

Programbeskrivelse

Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling

180 studiepoeng

2023-2026

*Studiet er etablert av Høgskolekollegiet: 07.09.20 og 30.11.15 (HK-sak 58/15); sist oppdatert 11.04.16
(HK-sak 6/16)
Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 21.09.22 (UU/CLM-sak 121/22)*

Innhold

1. Innledning	3
2. Læringsutbytte	5
3. Studiets struktur	7
3.1 Faglig progresjon	8
3.2 1. studieår	10
3.3 2. studieår	11
3.4 3. studieår	12
3.5 Valgemner	14
3.6 Bacheloroppgave	14
4. Undervisnings- og vurderingsformer	15
4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	15
4.2 Eksamens- og vurderingsformer	16
5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	18
5.1 Ordninger for internasjonalisering	18
5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	18

1. Innledning

Frem til 2020 var reiseliv verdens hurtigst voksende næringsområde. I 2020 rammet pandemien internasjonalt reiseliv og aktørene i næringen hardt. I 2022 er internasjonal og nasjonal reiselivsnæring på sterk vei tilbake til samme nivå som i toppåret 2019. Bedriftene opplever skrikende mangel på arbeidskraft. Over hele verden er næringen opptatt av å komme tilbake på en bedre og mer bærekraftig og klimavennlig måte.

Målet er å ruste fremtidens medarbeidere og ledere med kompetanse innen krisehåndtering, bærekraft, omstilling, markedskommunikasjon, opplevelsesutvikling, juridiske aspekter, ledelse, økonomi, osv. Dette er fagområder som har vist seg vesentlige gjennom konjunktursvingninger, samfunnsendringer og pandemi. Regjeringen peker på reiseliv som en av fem satsingsområder i regjeringens næringspolitikk.

Regjeringen har valgt å satse særskilt på reiselivsnæringen (Innovasjon Norge 2021, Nærings- og fiskeridepartementet 2017, Nærings- og handelsdepartementet NHD 2012). De tre vesentlige målene for arbeidet med reiselivsnæringen er økt verdiskapning og produktivitet, flere helårs arbeidsplasser og mer solide bedrifter, særlig i distrikts-Norge. Det siste hovedmålet er flere unike og kvalitativt gode opplevelser som tiltrekker seg flere gjester med høy betalingsvillighet. Studiet vektlegger derfor kompetanse innen opplevelsesutvikling og adventure-turisme. Målet er å utvikle et reiseliv som er tuftet på lavere volum og som gir et dypere inntrykk for den enkelte reisende med autentiske, lokale opplevelser som ikke belaster samfunn eller miljø. Disse målene skal nås gjennom langsiktig og effektiv satsning på reiselivsnæringene, bærekraftig utvikling og økt samarbeid.

Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling ved Høgskolen Kristiania belyser alle disse områdene. Kandidater fra reiselivsstudiet ved Høgskolen Kristiania får gjerne stillinger innenfor hotellsektoren, reisebyråer og turarrangører, transportselskaper, opplevelsesbedrifter, event- og arrangementsselskaper, museer, destinasjonsselskaper, plan-, nærings-, reiselivs- og miljøavdelinger i stat, kommuner og fylker. Etter endt studium har kandidaten kompetanse til å tre inn i arbeidslivet på operativt nivå, der det forventes at hun/han behersker sentrale begreper og modeller som utgjør reiselivsmedarbeiderens verktøy.

Norge er et høykostland i reiselivsmarkedet. Utdanningen er derfor tydelig posisjonert mot å skape kundeverdier gjennom dyktiggjøring av studentene på opplevelses- og tjenesteutvikling, bærekraftig drift og sårbarhetsanalyser, salg og kommunikasjon i alle former, digital kompetanse, et internasjonalt perspektiv, samt markedsbaserte fagområder. Dette er kjerneområder ved Høgskolen Kristiania. Høgskolens interne fokus på forretningsdrift og næringsforståelse kombinert med et forskningsfokus på markeds- og samfunnskunnskap blir i studiet overført på aktuelle problemstillinger innenfor bedrifts- og destinasjonsledelse. Som et verdifullt supplement til miljø og faglig styrke og stimulans, bidrar Høgskolen Kristianas bachelorprogram for *hotelledelse og årstudium i serviceledelse* til ytterligere forsterkning av utdanningen i *reiselivsledelse og opplevelsesutvikling*.

Reiselivet har et sterkt behov for medarbeidere med høy kompetanse. Samtidig er det en overordnet målsetning at kandidaten får en utdanning som er relativt uavhengig av skiftende konjunkturer og ulike trender. Reiselivsnæringen er i hurtig endring, særlig grunnet rask digital utvikling. Pandemien har også skaket næringen, og turistnasjonen Norge må forsøke å gjenfinne markeder med helsemessig bærekraft og trygghet for alle parter. Norge er i en unik posisjon som vertsland, med bærekraftig opplevelses- og aktivitetsturisme som blomstrende næringer. Studieprogrammets relevans opp mot næringens behov blir ivaretatt gjennom dialog og samarbeid med næringens bedrifter og organisasjoner gjennom bransjeråd, ekskursionser og gjesteforelesere fra næringen.

