



EMNEBESKRIVELSE
ROP1100 Reiselivs- og opplevelsesutvikling
Studieløpsemne

1. Studieløp	Bachelor i Reiseliv
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Janne Olsen
5. Antall timer	36 timer
6. Krav til forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Læringsmål	<p><u>Kunnskapsmål:</u></p> <p>Det gis en samfunnsvitenskapelig innføring i reiseliv og turisme og studenten skal oppnå kunnskap om reiselivets historie, egenart og plass i samfunnet.</p> <p>Studenten skal tilegne seg kunnskaper om reiseliv som fenomen og næring, med fokus på både sosiale, kulturelle og økonomiske forhold.</p> <p>Studenten skal kjenne til forskningsarbeid innen emneområdet, herunder teorier og modeller som har betydning for produkt- og tjenesteutvikling i reiselivsnæringen.</p> <p>Studenten skal oppnå innsikt i hvordan reiseopplevelser kan utvikles i et helhetlig, forretningsmessig og bærekraftig perspektiv.</p> <p><u>Ferdighetsmål:</u></p> <p>Studenten skal kunne finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og fremstille dette slik at det belyser en problemstilling.</p> <p>Gjennom diskusjoner og arbeid med oppgaver i emnet skal studenten tilegne seg ferdigheter i å anvende relevant informasjon og teori i utviklingen av reiseopplevelser.</p> <p>Studenten skal kunne reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning.</p> <p><u>Holdningsmål:</u></p>

	<p>Emnet skal gi studenten en kritisk, forretningsmessig og fremtidsrettet holdning til reiselivs- og opplevelsesutvikling.</p> <p>Målet er å gi studenten forståelse av egen rolle som markedsaktør i reiselivsnæringen, herunder en bevisstgjøring av mulighetene for å påvirke egen organisasjon, kunder og markeder, samt det etiske ansvaret som følger med slik innflytelse.</p>
8. Innhold	<p><i>Introduksjon:</i></p> <p>Reiseliv i et historisk perspektiv</p> <p>Reiseliv som fenomen og næring</p> <p>”Verdifulle opplevelser” – perspektiver hentet fra Norges nasjonale strategi for reiselivsnæringen</p> <p>En introduksjon til opplevelsesøkonomien</p> <p><i>Reiseliv og turisme i et system og opplevelsesperspektiv:</i></p> <p>Reiselivssystemet, etterspørsel og opplevelsesmåter</p> <p>Det helhetlige reiselivsproduktet</p> <p>Opplevelsesprodukter og pakker</p> <p>Ansatte, gjester og turister</p> <p>Hvordan utvikle verdifulle reiseopplevelser</p> <p><i>Destinasjoner og reiselivsaktører:</i></p> <p>Megatrender i reiselivet</p> <p>Destinasjonsorganisering og profilering</p> <p>Reiselivet og fellesgodene</p> <p>Reiselivsaktører, opplevelser og forretningsutvikling</p> <p>Turismeattraksjoner og attraksjonsutvikling</p> <p>Sesongutfordringer og -aktiviteter</p> <p>Reiseliv og miljøutfordringer</p>
9. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også kunne presentere ulike former for oppgaver i klassen. Det beregnes en betydelig egeninnsats.</p>
10. Vurdering	<p>Deleksamen i grupper på inntil tre studenter som går over ca 4 uker, teller 40 % av karakteren i emnet. Individuell slutteksamen på 3 timer, teller 60 % av karakteren i emnet. Både del- og slutteksamen</p>

	må være bestått for å oppnå karakter i emnet.
11. Pensumlitteratur	<p>Jacobsen, Jens Kristian Steen og Arvid Viken (red). 2008. <i>Turisme : fenomen og næring</i>, 3. utg. Oslo : Gyldendal akademisk. ISBN: 978-82-05-38559-7. (285 s.) Pris: 359,-</p> <p>Kamfjord, Georg. 2001. <i>Reiselivsproduktet</i>, 3. utg. Oslo : Reiselivskompetanse A/S. ISBN: 82-992929-4-8. (324 s.) Pris: 449,-</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Baker, Michael J. og Cameron, Emma 2008. Critical success factors in destination marketing. <i>Tourism & Hospitality Research</i>, 8 (2):79-97. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: Login.asp&site=ehost-live&scope=site">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,url,uid,cookie&db=buh&AN=31730209&loginpage>Login.asp&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Baum, Tom and Svend Lundtorp. 2001. Introduction. I Baum og Lundtorp (red.) <i>Seasonality in tourism</i>, s. 1-4. Amsterdam : Pergamon. ISBN: 0-08-043674-9.</p> <p>Butler, R. W. 2001. Seasonality in tourism : issues and implications. I Baum og Lundtorp (red.) <i>Seasonality in tourism</i>, s. 5-21. Amsterdam : Pergamon. ISBN: 0-08-043674-9.</p> <p>Kwortnik, Robert J. Jr. 2007. Driving demand for the quarterdeck : a case study. <i>Cornell Hospitality Quarterly</i>, 48(3):323-341. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: Login.asp&site=ehost-live&scope=site">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,url,uid,cookie&db=buh&AN=26181071&loginpage>Login.asp&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Mossberg, Lena. 2007. <i>Å skape opplevelser : fra OK til WOW!</i> Bergen : Fagbokforlaget. ISBN: 978-82-450-0526-4.</p> <p>Norsk Hotellnæring 2009. Oslo: Horwath Consulting AS.</p> <p>Nærings- og handelsdepartementet. 2007. <i>Verdifulle opplevelser : nasjonal strategi for reiselivsnæringen</i>. [Oslo] : Nærings- og handelsdepartementet. http://www.regjeringen.no/nb/dep/nhd/dok/rapporter_planer/planer/2007/verdifulle-opplevelser.html?id=494395</p> <p>Pine, B. Joseph and James H. Gilmore. 1999. <i>The experience economy : work is theatre & every business a stage</i>. Boston : Harvard Business School Press. ISBN: 0-87584-819-2.</p> <p>Støre, Jonas Gahr, Hilde Singsaas, Bjørn Brunstad, Karin Ibenholt, og Rolf A. Røtnes. 2003. <i>Hvilke krefter vil forme framtiden</i></p>

	for norsk reiseliv?. I <i>Norge 2015: en reise verdt?</i> , s. 38-63. Oslo : Kagge. ISBN: 82-489-0376-1.
--	---