



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2013/2014

## **BST 2013 Tourism Management - opplevelsebasert verdiskaping**

### **Studium**

Valgkurs

### **Kursansvarlig**

Sølvi Lyngnes

### **Institutt**

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

### **Semester**

Se studieplan for aktuelt studium

### **Studiepoeng**

15

### **Undervisningsspråk**

Norsk

### **Innledning**

Dette kurset vil i kombinasjon med BTH Tourism Management utgjøre en fordypning på 30 studiepoeng og gi påskrift om fordypning på vitnemålet. Det gjelder for studenter på Bachelorstudiet i markedsføring. Andre studenter kan velge kurset som et valgkurs i sitt 3. studieår.

BST 2013 Tourism Management overlapper med kurset RLS 3584

Opplevelseøkonomi slik at studenten ikke kan ta begge kursene.

Reiselivet er i stadig endring og utvikling. Reiseliv er verdens hurtigst voksende næringsområde. Konkurrerende virksomheter etablerer seg samtidig som eksisterende skal posisjonere seg for å være attraktive. Reisevaner og trender endres, finanskrisen strammer inn den reisendes forbruk og ny teknologi påvirker alt i fra distribusjon, kommunikasjon til den reisendes atferd. Norge et høykostland, som må levere kvalitetsprodukter med opplevelsesverdier som er tilpasset målgruppens behov, motiver og ferdigheter. Kurset handler om å utvikle og tilrettelegge reiselivsbedrifter på en slik måte at de blir attraktive og innovative opplevelsesbedrifter, som leverer høy servicekvalitet. Slik innsikt vil gi økt konkurransekraft og verdiskaping både for bedrift, kunde og destinasjon.

### **Læringsmål**

#### **Kunnskapsmål**

Studentene skal gjennom kurset tilegne seg grunnleggende forståelse for turisme som fenomen og næring. Studenten skal videre tilegne seg forståelse for og innsikt i det særegne ved reiselivsproduktene og konsekvenser av at konsumentene kommer til produktet og ikke omvendt. Studentene skal kunne forstå hvordan entreprenører, bedrifter og destinasjoner innen reiseliv kan arbeide strategisk med opplevelsesproduksjon og servicekvalitet. Etter endt kurs skal studentene være kjent med og forklare teorier, redskaper og metoder for å kunne utføre opplevelsesproduksjon og effektiv kvalitetsledelse i ulike typer reiselivsbedrifter.

#### **Ferdighetsmål**

Studentene skal kunne analysere, implementere og tilrettelegge strategier for entreprenører, bedrifter og destinasjoners utvikling innen feltet opplevelsesproduksjon. Studentene skal også kunne implementere kvalitetsledelsesverktøy i reiselivsbedrifter. Relevante administrative verktøy skal kunne anvendes både på nye og eksisterende bedrifter.

#### **Holdningsmål**

Studentene skal tilegne seg grunnlag for etisk refleksjon og kritisk tenkning i de utfordringer som ligger i å utvikle opplevelser i turisme og reiseliv basert på kultur, natur og samfunn. Etske dimensjoner slik som bærekraft og sosialt ansvar vektlegges.

## Forkunnskaper

Kurset forutsetter 2 års høyskoleutdanning innen økonomi og administrasjon, markedsføring eller tilsvarende.

## Obligatorisk litteratur

### Bøker:

Mossberg, Lena M. 2007. Å skape opplevelser. Fra OK til WOW. Fagbokforlaget. (200 sider)  
Reve, Torger og Amir Sasson. 2012. Et kunnskapsbasert Norge. Universitetsforlaget. Kapittel 1, 2 og 14  
Weaver, David B., Laura Lawton. 2010. Tourism management. 4th ed. Wiley. 420 sider

### Artikkelsamling:

Lyngnes, S. og Iversen, N. M. 2013. Artikkelsamling: Tourism management - opplevelsesbasert verdiskaping. 1. utg. Handelshøyskolen BI. 350 sider

### Annet:

NDH. 2012. Destinasjon Norge, regjeringens reiselivsstrategi. [www.regjeringen.no](http://www.regjeringen.no). 90 sider

## Anbefalt litteratur

### Emneoversikt

#### Introduksjon til reiseliv som fag, fenomen og næring

- Reiseliv som system
- Destinasjoner og destinasjonsutvikling
- Reiselivsproduktet: overnatting, servering, transport, attraksjoner og aktiviteter, organisasjoner,
- Økonomiske virkninger av reiseliv
- Konsekvenser og virkninger for natur, kultur og samfunn

#### Servicekvalitet i reiselivet: konsepter og dimensjoner

- Servicekvalitet og markedsorientering
- Servicekvalitet og kundetilfredshet
- Servicekvalitet som konkurransefortrinn
- Servicekvalitet og teknologi
- Servicepersonalets rolle og servicekvalitet

#### Opplevelsesøkonomi: begreper, fenomen og praksis

- Perspektiver og teorier i opplevelsesproduksjon
- Attraksjoner og aktiviteter, transport, overnatting og servering som opplevelsesprodusenter
- Design og tilrettelegging for opplevelser
- Innovasjon i opplevelsesbedrifter og destinasjoner
- Merkevarer- og omdømmebygging i opplevelsesøkonomien
- Verdiskaping, hvordan og for hvem

## Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

## Læreprosess og tidsbruk

Kurset består av forelesninger, foredrag, ekskursjoner, studentpresentasjoner, diskusjoner og ulike former for veiledning og tilbakemelding. Det forventes av studentene at de er godt forberedt til timene og deltar i det som er planlagt i detaljert plan ved semesterstart.

I kurset skal studentene gjennomføre en prosjektoppgave. Prosjektoppgaven løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Det blir gitt tilbakemelding og veiledning basert på innlevert materiale og presentasjon.

Anbefalt tidsbruk for studentene

| Aktivitet                                                                     | Timer      |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Deltagelse i undervisningen, presentasjon av oppgaver                         | 81         |
| Veiledning                                                                    | 2          |
| Forberedelse til undervisning og eksamen, arbeid oppgaver, litteraturstudier. | 304        |
| Ekskursjon/bedriftsbesøk                                                      | 10         |
| Eksamen                                                                       | 3          |
| <b>SUM</b>                                                                    | <b>400</b> |

## Ressursbruk

81 timer - Forelesninger

9 timer - Veiledning/ekskursjon

90 timer toalt

**Eksamen**

Karakter i kurset baseres på:

Prosjektoppgave som teller 60 % av karakteren i kurset. Prosjektoppgaven løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Individuell skriftlig eksamen, på 3 (tre) timer, som teller 40 % av karakteren i kurset.

Begge deler må bestås for å oppnå endelig karakter.

**Eksamenskode(r)**

BST 20131 - Prosjektoppgave som teller 60 % av karakteren for å få karakter i BST 2013 Tourism Management - opplevelsesbasert verdiskaping

BST 20132 - Skriftlig eksamen som teller 40 % av karakteren for å få karakter i BST 2013 Tourism Management - opplevelsesbasert verdiskaping

**Hjelpemidler til eksamen**

Prosjektoppgave: alle hjelpemidler tillatt

Individuell skriftlig eksamen: ingen hjelpemidler tillatt

**Kontinuasjon**

Kontinuasjon i prosjektoppgaven gjennomføres ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Kontinuasjon i skriftlig eksamen gjennomføres ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Kontinuasjon i en av eksamensdelene kan gjøres separat.

**Tilleggsinformasjon**

BST 2013 Tourism Management overlapper med kurset RLS 3584 Opplevelsesøkonomi slik at studenten ikke kan ta begge kursene.