1.1 Formelle krav

Opptakskrav til studiet er generell studiekompetanse, delkompetanse etter 23/5-regelen eller realkompetanse. Søknad på grunnlag av realkompetanse skal gis individuell behandling, og søker må dokumentere at de innehar de kvalifikasjonene som gjør at de har kompetanse til å gjennomføre studiet. Det henvises til *Forskrift om opptak til høyere utdanning*¹ og *Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høgskolen Kristiania*² for mer informasjon.

¹ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-01-06-13>

² <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-01-813?q=H%C3%B8yskolen%20Kristiania>

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høgskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

Kunnskap

Kandidaten...

- har bred kunnskap om sentrale temaer, teorier, verktøy og metoder relevante for reiselivsfaglige problemstillinger innen sentrale forskningsfelt som sosiologi, antropologi, kommunikasjon, service og markedsføring
- har bred kunnskap om den helhetlige produksjon og leveranse av reiselivsopplevelser innenfor produkt- og opplevelsesutvikling, aktivitetsturisme, attraksjoner og destinasjonsledelse, samt de prosesser, strukturer og menneskeorienterte aspekter som inngår i ledelse av reiselivsbedrifter, -organisasjoner og -forvaltning
- har bred kunnskap om betydningen av service, reiselivsnæringens bærekraft og klimautfordringer, økologiske perspektiver og dens internasjonale og samfunnsmessige rolle
- har kunnskap om faktorer som kan skape endringer i rammebetingelser og etterspørsel, samt kunnskap om konsekvensene av disse for samfunn, turister, bedrifter og ansatte, herunder innsikt i relevant reiselivsjuss
- har kunnskap innen økonomi og lønnsomhetsvurderinger, kapasitetsstyring, prissetting og distribusjon fra et strategisk og driftsmessig perspektiv
- har kunnskap innen bedrifts- og samfunnsøkonomi, forbrukeratferd, markedsorientering, statistikk og analyse, samt organisasjon og ledelse
- kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor fagområdene samfunnsvitenskap og markedsføring, herunder sosiologi, antropologi, destinasjonsutvikling, service, kommunikasjonsteori, bærekraft og økologi
- har kunnskap om reiselivets og den nyere opplevelsesutviklingens historie, tradisjoner, egenart og plass i samfunnet

Ferdigheter

Kandidaten...

- kan anvende faglig kunnskap og relevante resultater fra forsknings- og utviklingsarbeid på praktiske og teoretiske problemstillinger og treffe begrunnede valg
- kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning
- kan finne, vurdere, oppdatere og henviser til relevant informasjon og kunnskap innenfor reiselivs- og opplevelsesutvikling
- kan vise refleksjon og kritisk holdning til anvendelse av kunnskap
- kan beherske relevante verktøy digitalt og teknologisk, samt kommunikasjonsfaglige

teknikker, metoder og uttrykksformer i markedsarbeid, kundebehandling, service, samarbeid, ledelse og interkulturell kommunikasjon

- kan beherske flere verktøy i daglig drift i virksomheter, organisasjoner og offentlig forvaltning, inkludert regnskap og budsjettering, juridiske problemstillinger, bærekraftig drift og utvikling av destinasjoner
- kan igangsette og bidra i utvikling av attraksjoner, aktiviteter og opplevelser i et markedsorientert, men bærekraftig perspektiv
- kan bidra ved implementering av strategisk prising, kapasitet- og distribusjonsstyring i en reiselivsbedrift
- kan imøtekomme plutselige endringer i rammebetingelser og etterspørsel, og kjenner til nødvendige tiltak for å møte konsekvensene av dette

Generell kompetanse

Kandidaten...

- har innsikt i relevante reiselivsfaglige og yrkesetiske problemstillinger; herunder ledelse, kommunikasjon, juridiske spørsmål, kultur og kundebehandling, opplevelsesutvikling, aktivitetsturisme og bærekraft med tanke på ivaretagelse av miljø, sosial utvikling og økonomisk verdiskapning
- kan planlegge og gjennomføre varierte arbeidsoppgaver og prosjekter som strekker seg over tid, alene og som deltaker i en gruppe, og i tråd med etiske krav og retningslinjer
- kan formidle sentralt fagstoff som teorier, problemstillinger og løsninger, både skriftlig, muntlig og gjennom andre relevante uttrykksformer
- har kompetanse om hvordan kapasitetsstyring, distribusjon og strategisk prissetting kan anvendes i en reiselivsbedrift
- kjenner til nytenkning og innovasjonsprosesser nasjonalt og internasjonalt, samt hvordan man kan anvende beredskap for å møte plutselige endringer i rammebetingelser og etterspørsel

3. Studiets struktur

Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling er et treårig studium som totalt teller 180 studiepoeng, hvorav 135 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og 30 studiepoeng av valgfrie (valgemner).

