

Titulació	Tipus	Curs
Direcció Hotelera	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Jordi Datzira Masip

Correu electrònic: jordi.datzira@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha

Objectius

L'objectiu principal d'aquesta assignatura és el d'explorar la naturalesa i característiques dels serveis, així com entendre com es desenvolupen i gestionen, tant des del punt de vista professional, com tècnic. També analitzarem les implicacions de la gestió dels serveis en turisme i hoteleria.

El curs té els següents objectius d'aprenentatge:

- Entendre els principis de la gestió dels serveis.
- Diferenciar els tipus de serveis i com poden ser desenvolupats i gestionats.
- Reconèixer la importància dels factors lligats a servei al client i la seva satisfacció.
- Desenvolupar habilitats de gestió dels serveis turístics.
- Entendre les eines de gestió per desenvolupar la indústria dels serveis.
- Analitzar com la tecnologia modela el present i futur dels serveis al client.

Competències

- Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
- Definir i aplicar els objectius, les estratègies i les polítiques comercials a les empreses d'hoteleria i de restauració.
- Definir i aplicar la direcció i gestió (management) dels diferents tipus d'organitzacions al sector de l'hoteleria i la restauració.
- Demostrar habilitats de lideratge en la gestió dels recursos humans en les empreses hoteleres i de restauració.
- Demostrar orientació i cultura de servei al client.
- Demostrar que comprèn la relació i l'impacte dels sistemes d'informació en els processos de gestió de les empreses d'hoteleria i restauració.
- Demostrar visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.

- Elaborar plans de comercialització i promoció de les empreses dels sectors de l'hoteleria i la restauració, especialment en el camp de la comercialització en línia.
- Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Gestionar i organitzar el temps.
- Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
- Treballar en equip.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
2. Aplicar la política comercial a les empreses hoteleres partint de les seves característiques distintives.
3. Aplicar les tècniques i pràctiques de management al sector hoteler i, en general, a l'hostaleria.
4. Demostrar habilitats de lideratge en la gestió dels recursos humans en les empreses hoteleres i de restauració.
5. Demostrar orientació i cultura de servei al client.
6. Demostrar visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
7. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
8. Estudiar els sistemes informàtics d'informació genèrics i específics i adaptar-los a les empreses d'hoteleria.
9. Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
10. Gestionar i organitzar el temps.
11. Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
12. Presentar i detallar plans específics de promoció i comercialització per a empreses hoteleres, incloent-hi especialment els mitjans en línia.
13. Treballar en equip.

Continguts

Introducció de l'assignatura Organització hotelera i atenció al client

Tema 1: Naturalesa del servei i característiques

Tema 2: Estratègies de gestió de les operacions i la qualitat

Tema 3: El concepte de servei: Servicescape

Tema 4: Qualitat, productivitat i satisfacció

Tema 5: Gestió de la capacitat del servei

Tema 6: Gestió de la qualitat del servei

Tema 7: El procés d'entrega del servei: Blueprint

Tema 8: Marketing intern

Tema 9: Errors de servei i recuperació

Tema 10: Tecnologia aplicada a la gestió del servei en turisme i hoteleria

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-------	------	--------------------------

Tipus: Dirigides

Classes teòriques	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Presentació pública de treballs	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Resolució casos pràctics	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Tipus: Supervisades

Tutories	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11
----------	---	-----	-----------------------------

Tipus: Autònomes

Elaboració de treballs	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Estudi	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Resolució casos pràctics	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

La metodologia de treball es basa en l'avaluació continua, combinant continguts teòrics, activitats pràctiques a classe, recerca i anàlisis, presentacions i informes. L'assistència i la participació a classe durant el semestre també serà avaluada. Així doncs, les classes seran en format seminari per promoure la participació activa dels estudiants. És important remarcar que el material teòric del curs és necessari per dur a terme les activitats d'avaluació. Nocions teòriques fonamentals i qüestions específiques de la gestió del servei seran debatudes a classe i aplicades a casos pràctics.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes compleixin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitat 1 (grup): Informe del servei	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Activitat 2 (grup): Presentació del pla d'entrega del servei	25%	1,5	0,06	2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13
Activitats pràctiques a classe	20%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Assistència i participació	15%	0,5	0,02	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13
Evaluació final de semestre	20%	0	0	2, 3, 6, 8, 11, 12

Avaluació Continua

L'avaluació continua es compon de dos activitats d'un projecte (en grups reduïts), dos activitats pràctiques a classe, avaluació final de semestre, i la participació i assistència a classe. Per aprovar l'avaluació continua, els

estudiants han d'assolir un mínim de 3,5 sobre 10 en les activitats d'avaluació. Sinó, els estudiants hauran de fer l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Avaluació única

L'avaluació única es compon de tres activitats individuals a entregar durant el semestre, i l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Títol	Pes
-------	-----

Assessment 1: Informe: Service concept	20%
---	-----

Assessment 2: Presentació i vídeo: Service delivery management	20%
--	-----

Assessment 3: Informe final: Service delivery management	20%
--	-----

Avaluació final	40%
--------------------	-----

Avaluacions (avaluació final de semestre, avaluació final, i re-avaluació)

Les avaluacions inclouen el següent format en tres parts:

- Part 1: Quiz (15%)
- Part 2: Preguntes curtes (30%)
- Part 3: Preguntes llargues (50%)

Bibliografia

Bibliografia obligatòria:

Lovelock, C., Patterson, P. G., and Wirtz, J. (2015). Service Marketing. An Asia-Pacific and Australian perspective. (6th Ed.). Melbourne: Pearson Australia.

