



Studieplan 2005/2006

BARLS Bachelor i reiseliv (kull 2005 - 2008)

Reiselivsstudiet er yrkesrettet og har en praktisk tilnærming, som er basert på teoretisk kunnskap innen flere sentrale emner som reiselivsfag, økonomi og markedskunnskap, ledelsesfag, og ulike former for ressursforståelse og metode. Studiet gir studentene flere valgmuligheter, slik at de kan etablere sin egen kunnskapsbase innenfor eget interessefelt.

Fordypningsprofilene ved studiet er enten ledelse og utvikling av reiselivsmål eller innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter.

Faglig innhold

Det første studieåret gir en bred innføring i reiselivsfagene og de økonomisk-administrative fagene. Tredje semester inneholder en videreføring av de økonomisk-administrative fagene, i tillegg til metodeundervisning. I fjerde semester kan studentene selv velge hvilke emner de vil ta, enten ved HiL eller ved andre institusjoner. Det legges til rett for at studenter i løpet av annet studieår kan ta ett eller to semester ved utenlandske institusjoner. I tredje studieår velger studentene et fordypningstema, enten ledelse av reiselivsmål eller innovasjon i små reiselivsbedrifter. Studiet avsluttes med en Bacheloroppgave, som skrives innenfor fordypningstemaet som er valgt (Studentene må ha bestått 2. studieår for å kunne starte på 3. studieår.).

Yrkesmuligheter

Reiselivsstudiet er yrkesrettet, og tar sikte på å kvalifisere for allsidige oppgaver i både offentlig og privat reiselivssektor. Studiet gir studentene store faglige valgmuligheter. Etter fullført studium kan studentene anvende tittelen "Bachelor i reiseliv" med undertittel den valgte fordypningsprofil.

Fordypning/spesialisering

Studentene velger enten ledelse av reiselivsmål eller innovasjon i små reiselivsbedrifter som fordypningsemne (30 studiepoeng) i 3. studieår.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse/godkjent realkompetanse



Undervisnings- og læringsmetode

Studiet preges av varierte arbeidsformer som forelesninger, seminarer og gruppearbeid. Videre legges det vekt på praktiske øvelser, prosjekt- og feltarbeid og essayskriving. Dere vil være i kontakt med reiselivsnæringen for å få et innblikk i hvordan denne faktisk fungerer. Bachelorstudiet avsluttes med en individuell bacheloroppgave. Dette gir både relevant praktisk kunnskap og teoretisk forståelse som er nyttig uavhengig av om ensøker jobb eller videre studier etter fullført Bachelor i reiseliv. Les mer om arbeids- og evalueringsformene under det enkelte emnet.

Eksamen

Eksamensformene varierer for det enkelte emnet. For detaljer se under hvert emne.

Utenlandsopphold

Studenten anbefales å ta et studieopphold i utlandet i 4. semester. Høgskolen i Lillehammer er med i utvekslingsprogrammet Erasmus (for studier i EU-land) og Nordplus (for studier i Norden) og har også andre samarbeidsavtaler innen flere av høgskolens studier. Du kan reise uavhengig av høgskolens avtaler

I 2005 sender vi reiselivsstudenter til 6 forskjellige land.

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

3 år

Grad/ kompetanse

Bachelorstudium

Opptak



Samordna opptak

Kull

2005/2008

Godkjenningsorgan

HiL-styret (S-sak 17/02)

Bachelor i reiseliv (kull 2005 - 08): Emneoversikt/struktur

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
2RL20	Reiseliv og samfunn	30	O	30					
RLS1002	Innføring i organisasjon og marked	10	O		10				
RLS1003	Innføringskurs i bedriftsøkonomi	5	O		5				
RLS1004	Innføring i samfunnsøkonomi og reiselivets verdikjede	10	O		10				
BRL07	Reiselivets IKT	5	O		5				
2RL37	Serviceledelse og markedsføring 2	10	O			10			
2RL39	Bedriftsøkonomi 2	10	O			10			
2RL40	Statistikk og metode - reiseliv	10	O			10			
	Valgemner - Bachelor i reiseliv	15	V				30		
2RL41	Project management - RLS	15	O					15	
2RL32	Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1	30	V					15	15
2RL33	Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2	30	V					15	15
2RL28	Bachelor's thesis BRL	15	O						15
Sum:				30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



Emneoversikt

2RL20 Reiseliv og samfunn

Navn:

Reiseliv og samfunn

Kode:

2RL20

Studiepoeng:

30

Emnebeskrivelse:

Emnet vil gi en grunnleggende innføring i reiseliv som fagfelt. Emnet er delt inn i fem hovedtema, der hvert tema belyser ulike sider ved reiselivet som fenomen. Ved hjelp av en historisk, en sosiologisk, en geografisk og en samfunnsvitenskapelig tilnærming skal studentene få kunnskap om reiselivet. Studentene skal tilegne seg kunnskap om reiselivet som produksjonssystem, de ulike hovedtrekkene i både tilbud og etterspørsel. Videre vil det bli lagt vekt på å vise den gjensidige sammenhengen mellom reiselivet og det øvrige samfunnet, samt se de historiske utviklingslinjer i reiselivet.

