

## DELTIDSSTUDIET REISELIV OG OPPLEVELSER

60 studiepoeng

### Studieplan



## Yrkesrettet høyere utdanning til reiseliv- og opplevelsesnæringene

*Nordland fagskole, Opplevelsesbasert reiseliv utdanner velkvalifiserte og motiverte medarbeidere til reiseliv- og opplevelsesnæringene lokalt, regionalt og nasjonalt.*

Godkjent av Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen (NOKUT) 23. april 2018

*Revidert mai 2023*

## Innhold

|  |           |
|--|-----------|
| <b>0.0. Formål med høyere yrkesrettet utdanning .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>1.0. Organisering .....</b>                             | <b>4</b>  |
| 1.1. Utdanningens navn REISELIV OG OPPLEVELSER .....       | 4         |
| 1.2. Målgrupper .....                                      | 5         |
| 1.3. Opptakskrav .....                                     | 5         |
| 1.4. Studiets omfang .....                                 | 6         |
| 1.5. Struktur / organisering av utdanningen .....          | 6         |
| 1.6. Overordnet læringsutbytte .....                       | 7         |
| 1.7. Undervisningsformer og læringsaktiviteter .....       | 8         |
| 1.8. Arbeidskrav og vurdering .....                        | 9         |
| 1.9. Gradsbetegnelse .....                                 | 10        |
| <b>2.0. Emne 1: Reiseliv og destinasjonskunnskap .....</b> | <b>11</b> |
| 2.1. Omfang og forventet arbeidsmengde .....               | 11        |
| 2.2. Læringsutbytte .....                                  | 11        |
| 2.3. Faglig innhold .....                                  | 12        |
| 2.4. Eksamen / sluttvurdering .....                        | 12        |
| 2.5. Pensum .....  | 12        |
| <b>3.0. Emne 2: Vertskapsrollen .....</b>                  | <b>14</b> |
| 3.1. Omfang og forventet arbeidsmengde .....               | 14        |
| 3.2. Læringsutbytte .....                                  | 14        |
| 3.3. Faglig innhold .....                                  | 15        |
| 3.4. Eksamen / sluttvurdering .....                        | 15        |
| 3.5. Pensum .....  | 16        |
| <b>4.0. Emne 3: Opplevelsesdesign .....</b>                | <b>17</b> |
| 4.1. Omfang og forventet arbeidsmengde .....               | 17        |
| 4.2. Læringsutbytte .....                                  | 17        |
| 4.3. Faglig innhold .....                                  | 17        |
| 4.4. Eksamen / sluttvurdering .....                        | 18        |
| 4.5. Pensum .....  | 18        |
| <b>5.0. Emne 4: Entreprenørskap og innovasjon .....</b>    | <b>19</b> |
| 5.1. Omfang og forventet arbeidsmengde .....               | 19        |
| 5.2. Læringsutbytte .....                                  | 19        |
| 5.3. Faglig innhold .....                                  | 19        |
| 5.4. Eksamen / sluttvurdering .....                        | 20        |

|             |  |           |
|-------------|--|-----------|
| 5.5.        | Pensum .....   | 20        |
| <b>6.0.</b> | <b>Emne 5: Kommunikasjon og formidling .....</b>             | <b>21</b> |
| 6.1.        | Omfang og forventet arbeidsmengde .....                      | 21        |
| 6.2.        | Læringsutbytte .....   | 21        |
| 6.3.        | Faglig innhold .....   | 22        |
| 6.4.        | Eksamen / sluttvurdering .....                               | 22        |
| 6.5.        | Pensum .....   | 23        |
| <b>7.0.</b> | <b>Emne 6: Markedsføring, merkevarebygging og salg .....</b> | <b>24</b> |
| 7.1.        | Omfang og forventet arbeidsmengde .....                      | 24        |
| 7.2.        | Læringsutbytte .....   | 24        |
| 7.3.        | Faglig innhold .....   | 24        |
| 7.4.        | Eksamen / sluttvurdering:.....                               | 25        |
| 7.5.        | Pensum .....   | 25        |
| <b>8.0.</b> | <b>Praksis (alle emner) .....</b>                            | <b>26</b> |
| 8.1.        | Omfang og forventet arbeidsmengde .....                      | 26        |
| 8.2.        | Læringsutbytte .....   | 26        |
| 8.3.        | Praktisk og faglig innhold .....                             | 27        |
| 8.4.        | Veiledningsmodellen .....                                    | 28        |
| 8.5.        | Generelt .....   | 28        |
| <b>9.0.</b> | <b>Pensumliste for studiet Reiseliv og opplevelser .....</b> | <b>30</b> |
| 1.          | Reiseliv og destinasjonskunnskap.....                        | 30        |
| 2.          | Vertskapsrollen .....  | 30        |
| 3.          | Opplevelsesdesign .....                                      | 30        |
| 4.          | Entreprenørskap og innovasjon.....                           | 31        |
| 5.          | Kommunikasjon og formidling .....                            | 31        |
| 6.          | Markedsføring, merkevarebygging og salg .....                | 31        |

## 0.0. Formål med høyere yrkesrettet utdanning

Høyere yrkesfaglig utdanning ligger på nivå over videregående opplæring. Den er yrkesrettet, og studentene tilegner seg en kompetanse som kan tas i bruk i arbeidslivet uten ytterligere opplæringstiltak. Studentene skal etter gjennomført utdanning ha etablert et grunnlag for livslang læring og kontinuerlig omstilling med klar forankring i arbeidslivet. Høyere yrkesfaglig utdanning har som mål å utdanne reflekterte yrkesutøvere som tar initiativ og ansvar i yrkesutøvelsen. De ulike fagskolene skal utvikle utdanninger som sikrer den enkelte students og arbeidslivets evne til å møte endring og behov for oppdatert kompetanse. Målet med fagskolen som pedagogisk virksomhet er å gi studentene en utdanning som bidrar til utvikling og tilegnelse av ny kompetanse i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse, beskrevet som læringsutbyttebeskrivelser. Kunnskaper handler om forståelse av teorier, fakta, begreper, prinsipper og prosedyrer innenfor fag, fagområder og/eller yrker. Ferdigheter omhandler evnen til å anvende kunnskap til å løse problemer og oppgaver. Det er ulike typer ferdigheter: kognitive, praktiske, kreative og kommunikative ferdigheter. Generell kompetanse er å kunne anvende kunnskap og ferdigheter på selvstendig vis i ulike situasjoner gjennom å vise samarbeidsevne, ansvarlighet, evne til refleksjon og kritisk tenkning i utdannings- og yrkessammenheng. Lov om høyere yrkesfaglig utdanning trådte i kraft 01.07.2018. Lovens formål er å legge til rette for høyere yrkesfaglig utdanning av høy kvalitet og gode utdanningsvilkår for studentene. Nasjonalt organ for kvalitet i utdanning (NOKUT) fører tilsyn med kvaliteten i høyere yrkesfaglig utdanning og akkrediterer fagskoleutdanning. Alle fagskoler skal ha et eget styre og en rektor. Fylkeskommunen skal sørge for at det tilbys akkreditert fagskoleutdanning i samsvar med behovet for kompetanse lokalt, regionalt og nasjonalt

En viktig del av verdigrunnlaget er fagskolenes egenart som arbeidslivets skole. Sentralt her står trepartssamarbeid mellom fagskolen, partene i arbeidslivet og offentlige myndigheter. Lokalt betyr dette at arbeidslivets parter og kommunale- og fylkeskommunale myndigheter/politikere samarbeider tett med fagskolen gjennom representasjon i styrer, råd og utvalg og andre samarbeidende organer.

## 1.0. Organisering

### 1.1. Utdanningens navn **REISELIV OG OPPLEVELSER**

**Hovedmål med utdanningstilbudet:** *"Å sikre velkvalifiserte og motiverte medarbeidere til reiseliv- og opplevelsesnæringene lokalt, regionalt og nasjonalt".*

Målet med studietilbudet er å gi studentene kunnskaper og ferdigheter som reiseliv- og opplevelsesnæringene trenger i dag og i årene fremover. Behovet for kompetente reiselivsmedarbeidere er stort og behovet vil øke når antallet reiselivsrelaterte jobber i Norge skal øke med 25% innen 2030 ifølge den nye norske reiselivsstrategien fra 2021-2030 – som har fokus på fornyelse og utvikling. Norsk reiseliv skal øke sin egen verdiskaping og bidra til jobbskaping i hele landet. Eksportverdien av konsumet skal økes med 20 milliarder kroner innen 2030 og det innenlandske konsumet tilsvarende. Karriereveiene er mange innenfor reiseliv og opplevelser og mulighetene for å skape nye og egne arbeidsplasser er store.

