 HÖGSKOLAN PÅ ÅLAND	KURSBESKRIVNING	
Uppgjord av: Samu Mäkelä	Godkänd av: Ledningsgruppen	
Granskad av: Karin Limnell, Jeanette Höstman		
Godkänd datum:	Version: 2/6.6.2011	

Utbildningsprogram

Hospitality Management

Inriktning

Hotell och turism management

Studiehelhet

Inriktade yrkesstudier

Ämnesområde

Turism

Kursnamn

Destinationsutveckling och hållbar turism

Kurskod

R253102

Kursnamn på engelska

Destination Development and Sustainable Tourism

Studiepoäng

5 sp

Lärandemål

Den studerande förväntas efter avslutad kurs kunna förklara, analysera och planera :

- hållbar utveckling
- hållbar turism
- konkurrenskraftig destination
- destinations image och varumärke
- destinationsutveckling
- destinationsmarknadsföring

Innehåll

1. Hållbar utveckling
2. Hållbar turism
3. Konkurrenskraftig destination
4. Destinations image och varumärke
5. Att utveckla destinationer
6. Att marknadsföra destinationer


Arbetsformer

Föreläsningar, egna projekt och övningar.

Omfattning och närvaroskyldighet

Egen arbetsinsats ca. 133 t. varav ca. 40 – 50 t. är föreläsningar och övningar.

Obligatorisk närvaro på lektioner och övningar.

 HÖGSKOLAN PÅ ÅLAND	KURSBESKRIVNING	
Uppgjord av: Samu Mäkelä	Godkänd av: Ledningsgruppen	
Granskad av: Karin Limnell, Jeanette Höstman		
Godkänd datum:	Version: 2/6.6.2011	

Max gruppstorlek

24

Kurslitteratur och studiematerial

Valda delar ur följande kurslitteratur:

Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management*. Vol. 21, p.97-116.

Godfrey, K. & Clarke, J. (2000). *The Tourism Development Handbook. A Practical Approach to Planning and Marketing*. London: Continuum. 232 s.

Handbook on Tourism Destination Branding. With an Introduction by Simon Anholt (2009). Published by World Tourism Organization & European Travel Commission. www.unwto.org

Heath, E. & Wall, G. (1992). *Marketing Tourism Destinations*. New York: John Wiley & Sons, Inc. 226 s.

Morgan, N., Prichard, A. & Pride, R. (ed.). (2009). *Destination Branding. Creating the unique destination proposition*. 2. ed. Amsterdam: Elsevier Butterworth- Heinemann. 203 s.

Ritchie, Brent J.R & Crouch, Geoffrey J. (2005). *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing. Wallingford. 272 s.

Artikelsamling.

Undervisningsmaterial (högskolan tillhandahåller)

Handbook on Tourism Destination Branding. With an Introduction by Simon Anholt (2009). Published by World Tourism Organization & European Travel Commission. www.unwto.org.

Buhalis, Dimitrios (2000). *Marketing the Competitive Destination of the Future*. *Tourism Management* 21/2000, p.97-116. Pergamon.

Examination

Tentamen

Godkända övningsuppgifter samt godkänd närvaro.

Vitsordsskala

U, G, VG (Vid validering bedöms kursen med Godkänd)

Dokumentering

Kursvitsord noteras i studiekort.

Förkunskapskrav

Turism 1 och Turism 2.

Övrigt

För att den studerande skall kunna tillgodo sig kursen bör självstudier bedrivas.