



EMNEBESKRIVELSE
DEF1100 Destinasjonsorganisering og forretningsmodeller
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Hotelledelse
2. Semester	2.semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Arvid Flagestad
5. Antall timer	36
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studentene skal gjennom dette emnet få forståelse av den betydningen en destinasjon har som den strategiske forretningsenhet i reiselivsnæringen og som et ledd i forretningsmodell. Et hovedmål er å bidra med kunnskaper om hva som påvirker konkurranseevnen for en destinasjon. Konkurranseevnen til en aktør i en destinasjon henger i betydelig grad sammen med destinasjonens konkurranseevne. Den rolle en aktør som f eks en hotellbedrift kan spille i en destinasjon, blir spesielt drøftet. Emnet gir kunnskap om funksjonaliteten i en destinasjon og hvordan en destinasjon kan være organisert. Kunnskap om destinasjonsselskapets plass og oppgaver blir viktig.</p> <p>Ferdigheter Studentene skal kunne analysere en destinasjon med det formål å komme frem til den mest konkurransedyktige modell. Studentene skal kunne bruke destinasjonsmodeller til en planmessig tilnærming for å identifisere og løse utfordringer i en destinasjon.</p> <p>Generell kompetanse Studentene skal ha en forståelse av samspillet mellom interessenter og kunne delta i forhandlinger mellom disse. Her vektlegges betydningen av offentlige versus private interessenter, og destinasjonen i et lokal- og regionaløkonomisk perspektiv. I oppbyggingen av kompetanse vil forståelse av kritisk masse knyttet til forretningsmodeller og innovasjonssystem bli vektlagt.</p>
7. Innhold	<p>Emnet skal gi en grunnleggende innføring i destinasjonstemaer og vil i noen grad vil bygge videre på studieløpsemner og fellesemner.</p> <p>Aktuelle temaer vil være:</p> <ul style="list-style-type: none">• Destinasjonsstruktur – fra evolusjon til revolusjon

	<ul style="list-style-type: none"> • Destinasjonen som forretningsmodell. • Hva er ledelse i destinasjonssammenheng? • Destinasjonsvisjon • Stakeholder management • Destinasjonsbranding • Bygge konkurransefortrinn • Destinasjonsverdiskaping og resultat • Trender i et strategisk destinasjonsperspektiv • Destinasjon og opplevelser. Opplevelsen som verdiskaper og differensieringsfaktor • Helårsdestinasjonen
8. Gjennomføring	<p>Emnet gjennomføres med 6 fellesøkter a 6 timer med forelesninger, diskusjon og case-arbeid i klassen (Beitostølen/Valdres, Farsund Resort, Oppdal, Geilo, Whistler (Can), Scuol (CH))</p> <p>Gruppepresentasjoner som krever betydelige forberedelser. Gjesteforelesere. Gruppene lager kompendium på grunnlag av gjesteforelesninger.</p> <p>Besøk i en destinasjon hvis mulig.</p>
9. Samfunns- /næringslivskontakt	<p>Et betydelig antall representanter fra reiselivsnæringen og offentlig myndighet vil delta som gjesteforelesere og i case sammenheng.</p>
10. Vurdering	<p>En avsluttende individuell skriftlig eksamen på 3 timer som teller 100 % av karakteren i emnet.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Dahle, Yngve, Patrick Verde og Sjur Dagestad (red.). 2010. "Forretningsideen." I <i>Vekstbedriften: Forretningsidé – forretningsmodell- forretningsplan</i>, 47-57. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215019963. Pris: 399,-</p> <p>———. 2010. "Forretningsmodellen." I <i>Vekstbedriften: Forretningsidé – forretningsmodell- forretningsplan</i>, 60-91. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215019963.</p> <p>Ritchie, J.R. Brent og Geoffrey I. Crouch. 2003. <i>The competitive destination: A sustainable tourism perspective</i>. Wallingford: CABI Publ. ISBN: 9781845930103. Sider: 352. Pris: 349,-</p> <p>Kompendium for DEF1100 Destinasjons-organisering og forretningsmodeller selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Baker, Michael J. og Emma Cameron. 2008. "Critical success factors in destination marketing." <i>Tourism & Hospitality Research</i>, 8(2):79-97.</p>