Læringsutbytte:

Gjennom emnet skal studentene ha fått forståelse for hva reiselivet er som fenomen, og kunnskap om og forståelse for reiselivets ulike berøringspunkter med samfunnet.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminar, veiledning og ekskursionsjoner.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor og årsstudium i reiseliv og bachelor i naturbasert reiseliv

Arbeidskrav:

Emnet har mappeevaluering, med fire arbeidskrav, to individuelle og to gruppeoppgaver. To av arbeidskravene, en individuell og en gruppeoppgave legges inn i mappen. Til arbeidskrav nr.4 er det inkludert en PowerPoint presentasjon av oppgaven. Arbeidskravene som ikke legges i mappen vurderes med godkjent/ikke godkjent. I tillegg må studentene delta på en obligatorisk ekskusjon.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

Emnet avsluttes med individuell, muntlig høring. Studenten skal forsvare en av de to oppgavene som er lagt i mappen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Generell studiekompetanse/godekjent realkompetanse.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

Hele høstsemesteret.

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

120

Emneansvarlig:

Randi Bredvold

Undervisningsspråk:

Norsk



Obligatorisk pensum:

Bøker:

Burton, R (2000) *Travel Geography*, Longmans, London

Fitje, A (2001), *Turisme i Norge – ei samfunnssak?*, Samlaget, Oslo

Flognfeldt, T (1995), *Areal, sted og reiserute*, Fagbokforlaget, Bergen

Martinussen, W (2001), *Samfunnsliv. Innføring i sosiologisk tenkemåte*, Gyldendal, Oslo

Sharpley, R (1999), *Tourism, Tourist and Society*, ELM Publications, Huntingdon

Storrusten, E (1994), *Langsomt ble reisene for alle*, Norsk reiseinformasjon AS, 1994

Viken, Arvid (2004) *Turisme: miljø og utvikling*, Gyldendal akademisk, Oslo (kap.5-7).

Sletvold, Ola (2000) *Reiseliv i historien. En historisk introduksjon til reiselivskunnskap*. HiF-notat nr 2000:10, Alta

Kompendium/artikler (kjøpes Storkopi):

Tema 1 Faglærer Trond Feiring

1. Artikkelsamling om reiselivshistorie.

Tema 2: Faglærer Bente Heimtun utgir ett kompendium:

1. Artikkelsamling om temaene kulturelle, sosialøkonomiske og miljømessige virkninger av reiselivet, og autentisitet i reiselivet.

Tema 3: Faglærer Dag Ørjansen utgir to kompendium:

1. St.prp. nr. 1 (2004-2005) – utvalgte sider.
2. St.meld.nr. 15 (1999-2000) Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer.
3. Samling utdrag fra ulike st.meldinger.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Løschbrandt, A (2001), *Reiselivstjenester*, Gyldendal, Oslo

Jacobsen, J.K.S. og A.Viken (2002), *Turisme. Fenomen og næring*, Gyldendal, Oslo

Level of course:



RLS1002 Innføring i organisasjon og marked

Navn:

Innføring i organisasjon og marked

Kode:

RLS1002

Studiepoeng:

10

Emnebeskrivelse:

Emnet skal gi studentene en innføring i fagområdene organisasjon og ledelse og markedsføring. I markedsføring skal studentene tilegne seg grunnleggende kunnskaper og forståelse av markedsføring er, og markedsføringens anvendelse og virkemidler i organisasjoner. I organisasjon og ledelse settes hovedfokus på forståelsen av hvordan organisasjoner fungerer og handler, internt og eksternt.

Læringsutbytte:

Studentene skal ha utviklet kunnskap og forståelse for følgende forhold:

- Markedsføringens betydning for etterspørselen
- Tilbud (produkt), kjøpsatferd, målgrupper
- Pris og inntjening, distribusjon, kommunikasjon
- Strategisk og handlingsorientert markedsplanlegging
- Utviklingstrekkene i teoriene knyttet til organisasjon og ledelse gjennom forrige århundre og frem til i dag
- Anvende organisasjons- og ledelsesteorier for bedre å forstå organisasjoner, organisasjoners funksjoner, de interne og eksterne aktører og deres handlinger.