Studiet gjennomføres over seks semestre, og strukturen er bygget opp på følgende måte:

Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling				
1. semester	Introduksjon til service, hospitality og reiseliv 7,5 sp	Serviceledelse 7,5 sp	Markedsføring og forbrukeratferd 15 sp	
2. semester	Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising 15 sp		Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse 15 sp	
3. semester	Reiseliv, opplevelser og adventureturisme 15 sp	Samfunnsvitenskapelig metode 7,5 sp	Bedriftsøkonomi 7,5 sp	
4. semester	Valgemne, utveksling eller praksis 30 sp			
5. semester	Reiseliv og bærekraft 7,5 sp	Destinasjonsledelse 7,5 sp	Kvantitativ metode 7,5 sp	Samfunnsøkonomi 7,5 sp
6. semester	Praktisk ledelse og interkulturell kompetanse 15 sp		Bacheloroppgave 15 sp	

Tabell 1. Oppbygging av emner 1.-3. studieår

Obligatoriske emner	Valgfrie emner
---------------------	----------------

3.1 Faglig progresjon

I første semester gis en introduksjon til service- og tjenestenæringen. Det gis grunnleggende innføring i tjenester som fagområde med grunnleggende teorier og modeller. Emnet Introduksjon til service-, hospitality- og reiseliv gir en innføring i servicenæringenes oppbygning og organisering nasjonalt og internasjonalt. Det gis videre innsikt i Markedsføring og forbrukeratferd for å gjøre studentene i stand til å kommunisere med kunder og brukere i markedet. Forbrukeratferd gir innsikt i enkeltmenneskers og gruppers atferd i forbindelse med vurdering og kjøp av produkter og tjenester.

I andre semester går studiet nærmere inn på *Digital markedskommunikasjon, distribusjon og pricing* av produkter og tjenester. Dette emnet bygger videre på markedsføring fra første semester og omhandler også ulike måter å prise produkter og tjenester på samt hvordan man planlegger og styrer distribusjon. Basisemnet *Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse* skal legge grunnlaget for å forstå og reflektere kritisk over endringer i samfunnet og arbeidslivet når det kommer til digitalisering og hvilke muligheter og risikoer det gir samt ulike måter å organisere virksomheter på og ulike tilnærminger til ledelse i disse virksomhetene.

Den overordnede innsikten fra de to første semestrene setter studentene i stand til å forstå tredje semesters spesialiseringsemner.

I tredje semester annet studieår gis emnet *Reiseliv, opplevelser og adventurturisme*, som inneholder et samfunnsvitenskapelig perspektiv på reiselivets betydning for samfunn, kultur og individ. Viktigheten av opplevelsesteori i dagens reiselivsnæring blir undersøkt og satt i sammenheng med turistens ulike kjennetegn, motiver og roller. Samtidig vil *adventureturisme* sette studentene i stand til å forstå markedets behov for opplevelser og aktiviteter, samt produsere og sette sammen etterspurte turismeopplevelser og aktiviteter spesielt tilpasset norsk natur- og kulturturisme.

Basisemnene *Samfunnsvitenskapelig metode* gir studentene innsikt i vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Emnet gir en innføring i forskningsprosessen og gir studentene ferdigheter i hvordan man formulerer og tester en hypotese, spesifiserer en problemstilling eller utarbeider et vitenskapelig forankret spørsmål. Basisemnet *Bedriftsøkonomi* bidrar til større forståelse for og en videre fordypning i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og modeller. Videre skal studentene få trening i bruk av økonomiske modeller og økonomiske analysemetoder.

På fjerde semester velger studentene fordypning. De kan velge fra en lang liste med emner, som ikke må overlape eksisterende emner i studieprogrammet. Alternativt kan de velge studiepraksis eller utveksling.

Studentene ved BA i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling er i tredje studieår klare for flere spesialiseringsemner i femte semester. Dette studieåret preges av et overordnet

ledelsesperspektiv og mer modningsorienterte emner. Studentene vil kunne bruke kunnskap fra de to første studieårene til å sette sammen et mer helhetlig bilde av hvordan arbeidslivet vil se ut. Emnet *Reiseliv og bærekraft* inneholder kunnskap om detaljerte konsekvenser og konsekvenssammenhenger av reiselivsvirksomhet. Emnet gir studenten både kunnskap, forståelse og praktiske verktøy. Dette gir grunnlag for å skape bærekraftig og konkurransedyktig drift i produksjonen av opplevelser i et internasjonalt og sårbart marked. Med emnet *Destinasjonsledelse* lærer de å forstå ulike valgmuligheter, strategier og måter å lede en destinasjon på, med vekt på samarbeid mellom aktører i både produktutvikling og markedsarbeid. Her vil samarbeid med næringen være vesentlig. Basisemnet *Samfunnsøkonomi* er en videreføring av tidligere økonomiske emner, men denne gangen i et makroperspektiv. Basisemnet *Kvantitativ metode* fyller ut studentenes kompetansesammensetning i kvantitativ kunnskap fra 2. semester. Dette er nøye forbundet med metodebehov i skrivingen av *Bacheloroppgaven* siste semester.

