



LUNDS
UNIVERSITET

KSMA62, Affärsutveckling i upplevelseekonomin, 15,0 högskolepoäng

Business Development in the Experience Economy, 15.0 credits

Grundnivå/First Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management 2012-10-16 att gälla från och med 2013-01-01.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100%

Ansvarig institution: Inst för Service Management

2. Allmänna uppgifter

Kursen ingår inte i ett huvudområde. Kursen ingår i kandidatprogrammet i Service Management och är den tredje inriktningsspecifika kursen inom Hotel and Restaurant Management och ges sjätte terminen.

3. Mål

Efter genomgången kurs ska studenten:

- kunna redogöra för centrala idéer kring begreppet och fenomenet upplevelser och den samhälleliga, kulturella och ekonomiska situation som har kommit att benämnas upplevelseekonomin,
- kunna redogöra för och reflektera kring hur vi med våra sinnen reagerar på måltidselement,
- kunna reflektera och analysera kring hur begreppen upplevelseekonomi, och värdeskapande kan kopplas till hotell- och restaurangbranschen med betoning på produkt- och konceptutveckling, differentieringsstrategier och varumärkesbyggande,
- visa förmåga att identifiera, utveckla och argumentera för en affärsidé inom området hotell och restaurang, samt att författa och kritiskt analysera en affärsplan och
- kunna självständigt analysera och reflektera över relationen mellan upplevelser och affärsutveckling inom hotell- och restaurangbranschen i en upplevelseekonomi.

4. Innehåll

Syftet med kursen är ge studenten en förståelse för i vilket sammanhang företagande inom hotell och restaurang idag bedrivs, och vilka utmaningar som branschen möter genom det som kallas upplevelseekonomin. Kursen omfattar två delar, där den första med inriktning på företagande i upplevelseekonomin omfattar 8 hp och den andra som innebär arbete med en affärsplan 7 hp.

Kursens första moment ger en orientering om den så kallade upplevelseekonomins framväxt och utveckling och aktuell upplevelseteori samt olika värdeskapande strategier som ger hotell- och restaurangföretag möjlighet till utveckling av sina tjänster. Vidare får studenten en både teoretisk och praktisk introduktion till måltiden och våra sinnen genom ett antal verktyg som förtydligar de sensoriska och estetiska dimensionerna av upplevelser. Kursen ger också exempel på hur aktörer i branschen utvecklar sina tjänster med hjälp av specifika teman eller koncept. Inom ramen för kursen genomförs en exkursion som syftar till att dels konkretisera plats- och upplevelsestrategier och dels ge studenten möjlighet att samla in empiriskt material om värdeskapande upplevelser.

I det större grupparbete som omfattar kursens andra moment, syntetiserar studenten sina samlade teoretiska och sinnliga kunskaper och erfarenheter. Genom utformandet av en affärsplan utvecklar studenten sin färdighet att identifiera, utveckla och pröva affärsidéer samt stärker sin kunskap om hur en affärsidé utvecklas och förfinas genom en affärsutvecklingsprocess. Under kursen behandlas som ett led i arbetet med affärsplanen teoretiska perspektiv och exempel på konceptskapande, marknads- och omvärldsanalys, organisering och resursplanering, platsutveckling samt budgetering och kalkylering.

5. Undervisning och examination

Undervisningen sker i form av föreläsningar, gästföreläsningar, seminarium, övningar, handledning och exkursion. Deltagande i gästföreläsningar och exkursionen är obligatoriskt.

Kursen examineras genom aktivt deltagande i seminarium och övningar, individuellt samt gruppvis författade PM, individuell hemskrivning (moment 1) samt ett projektarbete i grupp som presenteras såväl muntligt som skriftligt (moment 2).

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

6. Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd.

För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen.

För betyget väl godkänd krävs att lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda.

7. Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten fullgjort kursfordringarna för den andra inriktningsspecifika kursen inom kandidatprogrammet i Service Management, Hotel and Restaurant Management.

8. Litteratur

Se bilaga.

9. Övrigt

Kursen ersätter SMKA35 Berättelseskäpande i hotell- och restaurangverksamheter samt SMKB35

Affärsutveckling i upplevelseekonomin.

Undervisningsspråk: Svenska.

Litteraturlista för Affärsutveckling i upplevelseekonomin, (KSMA62) 15 hp

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management
2012-10-16.

Litteraturlistan börjar gälla 2013-01-01.

Boswijk, Albert, Ed Peelen, och Steven Olthof (2012). *Economy of Experiences*. Bilthoven:
European Centre for the Experience and Transformation Economy. [310 sidor, ISBN 978-90-
819220-0-5]

Klofsten, Magnus (2009). *Affärsplattformen: Entreprenören och företagets förstaår: Nu med
idéplattformen*. Stockholm: SNS förlag. [119 sidor, ISBN9789185695744]

Kubr, Thomas, Heinz Marchesi och Daniel Ilar (2005). *Affärsplanering: enhandbok för nya
tillväxtföretag*. [289 sidor, ISBN 9789170920424]

Strannegård, Maria (2009). *Hotell speciell*. Malmö: Liber [263 sidor, 9789147088362]

Thufvesson, Ola (2009). *Platsutveckling*. Plattformen, Helsingborgs stad. [143 sidor,
ISBN9789185663033]

Artikelkompendium ej överstigande 400 sidor tillkommer, bestående av texter som behandlar
upplevelseekonomin, stadslandskap, affärsutveckling och värdeskapande samt sensoriska och estetiska
dimensioner av måltiden. Vidare tillkommer material för övningar inom kursen om ca 220 sid.

Totalt antal sidor ca 1744.