceheltene</i>. Nesbyen: Stølen Media. ISBN: 9788292296011.</p> <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>