Siste semester får studentene emnet *Praktisk ledelse og interkulturell kompetanse*, hvor de trenes opp til samarbeid, kommunikasjon, kulturforståelse, evne til påvirkning samt kriseledelse. Emnet inneholder kunnskap om hvordan både medarbeidere, ledere, kunder og eksterne krefter påvirker reiselivsnæringen. Spesielt gjelder dette beredskap med tanke på myndighetene og/eller interne/eksterne hendelser som kan oppstå og plutselig endre etterspørsel og markedssituasjon, inkludert relevante reiselivsjuridiske aspekter. Videre har emnet som mål å utvikle innsikt i kulturforståelse og ferdigheter i å kommunisere bedre med mennesker fra ulike kulturer og markeder internasjonalt. Dette gir nødvendig kommunikasjonskompetanse i en internasjonal bransje. Emnet er lagt til sist i studiet for at studenten kan ta i bruk all sin tilegnende kunnskap i utviklingen av kritisk refleksjon i et avsluttende analytisk arbeid i nevnte bacheloroppgaven. Alt i alt vil dette siste studieåret kunne bidra godt til studentenes modningsprosess og refleksjonsevne samt evne til å se sammenhenger innenfor og mellom fagområder.

Studieprogresjonen er lagt opp med tanke på å gi en bred innføring i reiselivs- og opplevelsesutvikling. Grunnleggende emner gis så tidlig som mulig, slik at man bygger kunnskap og innsikt sten for sten. Samtidig er sammensetningen av emner lagt opp slik at det tilstrebes å belyse kompleksiteten i en sterkt voksende næring som preges av store digitale endringer, samt til dels inngripende endringer fra myndigheters side. Kompetanse i vitenskapelig metode og kritisk tenkning gis som en rød tråd i emnene *Samfunnsvitenskapelig metode*, *Kvantitativ metode* og *Bacheloroppgave*.

Gjennom hele studiet gjennomfører studieprogrammet samarbeid med ulike aktører i næringen, slik at nærheten til arbeidslivet ivaretas. Dette gjøres i form av ekskursjoner, aktiviteter på destinasjoner, casestudier og deltagelse på konferanser, frokostmøter o.l. Viktigheten av nyutvikling og innovasjon ivaretas i reiselivsemnene gjennom å vektlegge bedrifters innovative praksis, for eksempel i form av innovasjon av sommeraktiviteter på vinterdestinasjoner, men også nye typer aktiviteter og tilrettelegging av nye opplevelser i urbane settinger.

3.2 1. studieår

Emner	Sp	Beskrivelse
Markedsføring og forbrukeratferd 1.studieår	15	Emnet vil lære studentene å forstå markedsføringsfaget som en helhetlig bedriftsfilosofi. Studentene vil lære om markedsføringsledelse, kundeledelse, produktledelse, merkeledelse, analyse av forbrukeratferd og analyse av marked og konkurransedynamikk. Med denne innsikten vil studenten tilegne seg evnen til å utvikle en markedsplan som strukturerer det planmessige arbeidet fra målsettinger til tiltak.
Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse 1.studieår	15	Studentene skal etter endt emne ha grunnleggende kunnskap om hvordan organisasjoner fungerer i dag, og hvilke utfordringer og muligheter som ligger i en digitalisert verden. Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende og kritisk forståelse for organisering, ledelse, strategi, forretningsutvikling og digitalisering, og en forståelse for hvordan disse elementene henger sammen med den øvrige samfunns- og teknologiutviklingen i et historisk perspektiv. Muligheter og utfordringer ved teknologisk fremskritt for virksomheter og samfunnet for øvrig vil diskuteres og knyttes til innovasjon og endring. Emnet er tverrfaglig og baserer sitt teorigrunnlag på samfunns-, ledelses-, strategi-, økonomi-, teknologi- og markedsføringsfag. Etter endt studie skal studentene ha tilegnet seg evnen til å se utvikling og organisasjonsdesign, ledelse, strategiske valg, og teknologiske fremskritt i et større og kritisk historisk perspektiv, samt ha kunnskap om de forretningsmuligheter og utfordringer som ligger i vår digitale tid og nær fremtid. Studentene vil tilegne seg en grunnleggende organisasjons- og forretningsforståelse innenfor sentrale områder som vil være et viktig utgangspunkt for å forstå hvordan de selv kan spille på lag med teknologiutviklingen for å lykkes innen deres respektive fagfelt når de entrer arbeidslivet.
Serviceledelse 1.studieår	7,5	Studentene skal utvikle en forståelse av særegenheten ved service og tjenester og få kjennskap til tjenestenæringen. Emnet skal gi innsikt i hvordan tjenesteyting fungerer som verdiskapende aktiviteter for kunder og brukere. Det innebærer analyse av kundebehov og refleksjon over hvilke tjenester som kan tilfredsstille behovene. Emnet omhandler teorier og modeller for serviceleveranser og innovasjonsprosesser. Studentene skal etter endt emne være i stand til å analysere og evaluere tjenesteleveranser og forstå betydningen av sine funn. Emnet tar for seg teorier og modeller for innovasjon og studentene vil lære tilnærminger for å utvikle nye tjenester (innovering) og forbedre eksisterende tjenester (renovering).
Introduksjon til service, hospitality og reiseliv 1.studieår	7,5	Emnet er en introduksjon til sentrale temaer knyttet til service, hospitality og reiseliv. Emnet omhandler servicenæringene både i et næringsperspektiv og som globalt samfunnsvitenskapelig fenomen. Det gis en innføring i servicenæringenes historie og vekst, samt i ulike deler av næringene som overnatting, servering, vertskap og opplevelsesnæring. Både offentlig sektor, organisering og fellesgoder blir behandlet. Til slutt er også trender og opplevelser temaer som belyses.
Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising	15	Emnet gir studentene innsikt i prinsipper og praksis innen digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising i tjenestenæringen. Kurset introduser stadier i utvikling av digital