	<p>Bieger, Thomas og Robert Weinert. 2006. "On the nature of innovative organization in tourism: Structure, process and results." I Walder, Weiermair og Sancho-Perez (red.) <i>Innovation and product development in tourism</i>, 87-102. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Flagestad, Arvid. 2006. "The destination as an innovation system for non-winter tourism." I Walder, Weiermair og Sancho-Perez (red.) <i>Innovation and product development in tourism</i>, 25-38. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Flagestad, Arvid m. fl. 2005. "The destination as an innovation system: The creation of a model." I Keller og Bieger (red.) <i>AIEST Publication 47, St. Gallen</i>, 245-259.</p> <p>Flagestad, Arvid. 2009. "Innovation system in a tourist destination: Innovation drivers and strategic management challenges." I Schneider, Xiaowen og Erminger (red.) <i>Proceeding of 2009 International Conference on Strategic Management</i>, 1-16. Chengdu: Sichuan University Press.</p> <p>Flagestad, Arvid og Christine A. Hope. 2001. "Strategic success in winter sports destinations: A value creation perspective." <i>Tourism Management</i>, 22(5):445-461.</p> <p>Flagestad, Arvid og Christine A. Hope. 2001. "Scandinavian Winter"; Antecedents, concepts and empirical observations underlying a destination umbrella branding model." <i>Tourism Review</i>, 36(1-2):245-259.</p> <p>Flagestad, Arvid og Christine A. Hope. 2004. "Stakeholders in a winter sports destination: Identification and prioritization." Bradford University Management School, Working Paper Series (Side 1-10 og 17-19).</p> <p>Flagestad, Arvid. 2003. "Destinasjonsgastronomi: Elite uten bredde" (English version in progress). <i>Norsk Landbruksøkonomisk Forum</i>, 20(1):39-51</p> <p>Flagestad, Arvid m.fl. 2004. "Vintersportsorten – året rundt". Etour Utredningsserien, nr.22. Kan hentes på Etour's nettside: www.etour.se.</p> <p>Svensson, Bo, Sara Nordin og Arvid Flagestad. 2005. "A governance perspective on destination development: Exploring partnerships, cluster and innovation systems." <i>Tourism Review</i>, 60(2), 32-37.</p>
--	---

12. Anbefalt litteratur	<p>Hjalager, Anne Mette m.fl. 2008. <i>Innovation systems in Nordic tourism</i>. [Dokumentet ligger åpent på internett her: http://www.innovativeopplevelser.no/downloadfile.php?i=6f4922f45568161a8cdf4ad2299f6d23]</p> <p>Huijbens, Edward H. 2011. "Developing wellness in Iceland: Theming wellness destinations the nordic way." <i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism</i>. 11(1):20-41. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=60122616&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Konu, Henna, AnjaTuohino og Raija Komppula. 2010. "Lake-wellness: A practical example of a new service development (NSD) concept in tourism industries." <i>Journal of Vacation Marketing</i>, 16(2):125-139. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=49786182&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Mattsson, Jan, Jon Sundbo og Christjan Fussing-Jensen. 2005. "Innovation systems in tourism: The roles of attractors and scene-takers." <i>Industry & Innovation</i>, 12(3), 357-381. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=18396828&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>NHO Reiselivs strukturutvalg. 2011. <i>Reisemålselskapene i Norge: En rapport fra NHO Reiselivs strukturutvalg, mai 2011</i>. NHO Reiseliv rapport, 5/11. Sider: 51. [Dokumentet ligger åpent på internett her: http://www.distriktssenteret.no/filearchive/reisemaalsselskapene-i-norge-rapport-mai-2011.pdf]</p> <p>Nordin, Sara og Bo Svensson. 2007. "Innovative destination governance: The swedish ski resort of Åre." <i>The International Journal of Entrepreneurship & Innovation</i>, 8(1), 53-66. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco (NB! Må bestilles): http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=24197309&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Novelli, Marina, Birte Schmitz og Trisha Spencer. 2006. "Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience." <i>Tourism Management</i>, 27(6): 1141-1152. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco (NB! Må bestilles): http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=</p>
-------------------------	---

	<p>hj&AN=21738253&site=ehost-live&scope=site]</p> <p>Nærings- og Handelsdepartementet. 2007. <i>Verdifulle opplevelser: Regjeringens nasjonale reiselivsstrategi</i>. Rapport fra Regjeringen, 18/12. [Dokumentet ligger åpent på internett her: http://www.regjeringen.no/nb/dep/nhd/dok/rapporter_planer/planer/2007/verdifulle-opplevelser.html?id=494395]</p> <p>Osterwalder, Alexander og Yves Pigneur. 2010. <i>Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers</i>. Hoboken, N.J.:Wiley. ISBN: 9780470876411.</p> <p>Ottenbacher, Michael og Juergen Gnoth. 2005. "How to develop successful hospitality innovation." <i>Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly</i>, 46(2), 205-222. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=16829036&site=ehost-live&scope=site]</p>
--	--