



**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><b>Kunnskap</b> 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><b>Ferdigheter</b> 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><b>Generell kompetanse</b> 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	<p>Hjemmeeksamen over ca. 5-6 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<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: 389,-</p> <p>Kamfjord, Georg. 2011. <i>Det helhetlige reiselivsproduktet</i>. 4. utg. Oslo: Reiselivskompetanse. ISBN: 9788299292979. Sider: 359. Pris: 425,-</p> <p><b><i>Kompendium for ROP1100 Reiselivs- og opplevelsesutvikling selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</i></b></p> <p>Baum, Tom og Svend Lundtorp. 2001. "Introduction." I <i>Seasonality in tourism</i>, s. 1-4. Amsterdam: Pergamon. ISBN: 0080436749.</p>

<sup>1</sup> 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> <p>Antall sider i kompendiet: 70</p> <p>Ekstramateriale:</p> <p>Innovasjon Norge. 2013. Nøkkeltall for norsk turisme 2013. Rapport. Oslo: innovasjon Norge</p> <p>Pedersen, Ann-Jorid. 2012. "Kunsten å skape meningsfulle opplevelser". I <i>Opplevelsesøkonomi. Kunsten å designe opplevelser.</i>» 64-115. Oslo: Cappelen Damm Akademisk</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Innovasjon Norge. 2013. Turistundersøkelsen. Oppsummering av sommeren 2013. Rapport Oslo: Innovasjon Norge</p> <p>Nærings- og handelsdepartementet. 2012. <i>Destinasjon Norge Regjeringens reiselivsstrategi</i>. Oslo : Nærings- og handelsdepartementet. <a href="http://www.regjeringen.no/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter_2012/reiselivsstrategien_april2012.pdf">http://www.regjeringen.no/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter_2012/reiselivsstrategien_april2012.pdf</a></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>