Studentene skal stimuleres til å ha en reflektert holdning til det fagstoffet som presenteres.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaver med og uten veiledning, studentpresentasjoner.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Emnet inngår i studieprogrammene Bachelor i reiseliv, Bachelor i kulturprosjektledelse, Bachelor i naturbasert reiseliv, Årsstudium i reiseliv og Årsstudium i markedsfag

Arbeidskrav:

Ingen



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

4-timers individuell skriftlig eksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:**Sensorordning:****Semester:**

Vår

Lengde:

Starter i januar og går over 10 uker

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

125

Emneansvarlig:

Delt ansvar mellom Halvor Gaarder og Sveinung Jørgensen

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Framnes, Runar og Thjømøe, Hans Mathis (2001) Markedsføringsledelse, Oslo, Universitetsforlaget 6. utgave

Busch, Tor og Vanebo, Jan Ole (2003) organisasjon og ledelse. Et integrert perspektiv, Oslo, Universitetsforlaget, 5.utgave

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):**Level of course:**



RLS1003 Innføringskurs i bedriftsøkonomi

Navn:

Innføringskurs i bedriftsøkonomi

Kode:

RLS1003

Studiepoeng:

5

Emnebeskrivelse:

Formålet er å gi studentene en grunnleggende innsikt og forståelse av viktige bedriftsøkonomiske begreper og sammenhenger for blandt annet å kunne styre økonomien i prosjekter. Med dette menes å kunne stille opp budsjetter og regnskap for bedrifter og prosjekter. I denne forbindelse skal studentene kunne ta beslutninger rundt prissetting, kostnader, lønnsomhet og se bedriftsøkonomiske konsekvenser av disse beslutningene.

Læringsutbytte:

Studenten skal:

- kjenne til de ulike kontogruppene i et regnskapssystem og sammenhengen mellom disse.
- kunne kostnads- og innteksteori.
- kunne gjennomføre og ta beslutninger ved hjelp av dekningspunktanalyser.
- kunne selvkost- og bidragskalkyle ved prissetting.
- kunne sette opp og tolke et resultat- og et balanseregnskap og tilsvarende budsjetter.
- forstå og kunne anvende teorien om hvordan en bedrift skal tilpasse seg for å oppnå størst mulig økonomisk profitt.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, regneverksteder, individuell og gruppevis veiledning

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor og årsstudium i reiseliv, bachelor i kulturprosjektledelse, bachelor i naturbasert reiseliv, årsstudium i markedsfag

Arbeidskrav:

Ingen

**Eksamensform:**

Individuell 4-timers skriftlig eksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Generell studiekompetanse/godekjent realkompetanse.

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

januar - mars

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

125

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Christian Krogh

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Kristoffersen, Trond (2005) Årsregnskapet – en grunnleggende innføring. Lærebok, Bergen, Fagbokforlaget, 2.utgave

Kristoffersen, Trond (2005) Årsregnskapet – en grunnleggende innføring. Oppgavesamling med løsninger, Bergen, Fagbokforlaget, 2.utgave

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):**Level of course:**



RLS1004 Innføring i samfunnsøkonomi og reiselivets verdikjede

Navn:

Innføring i samfunnsøkonomi og reiselivets verdikjede

Kode:

RLS1004

Studiepoeng:

10

Emnebeskrivelse:

Kurset skal gi en innføring i sentrale mikro- og makroøkonomiske problemstillinger. I dette inngår en presentasjon av faktorene som former verdiskapningen og velferden i samfunnet. Kurset tar også for seg begrepet og innholdet i en verdikjede generelt og reiselivets verdikjede spesielt. I denne sammenheng skal studentene lære om de enkelte bransjene som inngår i verdikjeden, f.eks. reisebyrå, turoperatører, transport, overnatting, servering, aktiviteter o.l. med fokus på arbeidsbetingelser, struktur, økonomi, kalkulasjon, konkurranse, kjeder, samarbeid o.l. Det skal også fokuseres på hva som skjer i verdikjeden som følge av teknologiske, markedsmessige og økonomiske endringer.

Læringsutbytte:

Studentene skal:

- Forstå økonomiens etterspørselsside og økonomiens tilbudsside
- Vite hva det innebærer for en aktør å opptre i et marked med fri konkurranse, ufullkommen konkurranse og monopol.
- Ha innsikt i nasjonalregnskapet og den økonomiske sirkulasjon, samt finans-, penge- og kredittpolitikken i en åpen økonomi, inflasjonsbegrepet og økonomisk vekst
- Kjenne til reiselivets verdikjede og kunne lage verdikjeder
- Kunnskaper om de ulike reiselivsbransjene eller sektorene mht. arbeidsoppgaver, struktur og økonomi
- Kunnskap om endringer som påvirker verdikjeden

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger som er basert på selvstudium med støtte av gjesteforelesere og praktiske øvelser

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Årsstudiet i reiseliv, Bachelor i reiseliv



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Arbeidskrav:

Ingen

Eksamensform:

En individuell 4-timers skriftlig eksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Gjennomført 1. semester av årsstudium i reiseliv/Bachelor i reiseliv (innføringskurs i reiseliv)

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

Januar - mai

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

99

Emneansvarlig:

Terje Onshus

Undervisningsspråk:

Norsk



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Obligatorisk pensum:

Ringstad, Vidar (2004) Samfunnsøkonomi og økonomisk politikk, Oslo, Cappelen Akademiske forlag, 4.utgave

Ringstad, Vidar (2004) Samfunnsøkonomi og økonomisk politikk, Oppgaver og løsninger, Oslo, Cappelen Akademiske forlag, 4.utgave

Kompendium (Kjøpes Storkopi)

Kompendium redigert av Terje Onshus:

Poon, Auliana; i "Toourism, technolgy and competitive strategies";, Kapittel 9 CAB; International 1993.