1. studieår		<p>markedskommunikasjonsstrategi og anliggender knyttet til utvikling av innhold i den digitale markedskommunikasjonen samt de distribusjonskanaler tjenestevirksomheter benytter. Dette inkluderer nettsider, plattformer for sosiale medier, mobilteknologi, epost og affiliate og betalt media. Studentene får omfattende innsikt i hvordan tjenestenæringen bruker digital markedskommunikasjon og distribusjon i praksis, herunder bl.a. innen PR og mediarelasjoner, merkevarebygging, kommunikasjon, kriseledelse, eCRM og eCommerce. Emnet dekker også metoder tjenestenæringen benytter til å måle og evaluere digitale markedskommunikasjonsstrategier og grad av måloppnåelse i de digitale distribusjonskanalene.</p> <p>Emnet gir innsikt og forståelse i hva prising er og hvordan dette kan praktiseres i tjenestenæringen. Emnet tar for seg grunnprinsippene innen fagområdet og forutsetningene for at prising skal skape økonomisk effekt i en tjenestevirksomhet. Studentene får derved innsikt i forskjellene på tradisjonell og strategisk prising, ulike prissettingsmetoder og hva det innebærer å implementere strategisk prising i en tjenestebedrift. Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene Serviceledelse og Introduksjon til hospitality og reiseliv.</p>
-------------	--	---

Tabell 2. Emner 1. studieår

3.3 2. studieår

Emner	Sp	Beskrivelse
Samfunnsvitenskapelig metode 2. studieår	7,5	Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Emnet gir en innføring i forskningsprosessen og gir studentene ferdigheter i hvordan man formulerer og tester en hypotese, spesifiserer en problemstilling eller utarbeider et vitenskapelig forankret spørsmål. Videre skal emnet gi en innføring i valget av kvalitative og kvantitative metoder, metoder for datainnsamling, teoriforankring og analyseteknikker. Studentene får også en innføring i akademisk lesing og skriving, kildehåndtering og vurdering av etiske problemstillinger knyttet til forskning
Bedriftsøkonomi 2. studieår	7,5	Emnet skal gi innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og modeller. Videre skal studentene få trening i bruk av økonomiske modeller og økonomiske analysemetoder. De skal beherske sentrale temaer knyttet til økonomisk rapportering rettet mot bedriftsinterne så vel som bedriftseksterne informasjonsmottakere. Sentralt her står anvendelsen av slike data i beslutningssammenhenger. Studentene skal tilegne seg ferdigheter om økonomistyring og få en grunnleggende forståelse for de viktigste bedriftsøkonomiske begrepene. Dette gjøres ved å få oversikt over kostnader, pris som konkurransemiddel, markedstilpassning, kalkulasjon etter ulike metoder (selvkost- og bidragsmetode), dekningspunktanalyse, litt regnskapsanalyse, produktvalg, investeringsanalyse og budsjettering.
Reiseliv, opplevelser og adventureturisme 2. studieår	15	I dette emnet vektlegges først fenomenperspektivet og den samfunnsvitenskapelige kunnskap om reiselivets betydning for samfunn, kultur og individ. Det anvendes noen klassiske

