



Samhällsvetenskapliga fakulteten

SMMS22, Destinationsutveckling och -marknadsföring, 15 högskolepoäng

Destination Development and Marketing, 15 credits
Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2017-01-25 och senast reviderad 2018-01-24. Den reviderade kursplanen gällde från och med 2018-02-01, vårterminen 2018.

Allmänna uppgifter

Kursen kan inte ingå i ett huvudområde. Kursen ingår i masterprogrammet för service management och ges andra terminen.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

-

Fördjupning

A1F, Avancerad nivå, har kurs/er på avancerad nivå som förkunskapskrav

Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa fördjupad kunskap och förståelse för olika teoretiska perspektiv på destinationsutveckling och -marknadsföring samt hur dessa relaterar till allmänna vetenskapsteoretiska traditioner,
- visa fördjupad kunskap och förståelse för destinationsutveckling och -marknadsföring utifrån ett kritiskt perspektiv.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att kunna analysera en destination utifrån olika teoretiska och verksamhetsbaserade infallsvinklar.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att kritiskt analysera strategier för destinationsutveckling,
- visa förståelse för hur destinationer påverkas av generell samhällsutveckling.

Kursens innehåll

Kursens syfte är att studenten ska utveckla fördjupad kunskap som är relevant för att kunna arbeta med strategiska frågor inom destinationsutveckling och -marknadsföring.

Kursen delas upp i följande moment:

Moment 1: Managementperspektiv på destinationsmarknadsföring (7,5 högskolepoäng). Här introduceras studenten till olika forskningsfält inom turism och destinationsutveckling och -marknadsföring.

Moment 2: Destinationsmarknadsföring (4,5 högskolepoäng). Detta moment fokuserar på relationen mellan destinationsutveckling och -marknadsföring genom digitala medier. Särskilt fokus görs på sociala mediers roll för turismen.

Moment 3: Destinationsutveckling och -marknadsföring i ett kritiskt perspektiv (3 högskolepoäng). Detta moment fokuserar på kritiska perspektiv på destinationsutveckling och -marknadsföring.

Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, workshoppar, seminarier och exkursioner.

Deltagande i workshoppar, litteraturseminarier och exkursioner är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras enligt följande:

Moment 1: Individuellt skriftligt salsprov (7,5 högskolepoäng).

Moment 2: Skriftlig rapport som samförfattas i grupp (4,5 högskolepoäng).

Moment 3: Individuell muntlig presentation (3 högskolepoäng).

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter att kursen genomgått en större förändring eller upphört erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Betyg för icke godkänt resultat betecknas med Underkänd. Studentens resultat bedöms utifrån kursens lärandemål. För betyget E ska studenten visa tillräckligt resultat. För betyget D ska studenten visa ett tillfredsställande resultat. För betyget C ska studenten visa ett bra resultat. För betyget B ska studenten visa ett mycket bra resultat. För betyget A ska studenten visa ett utmärkt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Samtliga examinationer poängsätts mellan 0 och 100, och betygssätts enligt betygsskalan:

A: 90-100 poäng

B: 80-89 poäng

C: 70-79 poäng

D: 60-69 poäng

E: 50-59 poäng

U: 0-49 poäng

För att bli godkänd på kursen krävs det att man erhåller minst betyg E på samtliga examinationer. Studenten som inte uppfyller detta krav erhåller betyget Underkänd.

Betyget för kursen som helhet sätt efter formeln: $0,5 \times \text{antal poäng för examination 1} + 0,3 \times \text{antal poäng för examination 2} + 0,2 \times \text{antal poäng för examination 3}$, samt samma betygsskala som ovan.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen ska studenten ha fullgjort kursfordringar om 30 högskolepoäng inom masterprogrammet i service management (SASMA).

Övrigt

Kursen ersätter Plats- och destinationsutveckling, SMMR22, 15 högskolepoäng, och kan inte ingå i samma examen.

Prov/moment för kursen SMMS22, Destinationsutveckling och -marknadsföring

Gäller från V18

- 1801 Individuellt skriftligt salsprov, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1802 Rapport, 4,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1803 Individuell muntlig presentation, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A

Gäller från V17

- 1701 Individuellt skriftligt hemprov, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1702 Rapport, 4,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1703 Individuell muntlig presentation, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A