REI202	**Destinasjonsutvikling og destinasjonsledelse**	**7,5 studiepoeng**

Norsk	**3. år reiseliv og entreprenørskap, bachelorstudium**	**HØST**

1. LÆRINGSMÅL

Emneområdet gir innføring i og grunnleggende forståelse av sentrale problemstillinger knyttet til utvikling og ledelse av konkurransekraftige destinasjoner. Dette være seg tradisjonelle vinterdestinasjoner, sommerdestinasjoner eller helårige destinasjoner. Kurset skal skape forståelse for destinasjonsbegrepet på geografisk nivå, markedsnivå, produktnivå og organisatorisk nivå. Videre vil destinasjoners betydning for verdiskaping for den enkelte bedrift, sammenslutning av bedrifter og områder bli redegjort for.

2. INNHOLD

Emnet innholder sentrale tema som:

- Introduksjon
  - Introduksjon til destinasjon og verdiskaping
  - Trender i destinasjonsutvikling
  - Innovasjon og nyskaping
- Utvikling
  - Reisemålsbeskrivelser og reisemålsutvikling
  - Konkurransekraftige destinasjoner – utvikling av helhetlige destinasjoner
- Planlegging
  - Reisemåls- /destinasjonsplanlegging
  - Rammebetingelser på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå
- Organisering
  - Ledelse av konkurransekraftige destinasjoner
  - Prosesser for samhandling innen og mellom destinasjoner
  - Samarbeidsformer
  - Mekanismer for styring (initiering, avgifter, sanksjoner, beslutningsnivå)
- Markedsføring
  - Merkevarestrategi for destinasjoner
  - Fellestiltak vs bedriftsspesifikke tiltak
  - Salgs- og bookingkanaler

3. LÆRINGSAKTIVITETER

Gjennom forelesninger presenteres normalt teoriene, modellene og metodene i fagblokken. Det kan imidlertid også være aktuelt å la studentene tilegne seg deler av lærestoffet på egenhånd. Det legges stor vekt på at studentene i små grupper bearbeider stoffet og utvikler faglige bidrag til presentasjon og eventuell innlevering. Dette forhindrer ikke at den individuelle fordypning i fagene er en vesentlig arbeidsform. I tilknytning til enkelte deler av fagblokken, kan det være aktuelt å arrangere samarbeid med bedrifter i form av bedriftsbesøk og gjesteforelesninger.

4. DELTAGELSE

Det forventes at studentene forbereder seg til forelesningene og deltar aktivt i diskusjonene, prosjektpresentasjoner og oppgaver.

5. VURDERING

Vurdering gjennom studietiden
Det kan bli krevd innlevering av oppgaver som skal løses individuelt eller i grupper og vurderes til bestått/ikke bestått. For at studenten skal kunne fremstille seg til eksamen må vedkommende ha utført de fastlagte, obligatoriske oppgaver til fastsatt tid.

Avsluttende vurdering
Kurset avsluttes med en 5 timers individuell skriftlig eksamen. Eksamensprøven vurderes av faglærer(e) og/eller sensor(er).

Vurderingsuttrykk
Gradert karakterskala A til F, der A er beste karakter og F er ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Standard. Penn, blyant, viskelær, linjal.

6. LITTERATUR

Björk, P. and Virtanen, H. (2005). “What tourism project managers need to know about cooperation facilitators?” *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(3), 212-230.

Blain, Carmen, Stuart E. Levy and J. R. Brent Ritchie (2005) Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations *Journal of Travel Research* 2005; 43; 328

Dredge, Diane (1999). “Destination place planning and design”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 4, pp. 772-791.

Dybedal, Petter (2005) Ringvirkninger av reiseliv i Buskerud, Telemark og Vestfold, sammendrag, TØI-rapport 780/2005

Flagestad, Arvid & Christine Hope (2001) ”Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective”, Tourism Management 22 (2001), 445-461.

Grønseth, Bjørn Ove, Sven A. Haugland, Håvard Ness & Jarle Aarstad (2006) ”Stratetic Development of Tourism Destinations”, 15th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Savonlinna, Finland, October 19-22, 2006

Grønseth, Bjørn Ove, Thor Iversen & Øystein Sørebø (2008) Value Creation in Tourism Coproducing Networks; the Use of ICT to Create Value for Tourism Firms, 17th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Lillehammer, 25. – 27. September 2008

Haugland, Sven (2006) “Kapittel 4: Kontrakter og relasjoner” i Kontrakter, samarbeid og allianser, Universitetsforlaget.

Jervan, Bård (2003) ”Hvitebok for bedre reisemålsutvikling”, Oslo, Statens nærings- og distriktsutviklingsfond , URL: http://www.invanor.no/upload/Reiseliv/Hvitebok.pdf

Ness, Håvard & Bjørn Ove Grønseth (2008) ”Value Sharing Principles in Intra-destination Alliances: Effects of Governance and Action Patterns” 17th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research, Lillehammer, 25. – 27. September 2008

Nysveen, H. & Leif Methlie (2000) Norske reiselivsbedrifter på Internet; Tilbud av distribusjons- og verdiøkende tjenester, SNF-rapport 75/00.

Prideaux, Bruce (2000) “ The resort development spectrum – a new approach to modelling resort development”, Tourism Management, 21 (2000), 225-240.

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Wallingford: CABI.

Therkelsen, A. & H. Halkier (2008) Contemplating Place Branding Umbrellas. The Case of Coordinated National Tourism and Business Promotion in Denmark, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 8, No. 2, 159–175.