	<p>originaltekster om turister og reisende, noe attraksjonsteori og en god del opplevelsesteori. Studenten får kunnskap om turistens og den reisendes kjennetegn, deres roller, motiver og typer, samt om attraksjonens generelle kjennetegn, grad av autentisitet og tiltrekningskraft på ulike typer turister, nasjonalt og internasjonalt.</p> <p>Opplevelsesteorien gis ved grunnleggende tekster og illustreres ved det helhetlige møtet mellom turist, attraksjon og destinasjon som en mulig helhetlig opplevelse i reiselivssammenheng. Innføring i attraksjons- og opplevelsesteori formidles i sammenheng med utstrakt bruk av ulike eksempler fra inn- og utland. Studentene oppnår kunnskap om nasjonalt turistprodukt og om hvordan Norge kan fremstå som attraktiv i internasjonale markeder.</p> <p>“Adventureturisme” er en av de raskest voksende segmentene innen reiselivsnæringen, og i økende grad ansett som en type turisme som preger næringen i nåtid og fremtid. Dette fordi man ser en klar endring i fritidsmarkedet mot mer aktivitets- og opplevelsesbasert reiseliv. Et tilsvarende skifte skjer i bedriftsmarkedet, hvor aktiviteter og opplevelser i økende grad tilbys som en del av en samlet hendelses- og opplevelsespakke. I løpet av emnet skal studentene tilegne seg kunnskap om de viktigste prinsipper og praksis i forbindelse med planlegging og styring av “adventureturisme”. Emnet starter med å definere “adventureturisme”, og gir en oversikt over aktuell sektor, struktur og marked. Studentene lærer om rammebetingelser og hvordan gjennomføre risikovurdering og administrere “adventureturisme” på en trygg og sikker måte. Videre lærer studentene hvordan man kan utvikle “adventureturisme”-produkter som gir minneverdige aktiviteter og opplevelser. Hvordan markedsføre “adventureturisme”-opplevelser, samt hvordan administrere fysiske, naturlige og menneskelige ressurser er relevant innhold. Emnet tar også opp trender og problemstillinger som er egnet til å påvirke opplevelses- og «adventureturisme” i fremtiden.</p>
--	---

Tabell 3. Emner 2. studieår

3.4 3. studieår

Emner	Sp	Beskrivelse
Kvantitativ metode 3.studieår	7,5	Emnet bygger på Samfunnsvitenskapelig metode og gir videre kunnskap om kvantitative konsepter og analysemetoder som er sentrale for empirisk samfunnsvitenskapelig forskning og dermed for å produsere troverdig kunnskap i det praktiske liv. Hensikten med kurset er å lære studentene og innhente, behandle og analysere data og tolke og forstå betydningen av resultatene fra statistiske analyser, samt formidle denne kunnskapen
Samfunnsøkonomi 3.studieår	7,5	I dette emnet får studentene en innføring i samfunnsøkonomisk teori og analyse. Det handler om hvordan vi fordeler ressursene vi har (arbeidskraft, naturressurser og produksjonsutstyr), hvilke faktorer som påvirker økonomien, og hva som kjennetegner økonomien i Norge og i andre land. Første del av emnet er en innføring i mikroøkonomiske begreper og analyse, med hovedvekt på konsumenters og produsenters tilpasning i et marked. Analysen inkluderer kunnskap om hvordan pris og produksjon endrer seg under ulike markedsforhold, og hvordan etablering av monopol eller politiske tiltak påvirker samfunnsøkonomisk overskudd.