Reiselivets verdikjede og verdikjeden i ulike bransjer. Horwath Consulting; Norsk hotellnæring 2004

Level of course:



BRL07 Reiselivets IKT

Navn:

Reiselivets IKT

Kode:

BRL07

Studiepoeng:

5

Emnebeskrivelse:

Studentene skal skaffe seg oversikt over innhold og bruk av de viktigste formene for IKT som reiselivet benytter seg av. Et viktig spørsmål å besvare er "hvorfor" ulike informasjonssystemer er opprettet og hvordan disse inngår i ulike former for reiselivsproduksjon.

Læringsutbytte:

Studentene skal kjenne til og i noen grad bruke:

- Bookingsystemer (CRS)
- Bedriftsinterne styringssystemer
- Informasjonssystemer med databaseoversikt
- Websider - eksempler på gode sider - slik som lokalweb, regionalweb, nasjonalweb eller tematiske websider
- Geografiske informasjonssystemer i reiselivet - GIS/GPS
- Bibliotekdatabaser med søkersystem

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, praktiske øvelser og arbeid med oppgaver med og uten veiledning.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor og årsstudium i reiseliv og bachelor i naturbasert reiseliv

Arbeidskrav:

Deloppgaver som tar for seg ulike systemer skal leveres og godkjennes før studentene får gå opp til eksamen. Dette gjennomføres som et gruppearbeid.

Eksamensform:

En ukes gruppeeksamen.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått

Forkunnskaper:

Gjennomført 1. semester av årsstudium/bachelor i reiseliv

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

5 uker

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

165

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Thor Flognfeldt jr.

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Det er ikke pensum her - emnet er basert på tilstedeværelse gjennom hele dager.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):**Level of course:**



2RL37 Serviceledelse og markedsføring 2

Navn:

Serviceledelse og markedsføring 2

Kode:

2RL37

Studiepoeng:

10

Emnebeskrivelse:

Emnet er faglig forankret i to fagområder - **markedsføring** og **organisasjonsteori**, med serviceorganisasjoner som referansepunkt. Hvordan drive målrettet markedsarbeid og hvordan serviceorganisasjoner og servicemedarbeideren kan møte utfordringene i å tilfredsstille markedets forventninger utgjør sentrale faglige problemstillinger i kurset. Utvikling av gode og effektive serviceledelsessystem, kvalitetsutvikling og -sikring og relasjonsutvikling i reiselivet er sentrale faglige stikkord.

Læringsutbytte:

Studentene skal etter endt kurs ha kunnskap om hva som særpreger produksjon av tjenester og serviceorganisasjoner. Videre skal de tilegne seg innsikt i betydningen av relasjonsbygging og utvikling av kvalitet i serviceorganisasjoner og i tjenestetilbudet som et konkurransefortrinn.

Studentene skal ha kunnskap om hvilke konsekvenser markedets krav til kvalitet setter til serviceorganisasjonen, hvordan imøtekomme teknologiens utfordringer, og servicemedarbeiderens egen rolle i relasjonsutvikling.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger og gruppearbeid.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

Et obligatorisk gruppebasert arbeidskrav.

Eksamensform:

Skriftlig 4 timers eksamen.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Kunnskaper tilsvarende Innføring i markedsføring og organisasjonsteori (10 sp) fra første år Bachelor i reiseliv.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

8-10 uker fra august

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

75

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Marit Engen

Undervisningsspråk:

Norsk



Obligatorisk pensum:

Normann, Richard (2000): *Service Management*. Cappelen Akademisk Forlag. 3 utgave. 224 sider.

Grønroos, Christian (1997): *Markedsføring av tjenester*. Cappelen Akademisk Forlag. 2. utgave. 162 sider

Kompendium/artikler (kjøpes Storkopi):

1. Troye, V. Sigurd (1996): Markedsorientering av servicebedrifter, TANO, Kap. 2, 3, 4 og 8
2. Gummesson, Evert (2003): "Relasjonsmarkedsføring. Fra 4P til 30R", Kolle forlag. 2 utg, Kap 1 og deler av kap 2
3. Gummesson, Evert (2005): "Relasjonsmarkedsføring i turisme. Fra en-til-en til mange-til-mange. I Ellingsen og Mehmetoglu (red) (2005): Perspektiver på markedsføring av reiseliv. Fagbokforlaget.
4. Oliver, Richard (1999): Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*. Vol 63 (Special Issue). 33-44
5. Tronvoll, Bård (2005): Faktorer som påvirker servicekvalitet. I Ellingsen og Mehmetoglu (red) (2005): Perspektiver på markedsføring av reiseliv. Fagbokforlaget.
6. Argyris, Chris (1998): Empowerment: The emperor's new clothes. *Harvard Business Review* (May-June).

