

Guia docent de l'assignatura "Gestió del servei i atenció al client"

1. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Gestió del servei i atenció al client
- ✓ **Codi:** 101223
- ✓ **Titulació:** Grau de Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2018-19
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Optativa
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** semestral
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Anglès
- ✓ **Professorat:** Laura Lizbeth Martínez Almuina
- ✓ **Correu electrònic:** lauralizbeth.martinez@uab.cat

2. PRESENTACIÓ

El turisme és un sector de serveis. La gestió de serveis té punts en comú amb la gestió de productes, però té dos diferències fonamentals que tot *turistòleg* ha de conèixer i saber com gestionar. Aquestes dues diferències són la participació del client en l'elaboració del servei i la impossibilitat d'emmagatzemar el serveis (els serveis no venuts avui es perden).

La participació del client en la producció de serveis (també anomenada servucció), és la més important per aquesta assignatura, ja que ens obliga, a no només orientar el servei al client sinó que, a més a més, hem de gestionar aquesta participació.

La multiculturalitat també és un tema rellevant amb aquesta assignatura. La possibilitat de tenir clients, treballadors, col·laboradors... amb diferents maneres de treballar i percebre els serveis, ens obliga a planificar estratègies i línies d'actuació. En serveis no hi ha la possibilitat de zero defectes i hem de gestionar la recuperació del servei de manera satisfactòria per la majoria dels nostres clients.

Per últim, les novetats del web 2.0 i serveis mòbils també afectaran a la gestió del serveis i l'atenció del clients. Veurem que s'està fent i que es podria fer.

L'enfocament de l'assignatura és molt pràctic i es pretén que els continguts teòrics s'apliquin en forma d'exercicis, simulacions de casos, així com d'altres activitats complementàries.

3. OBJECTIUS FORMATIUS

A final del curs l'alumne/a haurà de/d':

1. Diferenciar els conceptes de producció i servucció i les seves implicacions per les empreses turístiques.
2. Conèixer com gestionar la participació del client en la creació de serveis
3. Conèixer el principals generadors de conflictes dins la gestió de serveis
4. Modelitzar sistemes de respostes adequats davant de conflictes
5. Conèixer les principals funcions dels sistemes de gestió de la relació amb clients: Customer Relationship Management (CRM)
6. Modelitzar la integració dels sistemes CRM amb el model de negoci de l'empresa.
7. Valorar com las noves tecnologies i la multiculturalitat poden afectar la gestió del servei i l'atenció del client.
8. Modelitzar un sistema organitzatiu capaç de recollir informació del client i personalitzar els serveis oferts en un entorn multicultural i tecnològicament avançat.
9. Aplicar l'instrumental metodològic, reflexiu i crític en anàlisi d'una empresa turística en relació a les seves actuacions de gestió de serveis i atenció al client
10. Demostrar que ha adquirit una capacitat de comunicació verbal i escrita correcta.
11. Aplicar correctament el programa informàtic del Power Point per a articular un discurs expositiu i argumentatiu.
12. Aplicar les funcionalitats bàsiques d'eines informàtiques relacionades amb la gestió de serveis i atenció al client.

4. COMPETÈNCIES I RESULTATS D'APRENTATGE

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE4. Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques (econòmic-financer, recursos humans, política comercial, mercats, operatiu i estratègic) en els diferents àmbits del sector.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE4.9. Aplicar els conceptes d'empresa relacionats amb els productes i organitzacions turístiques en els diferents àmbits del sector i de les seves activitats.

CE13. Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE13.7. Proposar solucions alternatives de manera creativa als problemes en a la planificació i en la gestió de departaments, activitats o serveis de noves àrees del sector turístic així com a entitats i productes turístics singulars.

COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma

CT2. Ser capaç d'autoavaluar els coneixements adquirits.

CT4. Gestionar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT8. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.

CT10. Treballar en equip

5. TEMARI I CONTINGUTS

1) Diferències entre producció i servució

1-1. Orientació de l'empresa al client

1-2. Integració del client en la servució

1-3. Maslow per organitzacions: Casos pràctics reals i amb èxit.

2) Estructures organitzatives orientades al client

2-1) Llocs de treball, empreses i cadenes de valor

2-2) Estats mentals organitzatius

2-3) Organitzacions autònomes i replicables

2-4) Casos pràctics aplicats a la restauració i empreses d'allotjament:

- Llistes d'espera
- Revenue Management

3) Eines de control i gestió del servei

3-1) CRM: Gestió de la relació amb el client

3-2) Programes de fidelització: Mites i Realitats

3-3) Gestió i control de la Qualitat en serveis

3-4) La recuperació de serveis. Que fer quan apareix un error?

4) Globalització i Noves Tecnologies: Impactes en la gestió de servei

4-1) Multiculturalitat: Impacta en la percepció del servei

4-2) Web 2.0 i gestió del servei

4-3) Aplicacions mòbils

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

Eliza Ching Yick Tse and Suk-Ching Ho "Service Quality in the Hotel Industry: When Cultural Contexts Matter" *Cornell Hospitality Quarterly* 2009; 50; 460-474.

E.R. Cadotte and N. Turgeon, "Key Factors in Guest Satisfaction," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 28, No. 4 (February 1988), pp. 45–51.