		<p>I makroøkonomien er fokuset på samfunnets økonomi som helhet, hvordan et lands økonomi fungerer, både nasjonalt og internasjonalt. Hvilke faktorer påvirker vekst og økonomisk aktivitet i et land, hvordan måles denne aktiviteten og hvilke tilgjengelige verktøy har politiske myndighetene for å påvirke økonomien. I sistnevnte tilfelle studeres virkningen av myndighetenes penge- og finanspolitikk under ulike forutsetninger. Emnet inkluderer også en forståelse for sentrale begreper og sammenhenger, blant annet arbeidsledighet, inflasjon, fordeling, handel og internasjonal økonomi.</p>
Reiseliv og bærekraft 3. studieår	7,5	<p>Studentene skal få en global og helhetlig forståelse for kultur, natur og samfunn som grunnleggende ressurser for reiselivs- og opplevelsesnæringene. Det voksende fokus på betydningen av å bevare kultur, tradisjoner og miljø gjør at stadig flere brukere og tilbydere verdsetter og ønsker å verne om kultur- og miljøverdier.</p> <p>Emnet vektlegger betydningen av å ivareta disse verdiene og å hindre at forbruk av reiselivstjenester og opplevelser truer en bærekraftig utvikling, økonomisk, sosialt, helsemessig og miljømessig. Reiseliv som en sårbar næring utsatt for uforutsigbare eksterne krefter belyses. Ulike typer turisme, som økoturisme og ansvarlig turisme, samt prinsippene som ligger til grunn blir tematisert. De ulike aktørenes etiske utfordringer i internasjonalt reiseliv blir behandlet. Dette kan være seg myndighetenes og bedriftenes ulike roller, lokalbefolkningens situasjon samt turistens rolle. Relevante og aktuelle eksempler fra det internasjonale reiselivet, spesielt i utviklingsland, blir behandlet.</p>
Destinasjonsledelse 3. studieår	7,5	<p>Emnet omhandler destinasjonens rolle som strategisk forretningsenhet i reiselivsnæringen. Derved blir destinasjonens konkurranseevne - nasjonalt og internasjonalt - og bærekraft sentrale emneområder.</p> <p>Sentralt er også hva den enkelte aktør i en destinasjon betyr for destinasjonsutvikling, posisjonering og drift. Destinasjonsselskapets rolle blir et viktig tema og hvilken betydning dette har for bilaterale avtaler, makt, konflikter og synergier i ulike destinasjoner. Studentene får en grunnleggende orientering om ulike forhold globalt sett som kan ha betydning for strategivalg for norske reiselivsaktører og destinasjoner i internasjonale markeder. Storytelling som virkemiddel i destinasjonsmarkedsføring blir tatt opp. Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene markedsføring samt tidligere reiselivsemner.</p>
Praktisk ledelse og interkulturell kompetanse 3. studieår	15	<p>Studentene skal oppnå grunnleggende kunnskap og innsikt i å øve innflytelse, påvirkning og ledelse gjennom temaene påvirkning, forhandling og kriseledelse. De skal forstå strategitutførelse, prosesshåndtering og typer utfordringer i forhandlinger. De skal kunne anvende teorier, teknikker og prosedyrer for å planlegge, lede og gjennomføre forhandlinger og påvirkning mot ulike målgrupper. Studentene skal videre ha kjennskap til krise- og beredskapsarbeid ved å kunne anvende grunnleggende metoder, og velge fremgangsmåte og effektive virkemidler i forbindelse med krisesituasjoner. De skal kjenne til grunnleggende reiselivsjuss, og kunne forstå viktigheten av emnets bidrag for å kunne utøve makt, påvirke omgivelsene og håndtere en nasjonal eller global krise- og forhandlingssituasjon.</p> <p>Emnet skal videre utvikle studentenes kunnskap og forståelse for kulturelt baserte forskjeller og likheter, og gi innsikt i kulturelle dimensjoner i forretnings- og arbeidsliv. Her anvendes baseres på teori fra fagfeltene sosialantropologi, sosiologi og kommunikasjon. Studentene får øvelse i å analysere samhandlingsprosesser, gjenkjenne kommunikasjonsforskjeller og anvende relevante strategier, metoder og teknikker for å oppnå effektiv kommunikasjon. Dette gjøres gjeldende i direkte samhandling ansikt til ansikt, men også i kommunikasjon i ulike kanaler. Emnet utforsker</p>

		globaliseringens betydning for kulturmøter innen tema som mangfold, etikk, korrupsjon og krisehåndtering. Ledelse og kommunikasjon i flerkulturelle bedrifts- og organisasjonsmiljøer blir behandlet.
--	--	---

Tabell 4. Emner 3. studieår

3.5 Valgemner

På 4. semester skal studentene ta valgemner som alene eller til sammen utgjør 30 studiepoeng. Det vil til enhver tid finnes en oppdatert liste over tilgjengelige valgemner på Høgskolen Kristianas hjemmesider. Studentene kan velge fra alle valgemner som tilbys, bortsett fra valgemner som overlapper med eksisterende emner på studiet. Dette finnes det informasjon om i emnebeskrivelsene.

For oppdatert liste over tilgjengelige valgemner og emnebeskrivelser, gå til <https://kristiania.no/valgemner>

Det tas forbehold om endringer i hvilke valgemner som tilbys.

3.6 Bacheloroppgave

Emne	Sp	Beskrivelse
Bacheloroppgave	15 sp	Bacheloroppgaven er et vitenskapelig arbeid der studentene skal benytte kunnskap og ferdigheter de har opparbeidet seg i løpet av bachelorgraden. Oppgaven tar utgangspunkt i en selvvalgt problemstilling som skal besvares. Studentene skal gjennom prosessen få erfaring med å forfatte en lengre oppgave, vise kunnskaper og ferdigheter i utredningsmetodikk, evne til refleksjon og drøfting av teori. Modenhet i språkføringen og skriveprosessen, evne til å se en rød tråd i et lengre arbeid, samt det å kunne arbeide effektivt i grupper, er avgjørende.

Tabell 5. Bacheloroppgave 6. semester

4. Undervisnings- og vurderingsformer

4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2 i denne programbeskrivelsen.

De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde innen kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter, mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen.