Bibliografia recomanada:

ADA (Americans with Disabilities Act): ADA Accessibility Guidelines (ADAAG) for buildings and facilities. <https://www.access-board.gov/adaag-1991-2002.html> (accessed 29 August 2022).

Aksoy, L., Choi, S., Dogru, T., Keiningham, T., Lorenz, M., Rubin, D. J., and Tracey, B. (2022). Global trends in hospitality. *Journal of Business Research*, 142, 957-973. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.068>.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71.

Bitner, M.J., Ostrom, A.L., and Morgan, F.N. (2008). Service blueprinting: a practical technique for service innovation. *California Management Review*, 50, 66-94.

Breidbach, C. F., Kolb, D. G., and Srinivasan, A. (2013). Connectivity in Service Systems: Does Technology-Enablement Impact the Ability of a Service System to Co-Create Value? *Journal of Service Research*, 16(3), 428-441. DOI: <https://doi.org/10.1177/1094670512470869>

Cadotte, E.R., Turgeon, N. (1988). Key Factors in Guest Satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(4), 45-51.

Ching Yick Tse, E., Ho, S-C. (2009). Service Quality in the Hotel Industry: When Cultural Contexts Matter. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(4), 460-474.

Clinehens, J. (2019). Creating a CX That Sings: An Introduction to Customer Journey Mapping for Marketers. Independently published.

Fick, G. R., & Brent Ritchie, J. R. (1991). Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 30(2), 2-9. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759103000201>

Florićić, T. (2020). Sustainable Solutions in the Hospitality Industry and Competitiveness Context of "Green Hotels". *Civil Engineering Journal*, 6(6), 1104-1113.

Jacobs, S. (2023). Top 10 Trends Impacting the Hospitality Industry. <https://www.smartmeetings.com/tips-tools/74256/top-10-trends-impacting-hospitality-industry> (accessed 09 June 2023).

Heskett, J.L., Sasser, W.E. and Hart, C.W.L. (1990), Breakthrough Service. New York: The Free Press.

Kazemzadeh, Y., Milton, S., K., and Johnson, L. W. (2015). An explication of three service business process modelling approaches. *Australian Journal of Business and Economic Studies*, 1(2), 40-53.

Lee, Y. L., and Hing, N. (1995). Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *International Journal of Hospitality Management*, 14(3-4), 293-310. DOI: [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00037-2](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00037-2)

Lombarts, A. (2018). The hospitality model revisited: Developing a hospitality model for today and tomorrow. *Hospitality & Society*, 8(3), 297-311. DOI: [10.1386/hosp.8.3.297_7](https://doi.org/10.1386/hosp.8.3.297_7)

Lovelock, C. (1992), Managing Services: Marketing, Operations and Human Resources (2nd Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Lovelock, C., Patterson, P. G., and Wirtz, J. (2015). Service Marketing. An Asia-Pacific and Australian perspective. (6th Ed.). Melbourne: Pearson Australia.

Ma, E., Bao, Y., Huang, L., Wang, D., and Kim, M. (Sunny). (2023). When a Robot Makes Your Dinner: A Comparative Analysis of Product Level and Customer Experience Between the U.S. and Chinese Robotic Restaurants. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(2), 184-211. DOI: <https://doi.org/10.1177/19389655211052286>

Maglio, P. P., and Spohrer, J. (2013). A service science perspective on business model innovation. *Industrial Marketing Management*, 42(5), 665-670. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.05.007>.

McCall, M., and Voorhees, C. (2010). The Drivers of Loyalty Program Success: An Organizing Framework and Research Agenda. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(1), 35-52.

Mcguire, K.A., and Kimes, S.E. (2006). The Perceived Fairness of Waitlist-management Techniques for Restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(2), 121-134.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. DOI: <https://doi.org/10.2307/1251430>

[Pinho, N.](#), [Beirão, G.](#), [Patrício, L.](#), and [P. Fisk, R.](#) (2014). Understanding value co-creation in complex services with many actors. *Journal of Service Management*, 25(4), 470-493. DOI: <https://doi.org/10.1108/JOSM-02-2014-0055>

Ransley, J., and Ingram, H. (2004). Developing hospitality properties and facilities. (2nd Ed.). Abingdon: Routledge.

Roger, H. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 7(4), 27-42. DOI: 10.1108/09564239610129931

Stipanuk, D. M. (2006). Hospitality facilities management and design. Lansing: Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.

[Timur, S.](#) and [Getz, D.](#) (2008), A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461. DOI: <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>

United National World Tourism Organisation (UNWTO) [Tourism in the 2030 Agenda](#). [Tourism in the 2030 Agenda | UNWTO](#) (accessed 20 September 2022).

Webb, N. J. (2016). What Customers Crave: How to Create Relevant and Memorable Experiences at Every Touchpoint. Amacom.

World Travel and Tourism Council (WTTC) Hotel Sustainability Basics. [WTTC Hotel Sustainability Basics](#) (accessed 20 September 2022).

Programari

No n'hi ha.

Grups i idiomes de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Anglès	primer quadrimestre	matí-mixt