(1-4 er pensum, resten er tilleggslitteratur)

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Tronvoll, Bård (2005): Faktorer som påvirker servicekvalitet. I Ellingsen og Mehmetoglu (red) (2005): Perspektiver på markedsføring av reiseliv. Fagbokforlaget.

Argyris, Chris (1998): Empowerment: The emperor's new clothes. *Harvard Business Review* (May-June).

Level of course:

Bachelor



2RL39 Bedriftsøkonomi 2

Navn:

Bedriftsøkonomi 2

Kode:

2RL39

Studiepoeng:

10

Emnebeskrivelse:

Studentene gis en grunnleggende innsikt og forståelse av viktige bedriftsøkonomiske begreper og sammenhenger. Dette for å være i stand til å ta beslutninger om for eksempel prissetting, kostnader, igangsetting av investeringsprosjekter, finansiering m.m. Det gis også opplæring i sentrale regler og krav som gjelder i forbindelse med registrering, verdsettelse og rapportering i årsregnskapet.

Læringsutbytte:

Studentene skal:

- kunne registre de mest vanlige forretningstransaksjoner for en bedrift.
- kunne avslutte et lite bedriftsregnskap.
- kjenne til lover, regler og prinsipper knyttet til verdsettelse av eiendeler, gjeld, inntekter og kostnader.
- kunne presentere resultatet og balansen og øvrig informasjon etter regnskapsloven.
- kunne diagnostisere en bedriftslønnsomhet, likviditet, finansieringsstruktur og soliditet ut fra tradisjonelle regnskapsanalytiske metoder. Herunder kunne komme med forslag til tiltak og drøfte konsekvenser av disse.
- kjenne til hva et driftsregnskap er.
- kunne foreta lønnsomhetsanalyser i driftsregnskap for ulike deler av virksomheten, for produktgrupper, og kundegrupper m.m.
- kunne budsjettere kontantstrømmer for investeringsprosjekter.
- kunne anvende kjente metoder for å analysere og vurdere lønnsomheten av investeringsprosjekter.
- kjenne ulike finansieringskilder for en bedrift.
- kunne sette opp resultat-, balanse-, og likviditetsbudsjetter for en bedrift og bruke disse som beslutningsgrunnlag.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, regneverksted, arbeid med oppgaver med og uten veiledning.

Emneier:

ÅR/BA Reiselliv



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

Et obligatorisk gruppebasert arbeidskrav

Eksamensform:

Skriftlig 4 timers eksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Kunnskaper tilsvarende BRL03 - innføringskurs i bedriftsøkonomi

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

August - november

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

90

Emneansvarlig:

Christian Krogh

Undervisningsspråk:

Norsk



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Obligatorisk pensum:

Kristoffersen, Trond (2005) *Årsregnskapet, en grunnleggende innføring*, Fagbokforlaget, Bergen, 2. UTGAVE

Kristoffersen, Trond (2005) *Årsregnskapet, en grunnleggende innføring. Oppgavesamling med løsning*, Fagbokforlaget, Bergen, 2. UTGAVE

kompedium (kjøpes Storkopi):

Holmengen, Hans & Reiersen, Dag (1996) Kalkulasjon og behandling av merverdiavgift i kombinerte overnatting og serveringsbedrifter, kap. 6 og 7 i; *Økonomistyring i reiselivsbedrifter*, Fagbokforlaget 1996- side 80 –113.

Sending, Aage; Analyse av prosjekter; *Innføring i bedriftsøkonomi*, Fagbokforlaget 2003. Side 395 -446

Level of course:

Bachelor



2RL40 Statistikk og metode - reiseliv

Navn:

Statistikk og metode - reiseliv

Kode:

2RL40

Studiepoeng:

10

Emnebeskrivelse:

I kurset gjennomgås de mest grunnleggende statistiske metoder. I den kvantitative delen blir fordelinger, mål for sentral tendens og spredningsmål gjennomgått. Generalisering og kausale analyser blir drøftet.

Læringsutbytte:

Gjennom emnet skal studentene ha fått en innsikt i kvalitativ metode. Innen kvantitative metode skal de kunne gjennomføre statistiske analyser. De skal kunne anvende statistikkverktøyet NSDstat

Undervisnings- og læringsmetode:

Undervisningen foregår som forelesninger, individuell veiledning og gruppeveiledning

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

Ingen

Eksamensform:

Skriftlig 4 timers individuell eksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Generell studiekompetanse/godkjent realkompetanse.

Sensorordning:



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Semester:

Høst

Lengde:

Primo september - medio oktober

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

90

Emneansvarlig:

Christian Krogh

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Tufte, Johannesen og Kristoffersen (2006) *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*, Abstract forlag, Oslo,

Thrane, Christer (2003) *Regresjonsanalyse i praksis*, Høyskoleforlaget, Kristiansand

Level of course:

Bachelor



Valgemner - Bachelor i reiseliv

Navn:

Valgemner - Bachelor i reiseliv

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Valgfagene i 4. semester hentes fra reiselivsstudienes egne tilbud, eller fra HiLs andre studieretninger gjennom et emnetorg.

Se egen tabell for valgbare emner.

Emneeier:

Karaktersystem:

Sensorordning:

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Antall studenter:

0

Undervisningsspråk:

Level of course:



2RL41 Project management - RLS

Navn:

Project management - RLS

Kode:

2RL41

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

The course will deal more closely with:

- Project management
- Group and team processes
- Event Management
- Contracts and negotiations
- The project's economy
- Goal, planning, implementation and follow-up
- PC-based project tools.

Læringsutbytte:

The students will acquire knowledge and understanding of important aspects of project as a working method. They will also acquire skills in the use of methods for planning and follow-up of projects. When the course is finished, the students will be able to participate in project work in different businesses with leader responsibility and/or as project collaborator.

Undervisnings- og læringsmetode:

The course material will be presented through lectures and day seminars. External lecturers will present their experiences from specific projects. The students will be given exercises during the course.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Studenter på Bachelor i Kulturprosjektledelse og Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

One of the written assignments is compulsory and group-based.

Eksamensform:

The course is completed by an individual written examination of 5 hours.

**Karaktersystem:**

Grades A-F

Forkunnskaper:

Before starting the third academic year, the students must have passed the four first semesters of the Bachelor in Tourism or the Bachelor in Culture project management.

The students must have passed the courses Introduction to organisation and market and Introduction to business administration or the course Introduction to economics, organisation and marketing (BKPL) before they can take the course Project management.

Sensorordning:**Semester:**

Autumn

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3rd year

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Hans Holmengen og Bent Kure

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Westhagen, Harald: *Prosjektarbeid, Utviklings- og endringskompetanse*. Gyldendal Akademisk, Oslo, 5. utgaven 2002

Elstad, Beate: Kompendium/artikkelsamling i grupper., team, forhandlinger, event management. Til salgs i Storkopi ved semesterstart.

Hanssen, Asbjørn: Kompendium i strategi, samarbeid og prosjektledelse. Til salgs i Storkopi ved semesterstart.

Kure, Bent: Kompendium/artikkelsamling i prosjektledelse. Til salgs i Storkopi ved semesterstart

Vaagan, Berulf: Kompendium i "Juss og prosjektledelse". Til salgs i Storkopi ved semesterstart

I tillegg vil noe pensumstoff bli delt ut i forbindelse med forelesningene.

Level of course:

Bachelor



2RL32 Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1

Navn:

Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1

Kode:

2RL32

Studiepoeng:

30

Emnebeskrivelse:

Emnet "Innovasjon og ledelse i små reiselivsbedrifter" har som mål å gi studentene innsikt i hvordan små reiselivsbedrifter faktisk fungerer. Videre skal studentene tilegne seg kunnskap og forståelse for hvordan man kan drive innovasjonsarbeid i disse bedriftene.

Emnet er teoretisk forankret i fagene økonomi, marked og ledelse, med innovasjon og små servicebedrifter som referansepunkt. Et overordnet perspektiv blir innovasjon gjennom en markedsorientert prosess.

Læringsutbytte:

En viktig målsetting for emnet er å trene studentene i reflektert anvendelse av teoretisk kunnskap på praktiske problemstillinger. Arbeidsformen som er valgt skal nettopp stimulere til å binde teori og praksis, for derigjennom gi kunnskap og forståelse som studentene senere kan anvende i en konkret arbeidssituasjon.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, deltakelse i et nettbasert beslutningsspill, feltarbeid og veiledning.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er valgbart for:

Ett av to obligatoriske fordypningsemner, tredje studieår.

Arbeidskrav:

Innlevering av 2-3 arbeidskrav, obligatorisk feltarbeid i en til to uker.

(Arbeidskravet er knyttet til første del av kurset som slutføres i løpet av 5. semester (høstsemesteret). Hvis arbeidskravet ikke godkjennes, gis det nytt arbeidskrav som må godkjennes i løpet av januar. Hvis dette heller ikke godkjennes, så gjelder paragraf 3 punkt 3 om at vedkommende student ikke får anledning til å gå opp til eksamen.)



