



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

HÖGSKOLAN I HALMSTAD

Telefon 035-16 71 00 - www.hh.se

Akademien för lärande, humaniora och samhälle

KURSPLAN

Sida 1 (2)

Kurskod: HU4008 / 1

E-turism i teori och praktik 7,5 hp

eTourism in Theory and Practice 7.5 credits

Grundnivå

Progression: 31-60

Huvudområde: Hållbar turismutveckling, grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (GIF)

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

Kursens inplacering i utbildningssystemet

Kursen ingår i programmet Hållbar turismutveckling, 180hp

Behörighetskrav

30 hp inom huvudområdet Hållbar turismutveckling, varav 7,5 hp Marknadsföring inom turism.

Kursens mål

Kursen syftar till att skapa förståelse för hur utvecklingen av informations- och kommunikationsteknologi bidragit till en grundläggande strukturförändring av besöksnäringen, ur såväl industrins som konsumentens perspektiv. Kursen avser också att bidra till värdering av e-turismens användning i ett hållbarhetsperspektiv och dess framtida utformning och betydelse. I kursen ingår även att utforma ett förslag till marknadsföring inom turismnäringen med hjälp av elektroniska medier.

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

Kunskaper och förståelse

- känna till hur marknadsföring och beställning inom turismnäringen förändrats genom nya elektroniska medier

Färdigheter och förmåga att

- välja kommunikationsformer inom e-turism utifrån målgruppsanalys och turistattraktionens karaktär, innehåll och förutsättningar
- utforma ett förslag till marknadsföring med hjälp av elektroniska medier

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt analysera och reflektera över hur e-turism används i olika sammanhang
- kritiskt analysera och värdera utvecklingsmöjligheter inom e-turism i perspektivet hållbar turismutveckling

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen tar upp den stora förändring som e-turism inneburit för såväl konsumenter som producenter, vilket bland annat har betydelse för småskalig verksamhet inom sektorn. Innebörden av e-turism och dess framtida utvecklingspotential tas upp, liksom e-turismens relation till hållbar turismutveckling. I kursen ingår även ett praktiskt moment där studenten ska utforma ett förslag till marknadsföring med hjälp av elektroniska medier och skriva ett analyserande underlag till förslaget.

Undervisning

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och övningar. Deltagande i alla moment utom föreläsningar är obligatoriskt.

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 dels individuellt och/eller i grupp, och sker i form av projektarbete inom kursens område.

Kursvärdering

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

Kurslitteratur

Egger, Roman. & Buhalis, Dimitrios. (red.), *eTourism case studies: management and marketing issues*, Butterworth-Heinemann, Amsterdam, 2008

Frendberg, Gabriel & Alexander Svensson, *Lookers and Bookers: A study of booking behavior and the consumer decision process within e-tourism*, Lambert Academic Publishing, 2011

Handbook on E-marketing for Tourism Destinations – Fully revised and extended version 3.0 [Elektronisk resurs], 2014 (World Tourism Organization)

Kortare texter tillkommer enligt lärares anvisningar samt särskilda förberedelser inför enskilda kursmoment