



ELE 3756 Opplevelsesdesign: produkt og marked

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Sølvi Lyngnes

Institutt

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset er en introduksjon til opplevelsesøkonomien og beskriver og diskuterer produksjon, distribusjon, forbruk og markedsføring av opplevelser i ny og tradisjonell næringsvirksomhet. Fokus i kurset er på opplevelsesaspektet av opplevelsesøkonomien og understreker hvordan opplevelser kan gi økt verdi til kunder og bedrifter.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studentene skal tilegne seg innsikt i og kunnskap om opplevelsesøkonomien, både som konsept og i praksis. Studentene skal tilegne seg forståelse av produsentenes utfordringer og kundenes atferd knyttet til å oppleve produkter, i tillegg til grunnleggende teorier, modeller og metodologiske aspekter av emnet.

Ferdighetsmål

Studentene skal kunne analysere, iverksette og anvende relevante metoder og teorier i utviklingen av opplevelser i bedrifter generelt og innen service næringer spesielt. Relevante ledelsesverktøy skal kunne anvendes på nye og eksisterende bedrifter.

Holdningsmål

Studentene skal kunne forstå og reflektere over konsekvenser av opplevelsesproduksjon for kunder, bedrifter og destinasjoner. Etske dimensjoner som bærekraft og samfunnsansvar er vektlagt.

Forkunnskaper

Ingen

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Boswijk, A., Ed Peelen & Steven Olthof. 2013. Economy of experiences. 3rd ed. European centre for the experience economy.

Artikler:

Mossberg, L. 2007. A marketing approach to tourist experiences. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 7 (1). pp. 59 - 74. (download BI library)

Mossberg, L. 2008. Extraordinary experiences through storytelling. Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism. 8 (3). pp. 195 - 210. (download BI library)

Pine, J. and J. Gilmore. 1998. Welcome to the experience economy. Harvard business review. 76 (4). pp. 97 - 105. (download BI-library)

Poulsen, S. and K. Sudhir. 2004. The Experience Economy and Commercial Experiences. Marketing review. nr. 4. pp. 267 - 277. (<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.library.bi.no/ehost/detail/detail?vid=2&sid=039ed2f5-7e55-48c7-b522-df07ecf3affd%40sessionmgr111&hid=102&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=bth&AN=16669130>)

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Opplevelsesøkonomi, en introduksjon
- Verdiskaping: hvor utvikles immaterielle verdier
- Opplevelse og følelser
- Forandringer i samfunnsforhold
- Nye former for verdiskaping
- Innovasjon og forretningsmodeller.
- Designprinsipper og co-creation (samskaping) prosesser
- Opplevelsesrommet
- Pine and Gilmore: De fire opplevelsesdimensjoner
- Storytelling
- Opplevelse som verktøy i markedskommunikasjon, image og branding
- Opplevelser i næringer generelt og i servicenæringer spesielt

Dataverktøy

Læreprosess og tidsbruk

Anbefalt arbeidsbelastningen i kurset er 200 timer, fordelt på forelesninger, litteraturstudier, forberedelser, ekskursjoner, student presentasjoner og ulike former for veiledning og tilbakemelding. Det forventes at studentene bidrar aktivt i klassen og tar del i det som er planlagt i detaljert plan i begynnelsen av semesteret. Ekskursjoner og bedriftsbesøk arrangeres. Eksamen er en prosjektoppgave, skrevet i grupper av 1-3 studenter. Prosjektet presenteres underveis i klassen, og tilbakemeldinger og veiledning vil bli gitt basert på innsendte materiale og presentasjon

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisning og presetere oppgaver	36
Ekskursjon	4
Arbeid med oppgave og presentasjoner	45
Forberedelse til forelesninger, eksamen, litteraturstudier og gruppearbeid.	110
Anbefalt arbeidsbelastning	200

Ressursbruk

36 timer - forelesing
5 timer- veiledning og tilbakemelding
4 timer - ekskursjon
45 timer totalt

Eksamen

Kurset avsluttes med en prosjektoppgave. Oppgaven publiseres ved semesterstart og kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode(r)

ELE 37561 Prosjektoppgave, teller 100 prosent for å oppnå endelig karakter i kurset ELE 3756
Opplevelsesdesign: produkt og marked 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tilatt

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon