



Samhällsvetenskapliga fakulteten

**SMMV28, Destinationsutveckling och
destinationsmarknadsföring, 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 2019-09-11 och gällde från och med 2020-01-01, vårterminen 2020.

Allmänna uppgifter

Kursen ingår i masterprogrammet för service management och är den andra inriktningsspecifika kursen inom inriktningen Tourism och ges andra terminen.

Huvudområde

Service management

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 destinationsmarknadsföring,
- visa fördjupad kunskap och förståelse för destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring 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 samhällsutvecklingen samt
- visa förmåga att kritiskt analysera konsekvenser härav.

Kursens innehåll

Kursens syfte är att studenten ska utveckla fördjupad kunskap som är relevant för att kunna arbeta med strategiska frågor inom destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring. Kursen bygger vidare på den inriktningsspecifika introduktionskursen.

Kursen delas upp enligt följande:

Moment 1: Här introduceras studenten till olika forskningsfält inom turism och destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring, 7,5 högskolepoäng.

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

Moment 3: Detta moment fokuserar på kritiska perspektiv på destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring, 3 högskolepoäng.

Kursens genomförande

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

Deltagande i workshoppar, seminarier 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 inför programtermin 2 ha fullgjort 15 högskolepoäng inom masterprogrammet i service management.

Prov/moment för kursen SMMV28, Destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring

Gäller från V20

- 2001 Individuellt skriftligt salsprov, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 2002 Skriftlig rapport, 4,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 2003 Individuell muntlig presentation, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A