Arbeids- og undervisnings- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnets bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Bachelorprogrammet legger vekt på å bygge en bred kompetanse innen fagfeltet og på å oppøve studentens evne til selvstendig arbeid. Undervisningen har som mål å kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høgskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høgskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for og fasilitere studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor påregne en betydelig egeninnsats.

De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter ved Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling er beskrevet i det følgende.

- Forelesning/formidling, instruksjon, ikke-spesifisert veiledning og annen lærerledet aktivitet
- Plenumsdiskusjoner
- Problembasert gruppearbeid
- Komplekse caseoppgaver
- Ekskursjoner
- Bedriftspresentasjoner

- Kollokviegrupper
- Selvstendig akademisk arbeid med pensum og annet

Klikk for [teksthåndbok](#).

For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov.

I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

Underveis i studieløpet gjennomføres det studieløpsspesifikke faglige arrangementer, hvor gjesteforelesere, eksterne organisasjoner og næringslivsaktører kan delta. Prosjektene kan være styrt av emneansvarlig og/eller studenter og støttes av administrative ressurser. Det henvises til studiets emnebeskrivelser for nærmere informasjon.

4.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende tilbakemelding eller som en karakter (eksamen).

Ved Høgskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering *som* læring, vurdering *for* læring og vurdering *av* læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens *formålet* varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat. Denne type vurdering oppfatter vi som en del av undervisningsformene, og disse finnes igjen i kapittel 4.1 ovenfor.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes, eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling vil studentene møte følgende eksamensformer:

- Muntlig eksamen
- Multiple Choice
- Hjemmeeksamen
- Skoleeksamen
- Mappeeksamen
- Bacheloroppgave

Klikk for [teksthåndbok](#).

I enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen. Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis.

En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

For utfyllende informasjon om eksamen og obligatorisk aktivitet, se Høgskolen Kristianas hjemmesider.

5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Med henvisning til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt 7 og 8) har studiet ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart. Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

5.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Ordninger for internasjonalisering kan omfatte en rekke aktiviteter, slik som bruk av internasjonal litteratur, internasjonale gjesteforelesere, utenlandske studenter på innveksling, eller studenters deltagelse på internasjonale konferanser eller workshops i utlandet (listen er ikke uttømmende).

For dette studieprogrammet benyttes blant annet internasjonale gjesteforelesere, og studentene deltar aktivt i internasjonalt samkvem gjennom konferanser og workshops som arrangeres av næringsaktører som f.eks. Visit Oslo, Innovasjon Norge, HSMAI, ulike handelskamre og private og offentlige aktører. Dette gjelder også organisasjoner som Norsk turistforening og myndighetsorganer som Miljødirektoratet, osv. Studentene ved Reiselivsledelse og opplevelsesutvikling reiser vanligvis på studietur i tredje studieår, på eget initiativ, organisering og eget ansvar, med tilrettelegging av Høgskolen Kristiania.

For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

Høgskolen Kristiania har avtaler med flere utenlandske læresteder som gir studentene mulighet til å ta et semester i utlandet.

Høgskolen har følgende mobilitetsprogram:

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa
- «Exchange» eller «Study Abroad» program, for studenter i og utenfor Europa

For Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling tilrettelegges det for utveksling i 4. semester. Studiet tilbyr studenter muligheten for utvekslingsopphold ved flere av Høgskolen Kristianas internasjonale samarbeidspartnere. Studentene oppmuntres til å reise og delta på utveksling, ettersom internasjonal erfaring er spesielt aktuelt i dette studiet.

Høgskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og studieoppholdets relevans sikres av studieprogramleder. Utvekslingsemner fra partnere godkjennes av studieprogramleder, for innpass i aktuelle bachelorgrader, her med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*.

Følgende studiesteder i utland er aktuelle for Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling:

- UC Berkeley
- Hawaii Pacific University, Honolulu
- University of Queensland, Brisbane
- RMIT University i Melbourne og Vietnam
- University of Hertfordshire, Hatfield (UK)
- ISM, Cologne, Dortmund og Frankfurt i Tyskland

Godkjenningen er basert på universitetenes tilbud av emner som bygger på/ikke overlapper andre emner på Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling.

Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høgskolen Kristiania på utreisetidspunktet. For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert.

For nominering til studentutveksling stilles det som regel krav til normert studieprogresjon, karakterer og motivasjonsbrev. Det kan også stilles krav til dokumentasjon av kreativt arbeid/porteføljer og Høgskolen Kristiania kan gjennomføre intervjuer av søkere til utveksling. Høgskolen Kristiania har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner. Vær oppmerksom på at det er et begrenset antall utvekslingsplasser ved studiestedene.

Det tas forbehold om endringer av aktuelle studiesteder, og oppdatert informasjon publiseres på høyskolens nettside. Se utfyllende informasjon om utveksling her:

<https://www.kristiania.no/for-studenter/studier-i-utlandet/utveksling/>