Kelly A. Mcguire and Sheryl E. Kimes "The Perceived Fairness of Waitlist-management Techniques for Restaurants" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 2006; 47; 121

Leadbeater, Charles. "We think" Profile Books, 2009

Michael D. Hartline, Barbara Ross Wooldridge and Keith C. Jones "Guest Perceptions of Hotel Quality: Determining Which Employee Groups Count Most" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 2003; 44; 43

Michael McCall and Clay Voorhees "The Drivers of Loyalty Program Success: An Organizing Framework and Research Agenda" *Cornell Hospitality Quarterly* 2010; 51; 35 originally published online Dec 7, 2009;

7. METODOLOGIA DOCENT

La metodologia de l'assignatura es basa no només en les exposicions magistrals del professor de l'assignatura, sinó, paral·lelament, en diverses activitats (comentaris de textos, treballs d'ampliació, intervencions orals, anàlisi de senzilles decisions diàries...), amb la preocupació de fer participar i provocar les inquietuds intel·lectuals i emocionals de l'alumne mitjançant diversos tipus d'activitats. En concret, aquestes activitats que seran realitzades tant en equip com de forma individual configuren l'avaluació continua de l'assignatura. Aquells alumnes que no superin aquesta avaluació continua hauran de presentar-se a l'examen final.

Per a la realització i avaluació de les activitats d'avaluació continua es treballarà en grups i es realitzaran tutories per part del docent amb els grups. En termes cronològics l'adequat seguiment del curs d'un alumne implica, de forma general, les següents etapes:

1. Assistència a la sessió general.
2. Treball personal: Complement amb lectura de la bibliografia bàsica i amb les presentacions i exercicis disponibles al campus virtual
3. Treball personal: Lectura i anàlisi del text, realització dels exercicis, i gràfics.
4. Discussió en grups de treball: Comentari i discussió del treball personal. Generació de preguntes a fer al docent.
5. Sessió del grup de treball amb el docent: discussió de les preguntes i dels principals objectius.
6. Preparació de memòria i presentació en grups de treball
7. Presentació oral davant docent i resta del grup.

Un cop finalitzades les setmanes lectives i en cas de no haver superat l'avaluació continuada:

8. Estudi personal per a la preparació de l'examen escrit
9. Realització de l'examen escrit

ACTIVITATS FORMATIVES

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	40	1.60	C13.7. , C4.9, CT8
Resolució casos pràctics	4	0.16	C13.7. , C4.9, CT1, CT2
Presentació pública de treballs	12	0.48	C13.7. , C4.9, CT4
Tipus: Supervisades			
Tutories	22	0.88	C13.7. , C4.9, CT4
Tipus: Autònomes			
Resolució casos pràctics	12	0.48	C13.7. , C4.9, CT1
Elaboració de treballs	36	1.44	C13.7. , C4.9, CT1, CT10
Elaboració de treballs	24	0.96	C13.7. , C4.9

8. SISTEMA D'AVALUACIÓ

A) AVALUACIÓ CONTINUA:

L'avaluació d'aquesta assignatura consta del següent sistema:

- La realització de totes les presentacions a presentar a les sessions pactades, que valdran un **40% de la nota final**.
- L'assistència i realització d'exercicis i activitats proposades pel docent, com a visites, etc. que valdran un **50% i un 5%** respectivament de la nota final
- La realització d'un examen final, que valdrà un **5% de la nota final**

Per tal de fer promig en la nota final cal obtenir com a mínim un 5 sobre 10 en cadascuna de les parts objecte d'avaluació.

Per la part pràctica es valorarà una presentació formal correcta i una elaboració acurada.

B) AVALUACIÓ ÚNICA: Examen final (tota la matèria).

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH).

Hi haurà un únic tipus d'examen final, no havent diferència entre els alumnes que no hagin superat satisfactòriament l'avaluació continua i aquells que no l'hagin seguit.

C) RE-AVALUACIÓ:

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH). Adreçada als alumnes que a l'avaluació final hagin obtingut una nota igual o superior a 3,5 i menor de 5, es podran presentar a la re-avaluació. La qualificació màxima d'aquesta re-avaluació no superarà el 5 com a nota final.

ACTIVITATS D'AVALUACIÓ

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exercicis	5%	7,5	0,3	C13.7 , C4.9, CT4
Presentacions	40%	60	2,4	C13.7 , C4.9, CT1, CT2, CT10

Examen final / Cas Pràctic	5%	7,5	0,3	C13.7, C4.9, CT8
Assistència	50%	75	3	C13.7 , C4.9, CT4

9. PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	Visió de l'assignatura: Que farem i com aprovarem	- Classe magistral	3
2 i 3	Visió de l'assignatura: Resum dels temes a tractar Tema 1) Diferències entre producció i servei	- Classe magistral - Exercís i casos pràctics - Dinàmica de grup	6
4 i 5	Tema 2) Estructures organitzatives orientades al client	- Classe magistral - Exercís i casos pràctics - Dinàmica de grup	6
6 i 7	TEMA 3) Eines de control i gestió del servei	- Classe magistral - Exercís i casos pràctics - Dinàmica de grup	6
8 i 9	Tema 4) Globalització i Noves Tecnologies: Impactes en la gestió de servei	- Classe magistral - Exercís i casos pràctics - Dinàmica de grup	6
10, 11,12,13 i 14	Anàlisi del temari, ponents convidats, visites i presentacions	- Classe magistral - Exercís i casos pràctics - Dinàmica de grup	15
15	Preparació de l'examen	- Exercís i casos	3

	final	pràctics - Dinàmica de grup	
--	-------	--------------------------------	--

10. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

Durant les classes es posen exemples extrets de la realitat empresarial d'empreses i destinacions turístiques. L'objectiu és que els alumnes vegin oportunitats per crear noves empreses o innovar les existents, sigui com treballadors, emprenedors o consultors. Per això, els alumnes hauran de resoldre casos pràctics i argumentar les seves idees, tot aprenent dinàmiques de grup, davant del docent i la resta de companys.

La metodologia d'ensenyament ha estat dissenyada pel docent de l'assignatura, fruit dels seus 20 anys d'experiència en la formació universitària en el sector turístic. Incorpora aspectes de dinàmica de grup i utilització de metodologies web 2.0