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

Hele emnet avsluttes med en ukes hjemmeksamen, der to og to studenter arbeider sammen. Eksamen avsluttes ved at studentene en og en presenterer oppgaven muntlig i et auditorium.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

De to første årene av Bachelor i reiseliv (eller tilsvarende) må være avlagt og bestått før en kan starte på emnene på tredje studieår.

Sensorordning:**Semester:**

Vår og høst

Lengde:

18 uker 2006/2007

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3. studieår

Antall studenter:

45

Emneansvarlig:

Randi Bredvold

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Beaver, Graham (2002) *Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development*, Prentice Hall, London (Denne boka vil dekke mange sentrale tema, inkludert deler av økonomiundervisningen)

Løwendahl, Bente og Wenstøp, Fred ((2003) *Grunnbok i strategi*, N.W. Damm & Søn, 2.utgave, Oslo

Sundbo, Jon m.fl. (2001) *Innovation med omtanke*, systime, Århus

Skivik, Hans Morten (2004) *Relasjonell ledelse. Å lære lederskap i praksis*. Gyldendal Akademiske, Oslo,

Kompendium (kjøpes Storkopi)

1. Markedsorientering
2. Økonomi
3. Kvalitativ metode



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Level of course:



2RL33 Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2

Navn:

Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2

Kode:

2RL33

Studiepoeng:

30

Emnebeskrivelse:

Modulen er en av de to fordypningsmulighetene på Bachelor i reiseliv. Studentene må fortsette på den samme fordypningen i 6. semester.

Emnet er delt inn i 3 kurs:

- Reisemålsteori og planlegging
- Reisemålsledelse
- Et integrert reisemålscase



Læringsutbytte:

Emnet har som mål å gi studentene innsikter innen områdene:

1. REISEMÅLSTEORI OG PLANLEGGING

Hvordan et reisemål er definert

Hvordan et reisemål er bygd opp

Hva slags ressurser et reisemål bruker

Hvordan reisemålet drives

Hvordan reisemål utvikles

Hvordan et reisemål fungerer sammen med samfunnet

Hvordan samfunnet planlegger og legger til rette for reisemål

2. DESTINASJONSLEDELSE

Hvordan få til en helhetlig utvikling og ledelse av reisemål

Hva kjennetegner de beste reisemålene

Hvordan tilrettelegge for kontinuerlig forbedring av reisemålets tilbud

Hvordan tilrettelegge samhandlingsprosesser som hever konkurranseevnen og verdiskapningen

Hvordan tilrettelegge markedsorienterte og kundefokuserte utviklingsprosesser som fremhever innovasjon og nyskaping

Hvordan posisjonere reisemålet for å skape fortrinn i et meget konkurranseutsatt marked

3. CASET

Hovedhensikten med caset er å utvikle studentenes evner til å omsette teori til praksis og føle at de behersker helhetsgrepet

Undervisnings- og læringsmetode:

I høstsemesteret vil arbeidsformen variere mellom forelesninger og seminarer.

I vårsemesteret vil arbeidsformen variere mellom forelesninger og seminarer.

I caset vil arbeidsformen være veiledning av studentgrupper.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er valgbart for:

Ett av to valgfrie spesialiseringsemner i 3. år på Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

For del 1 skal de utarbeides et paper etter trukket problemstilling(er) som må godkjennes for å få lov til å gå opp til eksamen. Hvis arbeidskravet ikke godkjennes, så gis det et nytt arbeidskrav som må godkjennes i løpet av januar. Rett før del 2 er det lagt inn en 3 dagers obligatorisk studietur. Deltakelse i caset er obligatorisk. Dette gjelder både forelesningene, gruppearbeidet, feltarbeidet og utarbeiding av caserapporten.

**Eksamensform:**

Emnet avsluttes med en caserapport (i gruppe) som evalueres. Gruppekarakteren justeres etter individuell muntlig høring. Høringen baseres på pensum og caserapport.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Det kreves at de fire første semestrene i Bachelor i reiseliv eller bachelor i kulturprosjektledelse (eller tilsvarende) er bestått før en kan starte på emnene på tredje studieår.

Sensorordning:**Semester:**

Vår og høst

Lengde:

2006/2007

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3. studieår

Antall studenter:

90

Emneansvarlig:

Dag Ørjansen

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Yvonne von Friedrichs Grängsjö, "Destinationsmarknadsföring – en studie av turism ur ett producentperspektiv", Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet. 2001

Ernie Heath og Geoffrey Wall, John, "Marketing Tourism Destinations – a Strategic Planning Approach" Wiley & Sons, Inc. 1991.

Rapporter:

"Towards quality urban tourism",

"Towards quality coastal tourism",

"Towards quality rural tourism"

alle utgitt av European Commission i 2000.



