



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap  
Turismvetenskap

# Kursplan

## Företagande inom turism

<b>Kurskod:</b>	TVGT42
<b>Kursens benämning:</b>	Företagande inom turism <i>Business management in tourism</i>
<b>Högskolepoäng:</b>	7.5
<b>Utbildningsnivå:</b>	Grundnivå
<b>Successiv fördjupning:</b>	Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (G2F)

**Huvudområde:**  
TRU (Turismvetenskap)

### Beslut om fastställande

Kursplanen är fastställd av Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap 2019-09-03 och gäller från vårterminen 2020 vid Karlstads universitet.

### Behörighetskrav

50 hp inom Turismprogrammet (SGTUR).

### Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

Kunskap och förståelse

- beskriva grundläggande ekonomisk-geografiska begrepp, teorier och metoder,
- redogöra för företagandets betydelse och villkor i utvecklingen av turismdestinationer,
- redogöra för turistföretags lokaliseringsmönster,

Färdighet och förmåga:

- producera en affärsplan för ett turistföretag,

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

- analysera den lokala och regionala miljöns betydelse för turistföretags konkurrenskraft och  
- definiera och kritiskt reflektera kring lokalisering och plats-specifika förutsättningar för företagande och näringslivsutveckling inom turism.

### **Innehåll**

I kursen presenteras grundläggande perspektiv och teoribildningar på företagande inom turism. I huvudsak tar kursen utgångspunkt i ekonomisk geografi som studerar hur ekonomiska aktiviteter utveckling påverkas och påverkas av den samhälleliga omgivningen. Särskilt betonas hur avstånd/närhet (fysiskt, institutionellt, kulturellt) påverkar samspelet mellan företag och platser, liksom mer allmänt hur olika geografiska egenskaper (läge, resurser, befolkningssammansättning, institutioner) påverkar ekonomisk utveckling, destinationsutveckling och företagande.

Kursen behandlar också grundläggande perspektiv på olika samband mellan ett företags affärsmodell och lokaliseringsval. Under kursen ges en översikt över teorier om affärsplaner, affärsmodeller och företagslokalisering. Här presenteras klassisk lokaliseringsteori såväl som nyare perspektiv på agglomerationsfördelar, nätverk, kluster och entreprenörskap. Metoder för att analysera ekonomiska verksamheters lokalisering, dimensionering och marknadsförhållanden behandlas, i form av tillämpningsövningar. Under kursen tränas studenten i praktiska lokaliseringsövningar och utveckling av affärsplaner för företag inom turism.

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Se separat dokument.

### **Examination**

Kursens mål examineras genom en salstentamen, aktivt deltagande vid litteratureseminarium och en gruppuppgift som presenteras muntligt och skriftligt.

Om studenten har ett beslut från Karlstads universitet om särskilt pedagogiskt stöd på grund av dokumenterad funktionsnedsättning har examinator rätt att ge studenten en anpassad examination eller att låta studenten genomföra examinationen på ett alternativt sätt.

### **Betyg**

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

### **Kvalitetsuppföljning**

Under och efter kursen sker en uppföljning av måluppfyllelse och förutsättningar för lärande i kursen. Dess främsta syfte är att bidra till förbättringar. Studenternas erfarenheter och synpunkter är ett av underlagen för granskningen, och inhämtas i enlighet med gällande regelverk. Studenterna informeras om resultaten och eventuella beslut om åtgärder.

### **Kursbevis**

Kursbevis utfärdas på begäran.

### **Övrigt**

Gällande regler för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Karlstads universitet reglerar studenters och anställdas skyldigheter och rättigheter.