

Valgfagskatalog til
Professionsbachelor i
Leisure Management

- Gældende for ÅRGANG 2017 (mr2017s)
(ordinært udbud)

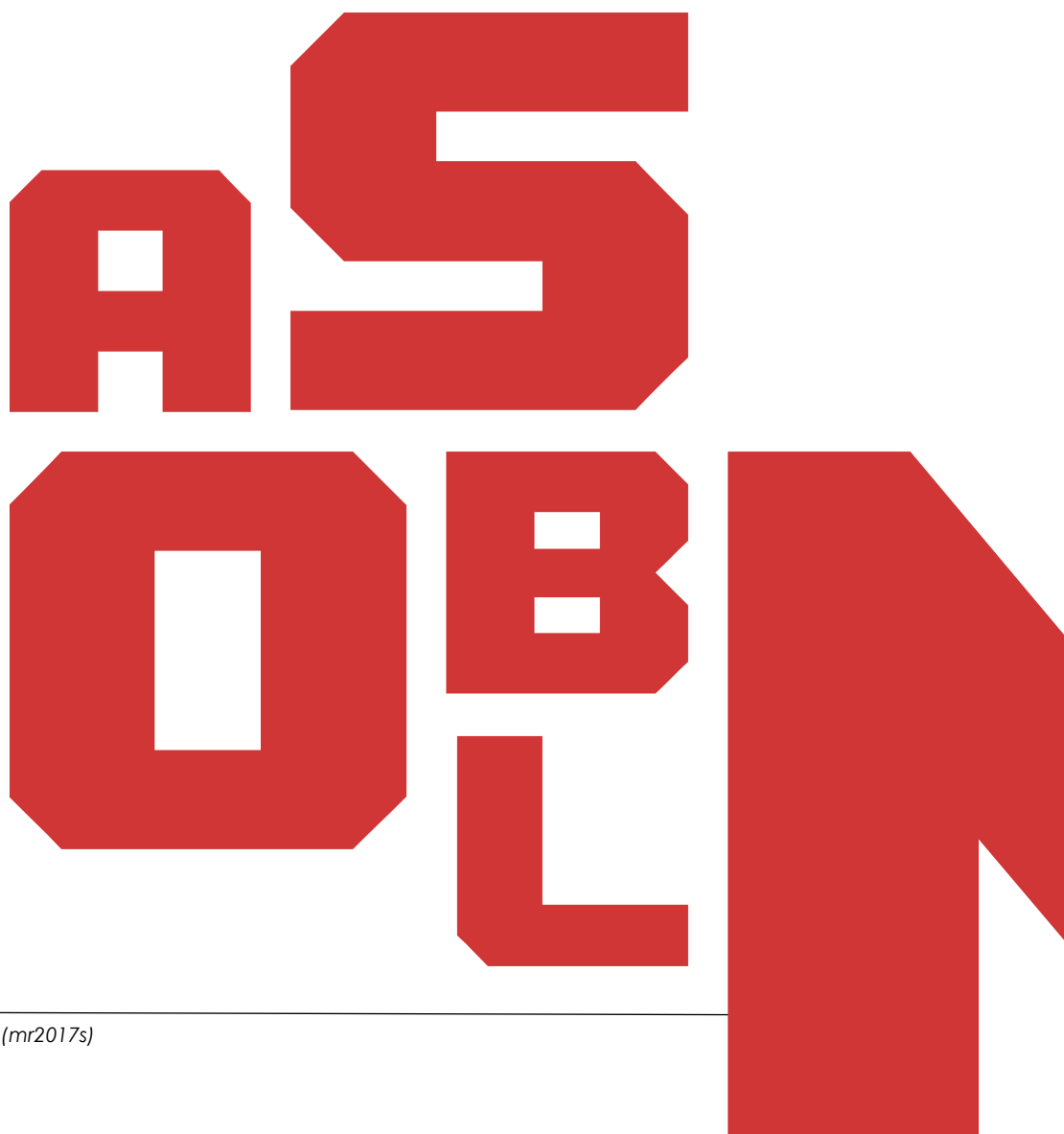


Kære Leisure Management studerende,

Er du påbegyndt Leisure Management uddannelsen den 1. september 2017, skal du i løbet af dit studie tage valgfag svarende til 20 ECTS-point. I dette katalog præsenteres en oversigt over uddannelsens valgfag samt øvrig information, som er vigtig for dig, når du skal vælge dine valgfag.

Du vil blive tilbudt rådgivning og vejledning om muligheder for sammensætning af valgfag med blik for din ønskede faglige profil og arbejdsmarkedets behov.

Hvis du er i tvivl om, hvilke valgfag du skal vælge i forhold til dine karriereønsker, er du altid velkommen til at drøfte dette med din employability-kordinator.