Reiseliv- og opplevelsesnæringene vil altså i årene fremover få større betydning enn noensinne, for lokalsamfunnsutvikling generelt og etablering av arbeidsplasser i lokalsamfunn og verdiskaping spesielt, i mange regioner i Norge. Kvalitet på reiselivs- og opplevelsesprodukter vil være en kritisk suksessfaktor, fordi det utløser større betalingsvilje i markedet og igjen gir større verdiskaping og attraktivitet til lokalsamfunnene. Dette vil i sum være suksessmåleren på bærekraftig destinasjons- og lokalsamfunnsutvikling innen fremtidens norske reiseliv.

Reiselivsstrategien definerer følgende mål for 2030:

- Innbygger- og lokalsamfunnstilfredshet
- Gjestetilfredshet for prioriterte målgrupper
- Ringvirkninger og overrisslingseffekter
- Verdiskaping (lønnsomhet og arbeidsplasser)

En fagskoleutdanning innen Reiseliv og opplevelser vil være en helt sentral kunnskap- og kompetanseleverandør for å kunne imøtekomme de overnevnte målområdene.

Utdanningen er praktisk rettet og kandidatene skal kunne gå rett ut i jobb – og bl.a. bidra til opplevelseskvalitet, lokalsamfunnsutvikling, større verdiskaping og en solid yrkesutøvelse basert på foreliggende og relevant kunnskap og kompetanse.

## 1.2. Målgrupper

Deltidsstudiet *REISELIV OG OPPLEVELSER* passer for kandidater som:

- Vil bli bedre kjent med reiseliv- og opplevelsesnæringene, bygge nettverk og få relevant arbeidserfaring eller omskole deg.
- Allerede jobber innenfor reiselivet, men ønsker videreutdanning, faglig påfyll og å bruke mer tid på forsømte prosjekter.
- Har en bedriftsidé og har lyst til å starte din egen bedrift eller utvikle nye opplevelsesprodukter.
- Vil bli en mer kompetent vert som gir dine gjester minneverdige kvalitetsopplevelser.
- Er ansatt i andre næringer som f.eks. handelsnæringer, offentlig tjenesteyting eller næringsutvikling, og er interessert i å bli bedre kjent med reiselivet, bærekraftig destinasjonsutvikling og spennende opplevelsesprodukter.

## 1.3. Opptakskrav

Man kan søke opptak til årsstudiet Reiseliv og opplevelser på bakgrunn av formalkrav eller realkompetansevurdering.

### Formalkrav:

- Generell studiekompetanse
- Fagbrev innen:
  - Restaurant og matfag
  - Salg, service og reiseliv
  - Naturbruk

- Informasjonsteknologi & medieproduksjon
- Frisør, blomster, interiør og eksponeringsdesign

### Realkompetanse:

I tillegg kan søkere som er 23 år eller eldre i opptaksåret tas opp på grunnlag av realkompetanse. Realkompetanse er all kompetanse som du har skaffet deg gjennom formell, ikke-formell eller uformell læring. Det vil si alle kunnskaper og ferdigheter tilegnet gjennom utdanning, lønnet eller ulønnet arbeid, organisasjonserfaring, fritidsaktiviteter eller på annen måte. Andre fagbrev enn de som er nevnt over vil også være en del av en realkompetansevurdering. Søkere som kan dokumentere at de skal gjennomføre fagprøve i løpet av det påfølgende semesteret etter opptaksfristen kan tildeles plass på vilkår av bestått prøve. Søkere med bachelorutdanning innen relevante fagområder kvalifiserer også for opptak til studiet.

## 1.4. Studiets omfang

Utdanningen er på deltid og har en samlet normert studietid på 2 år.

Studieplanen inneholder 6 emner med totalt 60 studiepoeng

- Reiseliv og destinasjonskunnskap (10 sp)
- Vertskapsrollen (10 sp)
- Opplevelsesdesign (10 sp)
- Entreprenørskap og innovasjon (10 sp)
- Kommunikasjon og formidling (10 sp)
- Markedsføring, merkevarebygging og salg (10 sp)

## 1.5. Struktur / organisering av utdanningen

|   | Emne / Timer                            | Undervisning og prosjektarbeid på skole og nett | Praksis    | Egenstudier Prosjekter | Sum Timer   | Studiepoeng | Semester |
|---|---|---|------------|------------------------|-------------|-------------|----------|
| 1 | Reiseliv og destinasjonskunnskap        | 80  | 60         | 100                    | 240         | 10          | Høst     |
| 2 | Vertskapsrollen                         | 80  | 95         | 100                    | 275         | 10          | Vår      |
| 3 | Opplevelsesdesign                       | 80  | 95         | 100                    | 275         | 10          | Vår      |
| 4 | Entreprenørskap og innovasjon           | 80  | 60         | 100                    | 240         | 10          | Høst     |
| 5 | Kommunikasjon og formidling             | 80  | 60         | 100                    | 240         | 10          | Vår      |
| 6 | Markedsføring, merkevarebygging og salg | 80  | 60         | 100                    | 240         | 10          | Vår      |
|   | <b>Sum timer</b>                        | <b>480</b>                                      | <b>430</b> | <b>600</b>             | <b>1510</b> | <b>60</b>   |          |

*1 og 4 = Første semester – 2,3,5,6 = Andre semester*

Undervisningen er per studieåret 2022/23 bolkbasert hvor det undervises i et emne av gangen. Hvert emne avsluttes med eksamen før man går videre til neste emne.

Alle emnene har en tredeling, med fysiske samlinger og nettundervisning, med gruppearbeid og prosjektarbeid/egenstudier og praksis i bedrift eller eget prosjekt. Studiet tas på deltid over to år.

## 1.6. Overordnet læringsutbytte

### **Kunnskaper: Kandidaten**

- har innsikt i reiselivets oppbygging, reisemålets organisering, bærekraftig reisemålsutvikling og prinsippene i den norske sertifiseringen av bærekraftige reisemål
- har kunnskap om entreprenørskap og innovasjon, produktutvikling, markedsføring, prising og verdiskaping i reiselivsnæringen generelt og bedriften spesielt
- har kunnskap om vertskapsrollens funksjoner og kommunikasjon og formidling
- har innsikt i gjeldende lover, relevant regelverk og standarder for reiselivsnæringen som arbeidsmiljølov, alkohollov, serveringslov, pakkereiselov, røykelov, GDPR-personvern, likestillingslov
- kan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap om reiselivs- og opplevelsesnæringene
- har innsikt i den organisatoriske og strukturelle oppbyggingen av reiselivsnæringen

### **Ferdigheter: Kandidaten**

- kan bruke sin faglige kunnskap til å identifisere tiltak som bidrar til innovasjon og utvikling av en reiselivsbedrift
- kan bruke sin kunnskap om vertskapsrollen og kommunikasjon og formidling til å skape gode relasjoner mellom gjester, kolleger og samarbeidspartnere
- kan benytte verktøy som bidrar til økt forståelse av drift og lønnsomhet i reiselivsbedrifter og prising av reiselivsopplevelser og produkter
- kan bruke digitale systemer til aktivt salg og håndtere bookinger
- kan finne informasjon og nytt fagstoff som er relevant for praktiske problemstillinger innen reiseliv og opplevelsesproduksjon

### **Generell kompetanse: Kandidaten**

- har utviklet en etisk grunnholdning i utøvelsen av sitt arbeid i reiselivs- og opplevelsesnæringene
- har forståelse for frontpersonellets betydning for bedriftens produksjon av service og opplevelser
- kan bygge og vedlikeholde gode relasjoner til kolleger, gjester og samarbeidspartnere i reiselivsnæringens verdikjede
- forstår markedsmessige prinsipper og forhold og digitaliseringens betydning for markedskommunikasjon
- har forståelse for yrkes- og bransje-etiske prinsipper innenfor bærekraft, vilkår for ansatte, behandling av kundeinformasjon, diskriminering, varsling av kritikkverdige forhold
- kandidaten forstår reiselivs- og opplevelsesnæringenes funksjon og betydning i et bærekraftig samfunns- og verdiskapingsperspektiv
- kan utvikle og planlegge nye opplevelsesprodukter

Etter fullført og bestått studium i Reiseliv og opplevelser skal studenten ha opparbeidet seg kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse til å kunne gå ut i jobb i en reiselivs-

opplevelsesbedrift, eller kunne starte egen virksomhet/opplevelsesprodukt. Studenten skal ha opparbeidet seg kunnskap om hvordan reiselivsbedrifter fungerer på lokalt og regionalt nivå, hvordan næringen er organisert, på hvilke måter den bidrar til verdiskaping både lokalt, regionalt og nasjonalt og hvordan virkemiddelapparatet fungerer.

Studenten skal videre ha fått kunnskap om det helhetlige reiselivsproduktet, turisme som fenomen, motiver for reisevirksomhet, produktutvikling, markedsføring, økoturisme og bærekraftig destinasjonsutvikling. Opplæringen skal gi kunnskap om historie, natur og kultur på konkrete reisemål gjennom blant annet bedriftsbesøk og ekskursjoner. Kunnskap om regelverk, etikk, ROS-analyser og sikkerhetsprinsipper som er viktig for reiselivsbedrifter er også sentralt.

Studenten skal ha utviklet ferdigheter for yrkesutøving, både som vertskap i en reiseliv-opplevelsesbedrift og/eller som etablerer av egen virksomhet. Studenten skal kunne tilpasse kommunikasjonen til ulike situasjoner, opptre ekte og korrekt i møte med gjester og kollegaer og bruke relevante digitale verktøy i yrkesutøvelsen. Studenten skal kunne bruke personastrategier og vurdere kritiske suksessfaktorer for ulike reiselivsprodukter og formulere en forretningsidé. Studenten skal i prosjektoppgaver utvikle en forretningsmodell og markedsplan for et konkret produkt i en opplevelsesøkonomisk ramme. Han/hun skal kunne gjennomføre kontroller av interne HMS-systemer og gi førstehjelp. Studenten skal kunne bruke kunnskapen og kompetansen oppnådd gjennom studiet til å videreformidle fortellinger om steder og attraksjoner, skape nye og innovative opplevelsesprodukter, designe meningsfulle, bærekraftige opplevelser og planlegge og gjennomføre et tidsavgrenset opplegg for spesifikke målgrupper.

## 1.7. Undervisningsformer og læringsaktiviteter

For å utvikle studentens kunnskap, ferdigheter og generelle kompetanse er undervisningen delt opp i:

- Undervisning på skolen og på nett, inkludert gruppearbeid og prosjektarbeid
- Praksis i bedrift eller eget prosjekt
- Selvstendig arbeid med oppgaver og egenstudier
- Arbeid i læringsgrupper på skolen og på nett

Undervisningen består blant annet i:

- Klasseromsundervisning med emneansvarlig lærer og gjestelærere
- Nettbaserte forelesninger av emneansvarlig lærer og gjestelærere
- Arbeid i læringsgrupper med veiledning fra emneansvarlig lærer og medstudenter, på samling og på nett
- Individuelt arbeid med veiledning fra emneansvarlig lærer
- Bedriftsbesøk
- Ekskursjoner og aktiv deltakelse i reiseliv- og opplevelsesprodukter

I hvert emne skal det arbeides med fordypningsoppgaver, som bygger på undervisning og erfaringer fra praksis. I tillegg skal det i praksisperioden arbeides med oppgaver som binder



de teoretiske perspektivene fra undervisningen og pensum sammen med erfaringer fra praksisfeltet. Alle arbeidskrav leveres på It's Learning. Emneansvarlig lærer og praksisveileder støtter studenten i læringsprosessen og i arbeidet med oppgaver, vil være samtalepartner og veilede studenten forbi barrierer i den faglige utviklingen. Digitale verktøy som It's Learning, Zoom, Office 365 og sosiale medier kan brukes i kommunikasjon mellom lærer og student, og studenter imellom.

Se læringsutbytte for praksisperiodene under beskrivelsen av praksis.

## 1.8. Arbeidskrav og vurdering

For alle oppgaver og innleveringer benyttes elektroniske mapper i It's Learning. Hvert arbeidskrav (innlevering) inneholder informasjon om innleveringsfrist, vurderingsform og vurderingskriterier. Det skilles mellom arbeidsmappe og vurderingsmappe.

**Arbeidsmappe:** Inneholder oppgaveutkast som studenten jobber med- og leverer til fastsatte frister underveis i studieukene. Arbeidene i denne mappa ligger til grunn for veiledningen som gis i læringsarbeidet. Faglærer gir studentene *underveisvurderinger* på arbeidene, med konkrete konstruktive tilbakemeldinger som skal fremme studentens faglige- og skrivefaglige utvikling. Tilbakemeldingene som gis brukes av studenten til å videreutvikle besvarelsene, som til slutt leveres i vurderingsmappe til en fastsatt frist.

**Vurderingsmappe:** Skal inneholde arbeidene som skal til sluttvurdering. Vurderingsmappe danner grunnlaget for *sluttvurdering*- og *standpunktkarakter* i emnet.

**Praksis:** Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

**Eksamen:** For å kunne gå opp til eksamen kreves det godkjent og bestått praksisperiode, praksisrapport og vurderingsmappe, samt 80% fremmøte i undervisningen og 90% fremmøte i praksisperioden. Se ellers oversikt over hva som kreves for å gå opp til eksamen under hvert emne.

Eksamensformene varierer fra emne til emne. Se emnebeskrivelsene for beskrivelse av eksamensform i hvert enkelt emne.

Skolen har egen forskrift om opptak, eksamen, disiplinære sanksjoner og klagehåndtering. ([www.lovdatab.no](http://www.lovdatab.no)).

### Beskrivelse av karakterskala:

| Symbol | Betegnelse    | Beskrivelse av vurderingskriterier   |
|--------|---------------|--|
| A      | Fremragende   | Fremragende prestasjon som klart utmerker seg. Kandidaten viser svært god vurderingsevne og stor grad av selvstendighet.                             |
| B      | Meget god     | Meget god prestasjon. Kandidaten viser meget god vurderingsevne og selvstendighet.   |
| C      | God           | Jevnt god prestasjon som er tilfredsstillende på de fleste områder. Kandidaten viser jevn vurderingsevne og selvstendighet på de viktigste områdene. |
| D      | Nokså god     | En akseptabel prestasjon med noen vesentlige mangler. Kandidaten viser en viss grad av vurderingsevne og selvstendighet.                             |
| E      | Tilstrekkelig | Prestasjonen tilfredstiller minimumskravene, men heller ikke mer. Kandidaten viser liten vurderingsevne og selvstendighet.                           |
| F      | Ikke bestått  | Prestasjon som ikke tilfredstiller de faglige minimumskravene. Kandidaten viser både manglende vurderingsevne og selvstendighet.                     |

**Vitnemål:** Utstedes etter fullført studium, og viser standpunktkarakter i hvert av emnene. Ved bestått eksamen i enkeltemner utstedes karakterutskrift.

**Evaluerings av studiet:** Kvalitetsvurderinger i studieløpet vil gjøres i henhold til Nordland fagskoles kvalitetssystem. Deriblant vil man gjennomføre anonymiserte evalueringer hvert semester og ved studieslutt. Resultatene fra evalueringene tas opp i dialogmøter mellom faglig leder, pedagogisk leder og studenter, og brukes til å videreutvikle studietilbudet. Avdelingsavleder er ansvarlig for rapportering til skolens styre, hvor også eventuelle store avvik legges fram. Mindre avvik behandles fortløpende på avdelingen, og gjennom dialog med studentene forsøker ledelsen å besørge best mulig studiekvalitet og oppnå skolens målsettinger for studiekvalitet.

