



EMNEBESKRIVELSE
ROP1100 Reiselivs- og opplevelsesutvikling
Studieløpsemne

1. Studieløp	Bachelor i Reiseliv
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kjersti Ruud Walaas
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap</p> <p>Studenten skal etter endt emne besitte bred kunnskap om reiseliv og turisme i et samfunnsvitenskapelig perspektiv, herunder innsikt i reiselivets historie, egenart og plass i samfunnet. Studenten skal ha tilegnet seg kunnskaper om reiseliv som fenomen og næring, med fokus på både sosiale, kulturelle og økonomiske forhold. Han/hun skal kjenne til forskningsarbeid innen emneområdet, herunder teorier og modeller som har betydning for produkt- og tjenesteutvikling i reiselivsnæringen. Endelig skal studenten begynne å få innsikt i at reiseopplevelser kan utvikles i et helhetlig, forretningsmessig og bærekraftig perspektiv.</p> <p>Ferdigheter</p> <p>Studenten skal etter endt emne kunne finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og fremstille dette slik at det belyser en problemstilling. Gjennom diskusjoner og arbeid med oppgaver i emnet skal studenten tilegne seg ferdigheter i å anvende relevant informasjon og teori i utviklingen av reiseopplevelser. Studenten skal kunne reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning.</p> <p>Generell kompetanse</p> <p>Studenten skal etter endt emne kunne vise en kritisk, innsiktsfull, forretningsmessig og fremtidsrettet holdning til reiselivs- og</p>

	<p>opplevelsesutvikling. 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>
7. 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><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>Destinasjonsorganisering</p> <p>Reiselivet og fellesgodene</p> <p>Reiselivsaktører, opplevelser og forretningsutvikling</p> <p>Turismeattraksjoner og attraksjonsutvikling</p> <p>Sesongutfordringer og -aktiviteter</p> <p>Megatrender i reiselivet</p> <p>Reiseliv og miljøutfordringer</p>
8. 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>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Ekskursjon til utvalgt destinasjon. Foredrag og samtaler med representanter fra minimum to reiselivsbedrifter. Denne ekskursjonen gjøres ift. begge reiselivsfagene dette semestret, dvs. også emnet <i>TUA1100 Turist og attraksjon</i>.</p>

10. Vurdering	<p>Deleksamen i grupper på inntil tre studenter som går over ca 5-6 uker, teller 40 % av karakteren i emnet.</p> <p>Individuell slutteksamen på 3 timer, teller 60 % av karakteren i emnet. Både del- og slutteksamen må være bestått for å oppnå karakter i emnet. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Jacobsen, Jens Kristian Steen og Arvid Viken (red.). 2008. <i>Turisme: Fenomen og næring</i>. 3. utg. Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN: 9788205385597. Sider: 285. Pris: 369,-</p> <p>Kamfjord, Georg. 2011. <i>Det helhetlige reiselivsproduktet</i>. 4.utg. Oslo: Reiselivskompetanse. ISBN: 8299292948. Sider: 324. Pris: 425,-</p> <p>Kompendium for ROP1100 Reiselivs-og opplevelsesutvikling selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Baum, Tom og Svend Lundtorp. 2001. "Introduction." I <i>Seasonality in tourism</i>, 1-4. Amsterdam: Pergamon. ISBN: 0080436749.</p> <p>Einarsen, Kari og Reidar J. Mykletun. 2010. "Organisering av festivaler." I Døving og Svensson (red.) <i>Leksjoner i markedsvitenskap</i>, 260-288. Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279352969.</p> <p>Mossberg, Lena. 2007. "Kundens opplevelser og virksomhetens tilbud." I <i>Å skape opplevelser: Fra OK til WOW!</i>, 13-31. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 9788245005264.</p> <p>Mossberg, Lena. 2007. "Trender med fokus på opplevelser." I <i>Å skape opplevelser: Fra OK til WOW!</i>, 32-48. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 9788245005264.</p>
12. Anbefalt litteratur	<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 (Lesedato: 26. mars 2012)</p> <p>Pine, B. Joseph og James H. Gilmore. 2011. <i>The experience economy: Work is theatre and every business a stage</i>. Rev. og oppdatert utgave. Boston: Harvard Business School Press. ISBN: 9781422161975.</p>