HÖGSKOLAN I BORÅS

Strategisk destinationsutveckling genom event
Destination development through event

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 21DU1B
Version: 7.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-04-12
Gäller från: VT 2018

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F), Upplevelseproduktion (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Kurser inom företagsekonomi om 45 högskolepoäng varav en kurs motsvarande Event som upplevelseproduktion 7,5 högskolepoäng.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen fokuserar på destinationsutvecklingens komplexa karaktär där olika intressenters skilda intressen behöver samspela samt på vilket sätt evenemang är betydelsefulla för att skapa mötesplatser och tillgänglighet till både lantliga och urbana områden. Kursen behandlar både teori och praxis avseende betydelsen av samarbete mellan olika aktörer på en destination för att åstadkomma ett långsiktigt hållbart destinationsutvecklingsarbete.

Mål

Efter avklarad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse
1.1 redogöra för grundläggande teorier inom destinationsutveckling,
1.2 redogöra för hur evenemang kan bidra till att skapa attraktivitet runt en destination, hur attraktiviteten kan förändras över tid och hur evenemang kan fungera som motor i destinationens utveckling,

Färdighet och förmåga
2.1 planera och organisera destinationsutveckling med hjälp av evenemang,
2.2 analysera styrkor och svagheter med olika metoder för destinationsutveckling och paketering av platser samt

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 bedöma och värdera hur det på ett meningsfullt sätt kan skapas förutsättningar för en för samhället hållbar destinationsutveckling.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier. Undervisningen sker normalt på svenska men kan även förekomma på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Rapport: genomförs i grupp, skriftlig inlämning samt presentation och diskussion på ett seminarium
Lärandemål: 1.2, 2.1, 2.2 och 3.1
Högskolepoäng: 2,5
Betygsskala: U/G

Vid underkänt eller frånvaro får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

Tentamen: individuell skriftlig tentamen
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 och 3.1
Högskolepoäng: 5
Betygsskala: U/G/VG

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänd tentamen och rapport. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom Väl Godkänd på tentamen.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Kurslitteraturen är i huvudsak på svenska men kurslitteratur på engelska, norska och/eller danska kan förekomma.

Bohlin, M. & Elbe, J. (senaste upplagan). *Utveckla turistdestinationer – ett svenskt perspektiv.* Stockholm: Liber.

Ek, R. & Hultman, J. (senaste upplagan). *Plats som produkt: Kommersialisering och paketering.* Lund: Studentlitteratur.

Heeley, J. (senaste upplagan). *Urban destination marketing in contemporary Europe: uniting theory and practice.* Bristol: Channel View Publications.

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informeras om via lärplattformen (max 50 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i Event Managementutbildningen.