



Marknadsföring inom turism 7,5 hp

Marketing in Tourism 7.5 credits

Grundnivå

Progression: 1-30

Huvudområde: Hållbar turismutveckling, grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav (GIN)

Kursplanen är fastställd av Forsknings- och utbildningsnämnden (2015-06-12) och gäller studenter antagna höstterminen 2016.

Kursens inplacering i utbildningssystemet

Kursen ges inom programmet Hållbar turismutveckling.

Behörighetskrav

Grundläggande behörighet.

Kursens mål

Kursens mål är att ge en bred introduktion till klassisk marknadsföringsteori och kunskaper om förekommande modeller och deras tillämpning med särskilt fokus på turismnäringen. Kursen grundlägger därigenom studentens förmåga att orientera sig inom marknadsföringsområdet och dess tillämpning inom turismområdet.

Efter avslutad kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för teoretiska begrepp och modeller inom marknadsföring
- redogöra för grundläggande principer inom informationsinsamling och undersökningsmetodik
- visa förståelse för marknadsföringens nytta och innebörd för turismnäringen

Färdighet och förmåga

- använda kursens teori i analyser av marknadsföring i ett helhetsperspektiv
- beskriva marknadsföringsprocessens innehåll och syfte
- beskriva muntligt och/eller skriftligt hur företags/organisationens omvärld samverkar i nätverk av interaktiva processer
- i projektform tillämpa och illustrera ett företags/en organisations marknadsföring av en produkt eller tjänst inom turismområdet

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- bedöma grundläggande val av olika konkurrensstrategier och klassiska konkurrensmedel

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen ger grundläggande kunskaper i marknadsföringens teori och historiska utveckling och leder fram till en genomgång av moderna forskningsförankrade perspektiv inom ämnet. Modeller och metoder kopplas till aktuella företags och organisationer. Speciell hänsyn tas till områden inom ämnet såsom hållbar marknadsföring, relationsmarknadsföring samt servicemarknadsföring i anslutning till turismnäringen.

Undervisning

Undervisningen kan bestå av föreläsningar, övningar och seminarier. Lektionsundervisningen integreras med tillämpning på praktiska problemsituationer. Vissa lektioner och övningar kan vara obligatoriska. Rapportskrivning ingår som ett moment i kursen.

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Examination

Som betyg för hel kurs används något av uttrycken Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examination kan ske i form av individuella skriftliga prov, rapportskrivning och eventuellt andra självständiga uppgifter eller uppgifter utarbetade i grupp.

Kursvärdering

I kursen ingår kursvärdering. Denna ska vara vägledande för utveckling och planering av kursen. Kursvärderingen ska dokumenteras och redovisas för studenterna.

Kurslitteratur

Kotler, Philip, Bowen, John T. & Makens, James C., *Marketing for hospitality and tourism* (5:e upplan), Pearson, Upper Saddle River, NJ, 2010

Mossberg, Lena, *Att skapa upplevelser - från OK till WOW*, Studentlitteratur, Lund, 2003

Mossberg, Lena & Johansen, Erik Nissen, *Storytelling: marknadsföring i upplevelseindustrin*, Studentlitteratur, Lund, 2006

Stencilmaterial kan tillkomma