### 1.9. Gradsbetegnelse

Fullført årsstudium i Reiseliv og opplevelser kvalifiserer til 60 studiepoeng og gir følgende gradsbetegnelse: **FAGSKOLEGRAD I REISELIV OG OPLEVELSER**

## 2.0. Emne 1: Reiseliv og destinasjonskunnskap

---

### 2.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og på nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|---|-------------|----------|-------------|
| 80 timer  | 100 timer   | 60 timer | 10          |

### 2.2. Læringsutbytte

#### **KUNNSKAP: Kandidaten**

- har innsikt i reiselivsnæringens oppbygging, reisemålets organisering, kundereisen og bærekraftig reisemålsutvikling
- har innsikt i besøksforvaltning og reiselivsnæringens betydning som verktøy for god lokalsamfunnsutvikling
- har kunnskap om Visit Norways ti prinsipper for bærekraftig reiselivsutvikling som omhandler bevaring av natur, kultur og miljø, styrking av sosiale verdier og økonomisk levedyktighet
- har kunnskap om reiselivets organisering lokalt, regionalt og nasjonalt
- har innsikt i organisering og samhandling mellom reiselivsbedrifter, organisasjoner, kommuner, fylkeskommuner og virkemiddelapparatene
- har kunnskap om bærekraftig destinasjonsutvikling, regenerativ turisme, miljøkrav, økoturisme og miljøvennlige reiselivsprodukter
- har innsikt i hvordan lokal historie, natur, flora, fauna og kultur kan danne grunnlag for god destinasjonsutvikling
- har kunnskap om lokale- og regionale opplevelsestilbydere og produsenter

#### **FERDIGHETER: Kandidaten**

- kan bruke sin destinasjons- og lokalkunnskap i møter med gjester
- kan bruke sin kunnskap om lokal kultur og natur i opplevelsesproduktutvikling
- kan identifisere strategiske samarbeidspartnere
- kan benytte kunnskapen om bærekraft, økoturisme og miljøvennlig adferd i produktutvikling og daglig yrkesutøvelse
- kan utarbeide ulike turprogram ut fra gjesters behov og ønsker

#### **GENERELL KOMPTANSE: Kandidaten**

- kan bruke sin kunnskap om økoturisme og bærekraft i sitt daglige arbeid
- kan ta i bruk bærekraftsprinsippene i bedriftens praktiske arbeid
- evner å finne riktige samarbeidspartnere og relevante nettverk

### 2.3. Faglig innhold

Emnet skal fremme kunnskap om reiselivsnæringen og opplevelsesproduksjon generelt - og det helhetlige reiselivsproduktet spesielt, samt gi innsikt i turisme som fenomen.

Destinasjonskunnskap, destinasjonsutvikling og offentlig-privat samarbeid på destinasjoner vektlegges. Emnet skal gi kunnskap om bærekraftig destinasjonsutvikling og miljømerking, samt fokusere på kulturnæringene som viktige samarbeidspartnere og bidragsyttere i destinasjonsutvikling og produktutvikling.

Undervisningen vil omhandle temaer som reiseliv og destinasjonskunnskap, natur og miljø, lokale kulturverdier, kunst, historie, bærekraftig reisemålsutvikling, økoturisme og lokalmatproduksjon. Aktører fra reiselivsnæringen holder gjesteforelesninger. I samlingene arrangeres det besøk til reiselivsaktører, workshops og gruppearbeid. Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

### 2.4. Eksamen / sluttvurdering

Mappevaluering underveis i- og på slutten av emnet. Vurderingsformen besørger en prosessorientert vurderingspraksis, hvor kandidaten leverer underveisevalueringer (arbeidskrav) i løpet av emneperioden og får konstruktive tilbakemeldinger fra faglærer som brukes til å videreutvikle produktet frem til sluttvurdering. Tilbakemeldingene har fokus på å sikre studentens faglige utvikling gjennom hele emnet.

**Arbeidsmappa:** Inneholder oppgaveutkast som studenten jobber med- og leverer til fastsatte frister underveis i studieukene. Arbeidene i denne mappa ligger til grunn for veiledningen som gis i læringsarbeidet. Faglærer gir studentene *underveisevalueringer* på arbeidene, med konkrete konstruktive tilbakemeldinger som skal fremme studentens faglige- og skrivefaglige utvikling. Tilbakemeldingene som gis brukes av studenten til å videreutvikle besvarelsene, som til slutt leveres i vurderingsmappa til en fastsatt frist.

**Vurderingsmappa:** Skal inneholde arbeidene som skal til sluttvurdering. Vurderingsmappa danner grunnlaget for *sluttvurdering*- og *standpunktkarakter* i emnet.

### 2.5. Pensum

Georg Kamfjord, 2019, Fagspesialisten: «*Det helhetlige reiselivsproduktet*» (s. 15 - 132), (s.147 - 218)

Steen Jacobsen og Viken, 2016, Gyldendal akademisk: «*Turisme. Fenomen og næring*» (s. 15 – 35), (s. 232 – 291)

World Tourism Organization (UNWTO), 2020: «*Framework Convention on Tourism Ethics*» (s. 7 – 28) <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671>

\*Fortsetter neste side

**Støttelitteratur på nett:**

Nasjonal Reiselivsstrategi 2030:

[https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal\\_Reiselivsstrategi\\_original\\_ny\\_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_original_ny_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf)

Visit Norway Innsikt: <https://business.visitnorway.com/no/>

Produktmanualer for aktuelle destinasjoner

## 3.0. Emne 2: Vertskapsrollen

---

### 3.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|--|-------------|----------|-------------|
| 80 timer   | 100 timer   | 90 timer | 10          |

### 3.2. Læringsutbytte

#### KUNNSKAP: Kandidaten

- har kunnskap om betydningen av godt vertskap og hvordan få gjester til å føle seg velkomne
- har kunnskap om at systematisk vertskapsarbeid gir konkurransefortrinn
- har innsikt i kulturbegrepet og interkulturell forståelse
- har kunnskap om HMS, risikoanalyse og risikoevaluering for å ivareta gjestenes trygghet og sikkerhet
- har innsikt i vertskapets ansvar for å følge gjeldende lover, forskrifter og regler
- har kunnskap om bærekraftig reiselivsutvikling fra et vertskapsperspektiv, og vertens plikt til å ivareta økonomiske, sosiale og miljømessige aspekter i en reiselivsbedrift
- har kunnskap om førstehjelp

#### FERDIGHETER: Kandidaten

- kan kunsten å få gjester til å føle seg velkomne
- kan bruke kunnskap om interkulturelle forskjeller og identitet i møte med gjester, kollegaer og leverandører
- kan bruke sine relasjonelle evner til å oppnå kontakt med gjestene, skape trygghet og takle uforutsette situasjoner
- kan kartlegge retningslinjene i reiselivsbedrifters HMS-arbeid og gjennomføre ROS-analyser med særlig fokus på vertskapets ansvar for gjestens sikkerhet
- kan gjennomføre førstehjelp

#### GENERELL KOMPETANSE: Kandidaten

- kan bygge relasjoner på tvers av målgrupper, kulturer og fag
- har forståelse for eget og andres verdigrunnlag og holdninger i relasjoner og samarbeid
- har forståelse for vertskapets muligheter til- og ansvar for å ivareta en bærekraftig reiselivsutvikling
- har forståelse for at de ansattes vertskapsutøvelse utgjør en kritisk suksessfaktor for reiselivs- og opplevelsesbedrifter
- kan identifisere personlige karaktertrekk og involvering som bidrar til minneverdige vertskapsopplevelser og et godt arbeidsmiljø

### 3.3. Faglig innhold

Emnet «Vertskapsrollen» har mål om å gi et enestående grunnlag for å skape minneverdige vertskapsopplevelser i alle møter med gjester. Emnet gir kandidaten kunnskap om- og bevissthet omkring betydningen av godt vertskap – både for seg selv, for andre (gjesten) og for hverandre (i et arbeidsmiljø). Emnet forsøker å bygge en systematisk bevissthet omkring hva gjester forventer i ulike situasjoner, og hva vertskapet kan gjøre for å overgå gjestens forventninger, og forsøker å snu fokuset fra et statisk funksjonelt serviceperspektiv til dynamiske opplevelsbaserte vertskapsopplevelser hvor vertskapet tar aktiv del i opplevelsen.

Emnet setter kandidaten i stand til å gi unike gjesteopplevelser tilpasset gjesters ulike behov og kulturelle bakgrunn. Det gis kunnskap om kulturbegrepet, kulturelle særtrekk og innsikt i relevante gjestegrupper, som kan brukes for å gi bedre tilpassede personlige opplevelser til den enkelte gjest. Emnet sikrer og trygger også kandidatens lokalkunnskap og kunnskap om destinasjonen som kandidaten representerer, med særlig fokus på lokale fasiliteter, attraksjoner og lokale/regionale opplevels- og transporttilbud – fundert i et overordnet fokus på prinsipper for bærekraftig reiselivsutvikling i praksis.