Kompendium 1

”Regionaløkonomiske sammenhenger” Kap. 3 i Regional økonomi og politikk av Håvard Teigen

1. ”Grunnleggende prosesser i organisasjon” i Organisasjon og ledelse: et integrert perspektiv av T Busch og J. O. Vanebo.
2. ”What is stakeholder thinking? Av Juha Näsi
3. Stakeholder Analysis utdra fra Strategic Planning for Public and nonprofit Organizations av John M. Bryson
4. ”Stakeholder Assessment and Collaborative Tourism Planning” av L. Meddeiros de Araujo og Bill Bramwell.
5. ”Assessing the Economic Impacts of Travel and Tourism” Kap. 31, kap. 32 og kap. 33 av Douglas C. Frechtling
6. ”Partnerskap den nye universalløsningen” av Peter Arbo
7. ”Fylkeskommunane – regionale utviklingsaktører i klemme” av Oddbjørn Bukve
8. ”Perspektiver på regionale partnerskap: Keiserens nye klær eller ”entrepreneurial governance” ?” av Einar Leknes
9. ”Samfunnsplanlegging” kap 2 av Nils Aarsæther og ”Planlegging på lokalt nivå” kap. 4 av Torill Nyseth fra boka Planlegging. No redigert av Nils Aarsæther og Aksel Hagen
10. ”Mennesker og steder” av Nina Gunnerud Berg
11. ”Tettstedsprogrammet – noe nytt” av Terje Skjeggedal
12. ”Regionalpolitiske snuoperasjoner og lokale handlingsmiljø” av Peter Arbo og Oddbjørn Bukve.
13. ”Melbu – prosesser og medvirkning for mobilisering” av Liv Aune
14. ”Avtaler som styringsredskap i kommunal planlegging” av August E. Røsnes
15. ”Strategies for Tourism Destinations” Kap. 10 fra boka Tourism, Technology and Competitive Strategies av Aulania Poon

Kompendium 2:



Utdrag fra bøker:

- Robinson, Leigh 14 "Quality Management in Public Leisure Services" in "Leisure Management; Issues and Applications" edited by M. F. Collins and I. S. Cooper, CAB INTERNATIONAL 1998
- Kotler, Philip, Haider, Donald H. og Rein, Irving 8 "Attracting the Tourism and Hospitality Business Markets" i "Marketing Places; Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations" The Free Press 1993
- Eggen, Nils Arne "Godfot-teorien" i "Godfoten; samhandling – veien til suksess" Aschehoug psykologi 2003
- Morgan, Gareth 10 "Metaforenes utfordring" og kommentert bibliografi i "Organisasjonsbilder" Universitetsforlaget 1998
- Andreassen, Kjell Schou og Wadel, Cato 4 "Utfordringer og ferdigheter" i "Ledelse, teamarbeid og teamutvikling" SEEK A/S 1990

Artikler:

- Christensen, Annemarie G. "Turisten som miljøbevidst (for)bruger" i Ledelse & Erhvervsøkonomi 63 årgang nr. 2 juni 1999
- Bolman, Lee G. og Deal, Terrence E. Kap 1 Innledning: Fordelen ved å kunne variere fortolkningsramme. i boka "Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse – strukturer, sosiale relasjoner, politikk og symboler" Ad Notam.
- Go, Frank M. og Govers, Robert "Integrated Quality Management for Tourist Destinations: a European perspective on achieving competitiveness" i Tourism Management 21/2000
- Woods, Megan og Deegan, Jim "A Warm Welcome for Destination Quality Brands: the Example of the Pyrenean Region" I International Journal of Tourism Research Vol 5 (4) 2003.
- Echtner og Ritchie "The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment" I Journal of Travel Research Spring 1993
- Tuppen, John "The Restructuring of Winter Sports Resorts in the French Alps: Problems, Processes and Policies" I International Journal of Tourism Research
- Barsky, Jonathan D. og Labagh, Richard "A Strategy for Customer Satisfaction" i The Cornell Quarterly Vol. 33, No. 5 October 1992
- Cadotte, Ernest R. Og Turgeon, Normand "Key Factors in Guest Satisfaction" i The Cornell Quarterly

Level of course:



2RL28 Bachelor's thesis BRL

Navn:

Bachelor's thesis BRL

Kode:

2RL28

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

On the basis of what the students have learnt previously in the study, they shall write an individual Bachelor's thesis. The Bachelor's thesis should be a continuance of the specialisation chosen in the fifth and sixth semester.

The thesis will normally contain a problem for discussion, a literary study, an analysis of available information and an independent evaluation/conclusion.

The students will get individual supervision.

Emneier:

Eksamensform:

Studentene skal forsvare Bacheloroppgaven i en muntlig eksaminasjon. Bacheloroppgaven sammen med den muntlige eksaminasjonen danner grunnlaget for den endelige karakteren på Bacheloroppgaven.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

The students must have completed and passed the two first years of the Bachelor of Tourism (or corresponding) before they can take the courses in the third academic year.

Sensorordning:

Semester:

Spring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3rd year

Antall studenter:

90



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor