



EMNEBESKRIVELSE
ROP1100 Reiselivs- og opplevelsesutvikling
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiselivsledelse
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kjersti Ruud Walaas
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap 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 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 Studenten skal etter endt emne kunne vise en kritisk, innsiktsfull, forretningsmessig og fremtidsrettet holdning til reiselivs- og 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> Reiseliv i et historisk perspektiv Reiseliv som fenomen og næring ”Verdifulle opplevelser” – perspektiver hentet fra Norges nasjonale</p>

	<p>strategi for reiselivsnæringen <i>Reiseliv og turisme i et system og opplevelsesperspektiv:</i> Reiselivssystemet, etterspørsel og opplevelsesmåter Det helhetlige reiselivsproduktet Opplevelsesprodukter og pakker Ansatte, gjester og turister Hvordan utvikle verdifulle reiseopplevelser <i>Destinasjoner og reiselivsaktører:</i> Destinasjonsorganisering Reiselivet og fellesgodene Reiselivsaktører, opplevelser og forretningsutvikling Turismeattraksjoner og attraksjonsutvikling Sesongutfordringer og -aktiviteter Megatrender i reiselivet Reiseliv og miljøutfordringer</p>
8. Gjennomføring	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.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	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> .
10. Vurdering	Hjemmeeksamen over ca. 5-6 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	<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: 379,-</p> <p>Kamfjord, Georg. 2011. <i>Det helhetlige reiselivsproduktet</i>. 4. utg. Oslo: Reiselivskompetanse. ISBN: 9788299292979. Sider: 324. Pris: 425,-</p> <p><i>Kompendium for ROP1100 Reiselivs- og opplevelsesutvikling selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</i></p> <p>Baum, Tom og Svend Lundtorp. 2001. "Introduction." I <i>Seasonality in tourism</i>, 1-4. Amsterdam: Pergamon. ISBN: 0080436749.</p>

¹ Med forbehold om prisendringer.

	<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. 2012. <i>Destinasjon Norge Regjeringens reiselivsstrategi</i>. Oslo : Nærings- og handelsdepartementet. http://www.regjeringen.no/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter_2012/reiselivsstrategien_april2012.pdf</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>