Emnet skal i sum stimulere til at kandidaten bygger et mer reflektert forhold til seg selv i ulike vertskapssituasjoner og hvordan han/hun kan bidra til å bygge gode relasjoner både med gjester, kollegaer på arbeidsplassen og øvrige samarbeidspartnere. Aspekter som konflikthåndtering, klagehåndtering og etiske problemstillinger vil diskuteres og drøftes i læringsarbeidet. Et sentralt element i undervisningen er hvordan man kan legge til rette for god *samskaping* i gjestemøter og organiserte opplevelser. For å omsette dette til praksis trengs både tekniske ferdigheter (hard skills) og kunnskaper om- og ferdigheter til å bygge mellommenneskelige relasjoner (soft skills). «Vertskapsrollen» tar sikte på å bygge en tro på- og bevissthet omkring at en selv som vert har en hovedrolle når minneverdige opplevelser skapes innen reiselivsnæringen.

Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

### 3.4. Eksamen / sluttvurdering

Individuell muntlig eksamen med forberedelsestid.

Eksamensoppgaven publiseres minimum 24 før første eksamensgjennomføring og kandidaten bruker tiden frem til eksamen til forberedelser ut fra en case-oppgave. Eksamen varer ca. 30 minutter og består av en 10 minutters presentasjon og en 10-20 minutters fagsamtale. Eksamensresultatet annonseres umiddelbart etter eksamenen er ferdig med muntlig begrunnelse/vurdering. Muntlig eksamenskarakter kan kun påklages ved formelle feil på eksamensavviklingen.

### 3.5. Pensum

Jan Gunnarson og Olle Blohm, 2009, Tapir Akademiske Forlag: *"Det gode vertskap. Kunsten å få mennesker til å føle seg velkomne"* (hele boken)

Øyvind Dahl, 2013, Gyldendal Akademiske Forlag: «*Møter mellom mennesker*». Kapittel 1 og 2 (17-53).

Lena Mossberg, 2007, Fagbokforlaget: *Å skape opplevelser Fra Ok til WOW*. Kapittel 5 og 7.

Trine Lyrek, 2021, Masteroppgave UiT, «Kan vertskapet gjøre en forskjell?» (teoridel s. 7 - 21): <https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/22669/thesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>



## 4.0. Emne 3: Opplevelsesdesign

---

### 4.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og på nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|---|-------------|----------|-------------|
| 80 timer  | 100 timer   | 60 timer | 10          |

### 4.2. Læringsutbytte

#### KUNNSKAP: Kandidaten

- har kunnskap om begrepet opplevelsesøkonomi
- har kunnskap om hvilke drivkrefter som påvirker etterspørselen etter opplevelser
- forstår forskjellen på funksjonelle serviceleveranser og opplevelsesbaserte gjestemøter
- innsikt i de enkelte opplevelsesverktøyenes- og arbeidsmetodenes nytte og bruksområder
- kunnskap om verdiskapingsstigen, opplevelsespyramiden og hvordan bruke dramaturgi i opplevelsesproduksjon
- forstår betydningen av gode opplevelser i produktutvikling og verdiskaping
- forstår forskjellige opplevelsesprodukters betydning for å skape reiselyst
- har kunnskap om betydningen av at prinsipper for bærekraftig reiselivsutvikling ivaretas i opplevelsesprodukter

#### FERDIGHETER: Kandidaten

- kan benytte opplevelsesdesign som metode for å skape meningsfulle opplevelser
- kan produsere verdifulle og bærekraftige opplevelser tilpasset forskjellige målgrupper/personas
- kan skape opplevelsesbaserte gjestemøter
- kan bruke opplevelsesverktøy til å analysere svakheter og styrker i et opplevelsesprodukt
- kan benytte opplevelsesdesignverktøy i utvikling av nye konsepter og produkter

#### GENERELL KOMPTANSE: Kandidaten

- forstår meningsfulle, bærekraftige opplevelses verdi som konkurransefaktor
- har forståelse for at opplevelser skaper reiselyst
- forstår merverdien som skapes for gjest, ansatt og bedrift i opplevelsesbaserte gjestemøter

### 4.3. Faglig innhold

Studenten får kunnskap om opplevelsesøkonomi som fenomen og fagfelt og om hvordan skape meningsfulle, bærekraftige opplevelser for gjestene. Meningsfulle opplevelser kan føre til at en person endrer seg eller sitt syn på noe, det vil si at han/hun virkelig berøres følelsesmessig og mentalt. Å ha kunnskap om opplevelsesbaserte gjestemøter og å skape og

produsere opplevelser er viktig for destinasjonsutvikling generelt og for reiselivs- og opplevelsesbedriftene spesielt. På den ene siden skal man tilfredsstille behovet for en sterk, personlig opplevelse for gjesten, på den andre siden må man effektivisere produksjonen slik at den gir reell lønnsomhet for bedriften.

Studenten får en rekke verktøy og virkemidler som kan benyttes i utvikling av meningsfulle og bærekraftige opplevelser og gjestemøter. Undervisningen vil omhandle temaer som kjernen i opplevelser, verdiskapingsstigen, iscenesettelse og samskaping, opplevelsesrommet og verdidrivere, autentisitet og diverse verktøy og arbeidsmetoder for produksjon av opplevelser. Aktører fra reiseliv-, opplevelses- og kulturnæringene holder gjesteforelesninger. I samlingene blir det i tillegg til klasserom- og digital undervisning, besøk til reiselivsaktører, workshops, gruppearbeid og prosjektarbeid.

Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

#### 4.4. Eksamen / sluttvurdering

Mappевurdering underveis i- og på slutten av emnet. Vurderingsformen besørger en prosessorientert vurderingspraksis, med fokus på studentens faglige utvikling gjennom hele emnet.

**Arbeidsmappa:** Inneholder oppgaveutkast som studenten jobber med- og leverer til fastsatte frister underveis i studieukene. Arbeidene i denne mappa ligger til grunn for veiledningen som gis i læringsarbeidet. Faglærer gir studentene *underveisvurderinger* på arbeidene, med konkrete konstruktive tilbakemeldinger som skal fremme studentens faglige- og skrivefaglige utvikling. Tilbakemeldingene som gis brukes av studenten til å videreutvikle besvarelsene, som til slutt leveres i vurderingsmappa til en fastsatt frist.

**Vurderingsmappa:** Skal inneholde arbeidene som skal til sluttvurdering. Vurderingsmappa danner grunnlaget for *sluttvurdering*- og *standpunktkarakter* i emnet.

#### 4.5. Pensum

Ann Jorid Pedersen, 2012, Cappelen Damm: «*Opplevelsesøkonomi*» (s. 2– 214)

Georg Kamfjord, 2019, Fagspesialisten: «*Det helhetlige reiselivsproduktet*» (s. 139 – 144)

Lena Mossberg, 2007, Fagbokforlaget: «*Å skape opplevelser. Fra OK til WOW*» (s. 108 – 140)

Innovative opplevelser 2011: «*8 eksempler på prising av GÅSEHUD*» (s. 1 – 21)

#### Støttelitteratur på nett:

Opplevelser i nord: «*88923 timer produsert siden 2009*»

<http://www.opplevelserinord.no/getfile.php/1319718-1509976491/Opplevelser%20i%20nord/Sluttmelding%20Opplevelser%20i%20nord%202009%20-%202017.pdf>

## 5.0. Emne 4: Entreprenørskap og innovasjon

---

### 5.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og på nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|---|-------------|----------|-------------|
| 80 timer  | 100 timer   | 60 timer | 10          |

### 5.2. Læringsutbytte

#### KUNNSKAP: Kandidaten

- har kunnskap om entreprenørskap og innovasjon i reiselivsnæringen og opplevelsesproduksjon
- har kunnskap om idéutvikling, muligheter, barrierer og behov
- har kunnskap om forretningsplanutvikling og forretningsmodellering
- har innsikt i en bedrifts økonomisystemer og rapporteringskrav

#### FERDIGHETER: Kandidaten

- kan identifisere og utvikle en forretningsidé og utvikle en forretningsmodell
- kan arbeide med produktkalkyler, budsjetter
- kan bidra i planlegging og utvikling av et opplevelsesprodukt
- kan tilpasse kvalitet og pris på reiselivsprodukter ut fra etterspørsel og behov

#### GENERELL KOMPETANSE: Kandidaten

- kan utvikle en forretningsidé og en forretningsmodell
- kan bruke bærekraftsprinsippene i bedriftens drift- og utviklingsarbeid
- forstår betydningen av entreprenørskap og innovasjon i opplevelsesutvikling
- evner å reflektere over etiske og moralske utfordringer i bedrifts- og forretningsammenheng

### 5.3. Faglig innhold

Emnet gir en innføring i de mulighetene og utfordringene man møter i etableringen av- og produktutviklingen i en reiselivs- og opplevelsesbedrift. Undervisningen gir kunnskap om utvikling av en forretningsidé og utarbeidelse av en forretningsmodell for etablering av en opplevelsesbedrift eller utvikling av nye produkter. Studenten blir kjent med analyseverktøy og kartleggingsmetoder som beslutningsgrunnlag for utviklingsarbeid. Kandidaten får kunnskap om- og det arbeides spesifikt med finansieringsspørsmål, budsjettering, og kalkyler. Emnet skal stimulere til nysgjerrighet, kreativitet og evne til samarbeid, initiativ og helhetlig tenking.

Undervisningen vil omhandle temaer som forretningsmodellering, lover og regler, budsjettering og økonomistyring. Aktører fra reiselivs- og kulturnæringene holder gjesteforelesninger. På samlingene blir det besøk av reiselivsaktører, workshops, gruppearbeid og individuelt prosjektarbeid.

Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

#### 5.4. Eksamen / sluttvurdering

6-timers individuell skriftlig hjemmeeksamen med alle hjelpemidler tillatt. Leveres i It's Learning.

#### 5.5. Pensum

Alexander Osterwalder og Yves Pigneur / John Wiley & Sons, 2010, Gyldendal Norsk Forlag AS 2015: «Business Model Generation» (281 sider)

Eide og Ljunggren, 2018, Universitet NORD: PDF, «*Testing som metode i innovasjonsprosesser*» (s. 3 – 46)

## 6.0. Emne 5: Kommunikasjon og formidling

---

### 6.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|--|-------------|----------|-------------|
| 80 timer   | 100 timer   | 90 timer | 10          |

### 6.2. Læringsutbytte

#### KUNNSKAP: Kandidaten

- har kunnskap om ulike kommunikasjonsmetoder
- har innsikt i verbal og ikke-verbal kommunikasjon, retorikk og andre verktøy som kan bidra til å videreutvikle egen kommunikasjon og formidling
- har kunnskap om mulighetene som sosiale medier- og digitale plattformer gir for kommunikasjons- og formidlingsarbeid
- har kunnskap om betydningen av god kommunikasjon og formidling i møte med gjester
- har kunnskap om hvordan man som reiselivsaktør kan løfte frem arbeid med bærekraftig reiselivsutvikling (sosiale-, økonomiske- og miljømessige aspekter) i kommunikasjonsarbeid fysisk og digitalt

#### FERDIGHETER: Kandidaten

- kan bruke forskjellige formidlings- og presentasjonsteknikker
- kan anvende destinasjonskunnskap, lokal historie, kultur og kunnskap om bærekraftig reiselivsutvikling i informasjon- og formidlingsarbeid
- kan presentere en destinasjon, bedrift eller opplevelsesprodukt muntlig og skriftlig
- kan formidle lokal kultur, historie og dagligliv, med fokus på en bærekraftig samfunnsutvikling
- kan tilpasse kommunikasjonen til gjester og kundegrupper fra forskjellige kulturer
- kan utveksle informasjon i forberedt eller spontan samhandling med andre
- kan anvende teknikker og fremgangsmåter for selv å bli trygg og godt forberedt i ulike kommunikasjons- og formidlingssituasjoner
- kan anvende digitale verktøy, sosiale medier og andre relevante hjelpemidler i presentasjoner og annet formidlingsarbeid

#### GENERELL KOMPETANSE

- kan uttrykke seg skriftlig og muntlig på en nyansert og presis måte, med flyt og sammenheng
- kan reflektere over- og utvikle et bevisst forhold til seg selv og andre aktører i ulike kommunikasjons- og formidlingssituasjoner

- kan fremføre ulike historier og tekster foran andre mer eller mindre spontant, samt vise respekt og nysgjerrighet overfor andre i lignende situasjoner
- har forståelse og aksept for gjester og samarbeidspartnere fra andre kulturer
- har et bevisst forhold til hvordan å løfte frem arbeid med bærekraftig reiselivsutvikling i praktisk kommunikasjons- og formidlingsarbeid

### 6.3. Faglig innhold

Gjennomarbeidet og god kommunikasjon og formidling kan være elementet som setter prikken over i-en for enhver kvalitetsopplevelse. Kandidaten blir kjent med de ulike fasene i formidlingsarbeid – fra forberedelser, gjennomføring, evaluering og videreutvikling, og stimuleres til å øve seg på å tilpasse kommunikasjonen til ulike situasjoner ut fra gjestens forutsetninger, kulturbakgrunn og/eller ønsker. Studenten får innsikt i hvordan historiefortelling kan brukes som et dramaturgisk spenningsbyggende grep i presentasjon- og formidlingsarbeid, og bidra til å gi opplevelser merverdi.

Læringsarbeidet tar blant annet for seg ulike kommunikasjonsmetoder, presentasjonsteknikker, utvikling- og bruk av formidlingsmanuskripter og kommunikasjon med gjester fra andre land og kulturer. Studenten gis også innsikt i noen av mulighetene som ligger i kommunikasjon- og formidlingsarbeid gjennom sosiale medier og andre digitale verktøy. Det vies ekstra oppmerksomhet til kommunikasjon av bærekraftig reiselivsutvikling – med særlig fokus på bærekraftig kommunikasjon og omdømmebygging – uten å bidra till «grønnvasking». Aktører fra reiselivsnæringen, opplevelsesprodusenter og kulturfeltet holder gjesteforelesninger og det legges særlig vekt på formidling av lokalkunnskap, kultur, mat og tradisjoner, samt kortreiste aktiviteter og attraksjoner i nærområdet til studiestedet.

I undervisningen får studenten praktisk trening gjennom bl.a. mikroformidlingssekvenser, presentasjoner, historiefortelling, diskusjoner og andre praktiske øvelser, med mål om å opparbeide et mer bevisst forhold til seg selv - og andre - i ulike kommunikasjon- og formidlingssituasjoner. Emnet legger både opp til at man skal trene seg på å selv bli en bedre formidler, og bli flinkere til å bygge et oppbyggelig klima for kommunikasjon- og formidlingsarbeid – enten på arbeidsplassen, i klasserommet eller blant venner og familie.

Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

### 6.4. Eksamen / sluttvurdering

Individuell muntlig eksamen med forberedelsestid.

Eksamensoppgaven publiseres 24 timer før første eksamensgjennomføring og kandidaten bruker tiden frem til eksamen til forberedelser ut fra en case-oppgave. Eksamen varer ca. 30 minutter og består av en 10 minutters presentasjon og en 10-20 minutters fagsamtale. Eksamensresultatet annonseres umiddelbart etter eksamenen er ferdig med muntlig begrunnelse/vurdering. Muntlig eksamenskarakter kan kun påklages ved formelle feil på eksamensavviklingen.

## 6.5. Pensum

Else Barratt-Due, 2011, Fundamentalialia: «*På scenen i ditt eget liv*» (hele boken).

Bendik M. Samuelsen, Adrian Peretz og Lars E. Olsen, 2021, Cappelen Damm Akademisk: Merkevareledelse (2. utgave). Kapittel 1 (s. 28-54) og kap 16-18 (s. 458-577).

Øyvind Dahl, 2014, Gyldendal Akademisk: «*Møter mellom mennesker*». Kapittel 3 (s. 54-80).

### **Støttelitteratur som integreres i presentasjoner og perspektiver samles i kompendium:**

Live Bressendorf Lindseth, 2009, Kondor AS: «*Kroppspråkets makt*».

Jonas Bakken, 2009, Universitetsforlaget AS «*Retorikk i skolen*»

## 7.0. Emne 6: Markedsføring, merkevarebygging og salg

---

### 7.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Undervisning og prosjektarbeid på skolen og på nett | Egenstudier | Praksis  | Studiepoeng |
|---|-------------|----------|-------------|
| 80 timer  | 100 timer   | 60 timer | 10          |

### 7.2. Læringsutbytte

#### KUNNSKAP: Kandidaten

- har innsikt i reiselivets verdikjede og kundereisen
- har kunnskap om gjesters behov, motivasjoner og holdninger; «Reason to go»
- har innsikt i segmentering generelt og personas spesielt
- har kunnskap om merkevarebygging, markedskommunikasjon, prising og salg
- har kunnskap om digitale distribusjonskanaler og markedsføring
- har kunnskap om bruk av digitale kanaler og sosiale medier i profileringsarbeid
- har innsikt i planlegging og gjennomføring av salgssamtaler, salgsmøter, workshops og messer

#### FERDIGHETER: Kandidaten

- kan utvikle innhold til profileringsmaterieil og digital profilering
- kan segmentere markedet og definere målgrupper og personas
- kan tilpasse markedskommunikasjonsmetoder til ulike gjester / målgrupper
- kan bruke digitale kanaler og plattformer i distribusjon og markedskommunikasjon
- kan innhente og bearbeide markedsinformasjon
- kan utarbeide en markedsplan
- kan bruke digitale medier for hele kundereisen

#### GENERELL KOMPETANSE: Kandidaten

- forstår verdien av medlemskap i ulike samarbeidskonstellasjoner i fbm. utviklings- og markedsføringsarbeid som Visit Norway, merkeordninger, Destinasjonsselskaper, klynger eller lokale samarbeidspartnere
- har utviklet forståelse for samarbeid om markedsføring digitalt, i kampanjer og på Nasjonale- og Internasjonale reiselivsmesser
- forstår verdien av merkevarebygging og ivaretagelse av merkevaren

### 7.3. Faglig innhold

Emnet skal gi studentene praktisk og tidsriktig kunnskap om markedsføring, hvor bærekraft, digitale løsninger og opplevelser er bærende elementer. Studenten skal lære hva som



kjennetegner en merkevare og hvordan den bygges, vedlikeholdes og utvikles. Studenten skal, etter gjennomført og bestått studium, kunne selge reiselivs/opplevelsesprodukter nasjonalt og internasjonalt med bakgrunn i segmentering og markedsføringsplaner i ulike kanaler og kunne betjene disse.

Undervisningen på skolen vil omhandle temaer som reiselivets verdikjede, segmentering og identifisering av personas, posisjonering, merkevarebygging, profilering, markedskommunikasjon og distribusjonskanaler, digitale medier, prising og utvikling av markedsplan for et opplevelsesprodukt. Aktører fra reiselivsnæringen holder gjesteforelesninger. Vi tilstreber å bruke både regionale, nasjonale og internasjonale gjesteforelesere.

Praksis er beskrevet i eget kapittel i studieplanen.

#### 7.4. Eksamen / sluttvurdering:

Mappevurdering underveis i- og på slutten av emnet, som resulterer i innlevering av markedsplan som utvikles i løpet av læringsforløpet.

Mappevurderingsformen besørger en prosessorientert vurderingspraksis, med fokus på studentens faglige utvikling gjennom hele emnet.

**Arbeidsmappa:** Inneholder oppgaveutkast som studenten jobber med- og leverer til fastsatte frister underveis i studieukene. Arbeidene i denne mappa ligger til grunn for veiledningen som gis i læringsarbeidet. Faglærer gir studentene *underveisvurderinger* på arbeidene, med konkrete konstruktive tilbakemeldinger som skal fremme studentens faglige- og skrivefaglige utvikling. Tilbakemeldingene som gis brukes av studenten til å videreutvikle besvarelsene, som til slutt leveres i vurderingsmappa til en fastsatt frist.

**Vurderingsmappa:** Skal inneholde arbeidene som skal til sluttvurdering. Vurderingsmappa danner grunnlaget for *sluttvurdering*- og *standpunktkarakter* i emnet.

#### 7.5. Pensum

Mette Holan, 2019, Vigmostad & Bjørke AS: «Markedsføringsledelse» (289 sider).

#### Støttelitteratur:

Arne Nygaard, 2019, Vigmostad & Bjørke AS: «Grønn markedsføringsledelse» (167 sider).

## 8.0. Praksis (alle emner)

---

### 8.1. Omfang og forventet arbeidsmengde

| Emner                                   | Timer             |
|---|-------------------|
| Reiseliv og destinasjonskunnskap        | 60 timer (2 uker) |
| Vertskapsrollen                         | 90 timer (3 uker) |
| Opplevelsesdesign                       | 60 timer (2 uker) |
| Entreprenørskap og innovasjon           | 60 timer (2 uker) |
| Kommunikasjon og formidling             | 90 timer (3 uker) |
| Markedsføring, merkevarebygging og salg | 60 timer (2 uker) |

### 8.2. Læringsutbytte

#### **KUNNSKAP: Kandidaten**

- har kunnskap om praksisbedriftens miljøprofil og destinasjonens bærekraftsfokus
- har kunnskap om praksisbedriftens vertskapsfilosofi
- har kunnskap om bedriftens forskjellige avdelinger og produkter
- har innsikt i sin egen rolle i praktiske kommunikasjonssituasjoner og relasjoner med gjester
- har kunnskap om bruk av dramaturgi i kommunikasjons- og formidlingsarbeid
- har innsikt i praksisbedriftens forretningsmodell
- har kunnskap om praksisbedriftens markedsplaner- og strategier

#### **FERDIGHETER: Kandidaten**

- kan utøve godt vertskap i praksis
- kan kommunisere med gjester, samarbeidspartnere og kolleger
- kan samskape opplevelser med gjester
- kan bidra innenfor inkrementell innovasjon i praksisbedriften, nyskaping og produktutvikling
- kan bidra i praksisbedriftens konkrete og oppfølgende markedsføringsaktiviteter og markedskommunikasjon digitalt, på sosiale medier og fysisk
- kan bidra i praksisbedriftens salgsaktiviteter og i salgssamtaler

#### **GENERELL KOMPETANSE: Kandidaten**

- kan delta i det daglige arbeidet i praksisbedriften

- kjenner bedriftens etiske retningslinjer, personalpolitikk og bedriftskultur
- kan representere praksisbedriftens merkevare
- har innsikt i praksisbedriftens rolle og betydning i lokalt reiseliv og næringsliv for øvrig

### 8.3. Praktisk og faglig innhold

Praksisperiodene bygger bro mellom de teoretiske perspektivene fra pensum og undervisningen og den praktiske arbeidshverdagen. Praksisperiodene er derfor plassert midt mellom undervisningsbolkene i hvert emne, slik at samlingene skal binde både teorien- og arbeidserfaringene fra emnet tettere sammen.

Målet med praksis er at studenten skal se sammenhengen mellom teori og ny kunnskap fra undervisning og praksis, og med bakgrunn i dette kunne reflektere over den nye kunnskapens praktiske verdi i arbeidshverdagen og utvikle et bevisst forhold til egne handlinger og reaksjoner i praktiske arbeidssituasjoner. En dag i hver praksisuke er derfor satt av til refleksjon, arbeid med praksisoppgaver og prosjektarbeid.

Veiledningsforløpet tar utgangspunkt i en læringsmodell hvor studenten gradvis blir en aktiv bidragsyter i praksisbedriften. Studenten introduseres til bedriftens organisering og bedriftskultur, settes inn i daglige rutiner og gjøremål og deltar i både det daglige- og etter hvert også det strategiske arbeidet i bedriften. Erfaringer og refleksjoner fra praksisperioden er viktige for å oppnå læringsutbytte på studiet. Praksisperiodene i de ulike emnene vil derfor ha hovedfokus på sentrale tema fra emnene:

#### **Reiseliv og destinasjonskunnskap (60 timer praksis)**

- Bedriftens rolle og betydning i lokalt og regionalt reiseliv
- Bedriftens miljøholdning og overordnede bærekraftsfokus

#### **Vertskapsrollen (90 timer praksis)**

- Praksisbedriftens vertskapskultur- og fokus på gode vertskapsopplevelser for gjester
- Praktisk utøvelse av vertskapsrollen

#### **Opplevelsesdesign- og produksjon (60 timer praksis)**

- Opplevelsesbaserte gjestemøter
- Bruke relevante opplevelsesverktøy i analyse, planlegging og produksjon av opplevelser

#### **Entreprenørskap og innovasjon (60 timer praksis)**

- Bli kjent med bedriftens praksis tilknyttet inkrementell innovasjon, nyskaping og produktutvikling
- Bidra i nyskaping og produktutvikling

#### **Kommunikasjon og formidling (90 timer praksis)**

- Kommunikasjon med- og formidling til gjester, samarbeidspartnere og kolleger
- Observere gjester og kolleger i ulike kommunikasjonssituasjoner

### **Markedsføring, merkevarebygging og salg (60 timer praksis)**

- Bli kjent med bedriftens konkrete og oppfølgende markedsføringsaktiviteter og markedskommunikasjon fysisk, digitalt og på sosiale medier
- Utvikle ideer og innspill til bedriftens markedsplan

#### **8.4. Veiledningsmodellen**

Praksisveiledningen skal stimulere til at studenten utvikler seg gjennom samtaler, diskusjoner og refleksjoner omkring sammenhenger mellom praksiserfaringer og teoretiske perspektiver fra emnet. Det er studentens «undring» som står i sentrum for veiledningen. Praksisveileder oppfordres derfor til å være mest opptatt av hva studenten tenker ut fra det vedkommende gjør. Studenten på sin side utfordres til å sette ord på egne tanker, og omsette erfaringer og teori til verbal kommunikasjon. Studenten gis slik en mulighet til å lufte tanker om spenningsforholdet mellom teori og praksis sammen med en fagperson. Praksisveileder skal være godt kjent med veiledningsmodellen og studentens pensum, og kan dermed knytte teori til aktuelle praksisoppgaver. Gapet mellom teoretisk kunnskap og praktisk handling vil minke ved denne type veiledning, fordi studenten bevisstgjøres om hvordan teori kan brukes praktiske arbeidssituasjoner. De emneansvarlige på fagskolen skal gi nødvendig informasjon til studentene og praksisveilederne både før- og underveis i praksisperiodene.

For å få godkjent praksis kreves:

- at fraværet ikke overstiger 10 %
- godkjent praksisoppgave
- godkjent praksisrapport

#### **8.5. Generelt**

**Praksisbedrift:** Skolen vil hjelpe studenter som trenger bistand med å komme i kontakt med aktuelle praksisbedrifter. Dersom studenten ønsker egen virksomhetsetablering som praksis, skal eksternt veileder godkjennes av skolen. Dersom studenten ønsker å ha praksis på egen arbeidsplass, må denne godkjennes også av skolen. I enkelte tilfeller kan det være både nødvendig og ønskelig å være i praksis i mer enn én bedrift for å oppnå læringsutbytte. Det er en forutsetning at praksisplassen innehar relevant kompetanse for å kunne oppnå læringsutbytte for emnet.

**Veiledning:** For å oppnå læringsutbyttet er studenten avhengig av oppfølging gjennom både direkte veiledning og refleksjonssamtaler. Dette skjer ved veiledning i det daglige arbeidet og gjennom ukentlige samtaler med praksisveileder på jobb og faglærer på skolen.

**Praksisoppgaver:** Studentene skal løse oppgaver i praksisperioden som gis med bakgrunn i emnets tematikk og er i samsvar med læringsutbyttet som er definert for emnet. Veileder i bedriften skal være kjent med oppgavene. Praksisoppgavene vurderes godkjent / ikke godkjent.

**Praksisrapport:** I etterkant av praksis skal studenten skrive praksisrapport. Rapporten knyttes opp mot læringsutbyttet som er definert for emnet, og settes i sammenheng med refleksjoner omkring arbeidsoppgavene og erfaringer fra praksisperioden. Praksisrapporten vurderes godkjent / ikke godkjent.

Rapporten skal inneholde:

1. Forside som skal inneholde studentens navn, hvilket emne som rapporten gjelder, navn på praksisbedrift, navn på veileder i bedrift og navn på ansvarlig lærer på skolen
2. Læringsutbyttet for det gjeldende emnet (Hentes fra studieplanen)
3. Beskrivelse av praksisbedrift (logo, forretningsidé, virksomhet og aktivitet, antall ansatte, beliggenhet)
4. Beskrivelse av arbeidet som er utført gjennom praksisperioden
5. Vurdering av eget læringsutbytte for emnet
6. Refleksjon:
  - Gikk praksisen slik du hadde tenkt deg? Hvis ikke; Hva gikk galt og hvorfor?
  - Kunne noe ha vært gjort annerledes?
  - På hvilke måter kan du dra nytte av erfaringene du har gjort deg?

**Krav til godkjent praksis:** For at studenten skal få godkjent praksis og ha rett til å gå opp til eksamen, kreves i utgangspunktet minst 90 % oppmøte, bestått praksisoppgave og godkjent praksisrapport.

## 9.0. Pensumliste for studiet Reiseliv og opplevelser

---

### 1. Reiseliv og destinasjonskunnskap

Georg Kamfjord, 2019, Fagspesialisten: «*Det helhetlige reiselivsproduktet*» (s. 15 - 132), (s.147 - 218)

Steen Jacobsen og Viken, 2016, Gyldendal akademisk: «*Turisme. Fenomen og næring*» (s. 15 – 35), (s. 232 – 291)

World Tourism Organization (UNWTO), 2020: «*Framework Convention on Tourism Ethics*» (s. 7 – 28) <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671>

Produktmanualer for aktuelle destinasjoner

#### Støttelitteratur på nett:

Nasjonal Reiselivsstrategi 2030:

[https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal\\_Reiselivsstrategi\\_original\\_ny\\_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_original_ny_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf)

Visit Norway Innsikt: <https://business.visitnorway.com/no/>

### 2. Vertskapsrollen

Jan Gunnarson og Olle Blohm, 2009, Tapir Akademiske Forlag: "*Det gode vertskap. Kunsten å få mennesker til å føle seg velkomne*" (hele boken)

Øyvind Dahl, 2013, Gyldendal Akademiske Forlag: «*Møter mellom mennesker*». Kapittel 1 og 2 (17-53).

Lena Mossberg, 2007, Fagbokforlaget: Å skape opplevelser Fra Ok til WOW. Kapittel 5 og 7.

Trine Lyrek, 2021, Masteroppgave UiT, «Kan vertskapet gjøre en forskjell?» (teoridel s. 7 - 21): <https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/22669/thesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

### 3. Opplevelsesdesign

Ann Jorid Pedersen, 2012, Cappelen Damm: "*Opplevelsesøkonomi*» (s. 2– 214)

Georg Kamfjord, 2019, Fagspesialisten: «*Det helhetlige reiselivsproduktet*» (s. 139 – 144)

Lena Mossberg, 2007, Fagbokforlaget: «*Å skape opplevelser. Fra OK til WOW*» (s. 108 – 140)

Innovative opplevelser 2011: «*8 eksempler på prising av GÅSEHUD*» (s. 1 – 21)

**Støttelitteratur på nett:** Opplevelser i nord: «*88923 timer produsert siden 2009*»

<http://m.opplevelserinord.no/getfile.php/1319718->

#### 4. Entreprenørskap og innovasjon

Alexander Osterwalder og Yves Pigneur / John Wiley & Sons, 2010, Gyldendal Norsk Forlag AS 2015: «Business Model Generation» (281 sider)

Eide og Ljunggren, 2018, Universitet NORD: PDF, «Testing som metode i innovasjonsprosesser» (s. 3 – 46)

#### 5. Kommunikasjon og formidling

Else Barratt-Due, 2011, Fundamental: «På scenen i ditt eget liv» (hele boken).

Bendik M. Samuelsen, Adrian Peretz og Lars E. Olsen, 2021, Cappelen Damm Akademisk: Merkevarerledelse (2. utgave). Kapittel 1 (s. 28-54) og kap 16-18 (s. 458-577).

Øyvind Dahl, 2014, Gyldendal Akademisk: «Møter mellom mennesker». Kapittel 3 (s. 54-80).

#### Støttelitteratur som integreres i presentasjoner og perspektiver samles i kompendium:

Live Bressendorf Lindseth, 2009, Kondor AS: «Kroppspråkets makt».

#### 6. Markedsføring, merkevarebygging og salg

Mette Holan, 2019, Vigmostad & Bjørke AS: «Markedsføringsledelse» (289 sider).

#### Støttelitteratur:

Arne Nygaard, 2019, Vigmostad & Bjørke AS: «Grønn markedsføringsledelse» (167 sider).