Indholdsfortegnelse

| | |
|--|-----------|
| Del 1 – RETNINGSLINJE FOR VALGFAG | 4 |
| 1.1 Sprog og prøven | 4 |
| 1.2 Tilmeldingsprocedure og tilmeldingsperioder | 4 |
| 1.3 Særførløb for valgfag på 4. semester | 5 |
| 1.4 Studerende på studieophold på 5. semester | 6 |
| Del 2 – VALGFAGSOVERSIGT | 6 |
| Del 3 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 3. SEMESTER | 7 |
| 3.1. Social Media Marketing / 5 ECTS | 7 |
| 3.2. Visual Communication & Design / 5 ECTS | 8 |
| 3.3. Entrepreneurial Mindset / 5 ECTS | 9 |
| 3.4. Intercultural Communication / 5 ECTS | 10 |
| Del 4 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 4. SEMESTER | 11 |
| 4.1. Experiential Marketing 5 ECTS | 11 |
| 4.2. Experiential Marketing 10 ECTS | 12 |
| 4.3. Digital Marketing 5 ECTS | 13 |
| 4.4. Digital Marketing 10 ECTS | 14 |
| 4.5. Startup Company 5 ECTS | 15 |
| 4.6. Conference & Exhibition Management 5 ECTS | 16 |
| 4.7. Conference & Exhibition Management 10 ECTS | 16 |
| Del 5 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 5. SEMESTER | 17 |
| 5.1. Tourism Management / 10 ECTS | 17 |
| 5.2. Sport Management / 10 ECTS | 18 |
| 5.3. Arts, Festivals and Cultural Management / 10 ECTS | 19 |
| 5.4. Fødevareroplevelse (udbydes kun på dansk) / 10 ECTS | 20 |
| 5.5. Kultur- og fritidsledelse i det offentlige (udbydes kun på dansk) / 10 ECTS | 21 |

Del 1 – RETNINGSLINJE FOR VALGFAG

Er du påbegyndt Leisure Management uddannelsen den 01/09 2017, skal du i løbet af dit studie tage valgfag svarende til 20 ECTS-point. Hvis du følger det normerede studieforløb, er valgfagene fordelt på tre semestre. Du skal vælge:

- 5 ECTS-point på 3. semester (1 valgfag)
- 5 ECTS-point på 4. semester (1 valgfag)
- 10 ECTS-point på 5. semester (1 valgfag)

Når du vælger valgfag, skal du være opmærksom på følgende:

- Alle valgfag bliver løbende justeret, så de matcher udviklingen i leisurebrancherne.
- Valgfagene giver dig mulighed for at tone din uddannelsen inden for uddannelsens kerneområder, så du kan styrke din faglige profil i forhold til dine interesseområder.
- Alle valgfag tilhører blokken "Leisure Management" i studieordningen.
- Vi bestræber os på at oprette et bredt udsnit af valgfag. Antallet af studerende og tilgængeligheden af kvalificerede undervisere er dog afgørende for, om et fag kan udbydes. Valgfag udbydes ikke, hvis antallet af studerende er utilstrækkeligt for at opnå et tilfredsstillende fagligt niveau.
- Kommende udbud af valgfag offentliggøres på vores digitale portal.

1.1 Sprog og prøven

Ifølge uddannelsens studieordning oprettes alle valgfag ved tilstrækkelig søgning og som udgangspunkt på engelsk.

Prøver kan foregå på dansk eller engelsk efter dit ønske.

1.2 Tilmeldingsprocedure og tilmeldingsperioder

Tilmeldingen til valgfag sker elektronisk ved at logge ind på uddannelsens digitale portal i løbet af tilmeldingsperioden. Tilmeldingsprocessen er præciseret i oversigten på næste side. Når tilmeldingsperioden er afsluttet, modtager du besked om, hvilke fag der bliver oprettet.

Hvis et valgfag med deltagerbegrænsning bliver overtegnet, trækker vi lod om pladserne.

Har du ikke fået dit ønskede valgfag, f.eks. på grund af aflysning af faget eller på grund af deltagerbegrænsning på faget, modtager du besked om en ny tilmeldingsrunde.

Hvis du ikke har valgt et valgfag ved første tilmeldingsrunde, skal du gøre det ved anden runde.

| | Tilmeldingsperiode (første tilmeldingsrunde) | Offentliggørelse af de oprettede valgfag | Tilmeldingsperiode (anden tilmeldingsrunde) |
|--------------------------------|---|---|--|
| Valgfag 3. semester | 1.03.18 – 31.03.18 | 30.04.18 | 01.05.18 – 31.05.18 |
| Valgfag 4. semester | 1.09.18 – 30.09.18 | 31.10.18 | 1.11.18 – 30.11.18 |
| Valgfag 5. semester | 1.03.19 – 31.03.19 | 30.04.19 | 01.05.19 – 31.05.19 |

Tilmelding til valgfag er bindende. Dog kan du framelde dig et tilmeldt valgfag i forbindelse med:

- Udvekslingsophold i henhold til reglerne.
- Optagelse som gæstestuderende ved andre uddannelser/uddannelsesinstitutioner i DK.

1.3 Særforløb for valgfag på 4. semester

Som beskrevet i overstående afsnit udgør valgfagene på Leisure Management uddannelsen normalt 5 ECTS på 3. og 4. semester og 10 ECTS på 5. semester. Der imidlertid efter ansøgning om dispensation mulighed for at tage valgfagene på 4. semester som 10 ECTS-fag.

Forskellen mellem et fag på 5 og 10 ECTS på 4. semester består blandt andet i:



Professionsbachelor i Leisure Management

- Udvidede krav til læringsudbytte samt viden, færdigheder og kompetencer for valgfag på 10 ECTS: Kravene til de studerendes læringsudbytte, viden, færdigheder og kompetencer afhænger på valgfagene på 4. semester af, om de tages på 5 eller 10 ECTS. Dette betyder bl.a., at du vil have en mere omfattende udprøvning af dit læringsudbytte ved valgfag på 10 ECTS end på 5 ECTS.
- Et større omfang af arbejdstimer: Et 5 ECTS fag svarer til ca. 137 arbejdstimer, hvor et 10 ECTS fag svarer til 275 arbejdstimer for den enkelte studerende. Hvis du følger valgfagene på 10 ECTS på 4. semester, følger du undervisningen der svarer til 5 ECTS, og du vil derudover skulle deltage i ekstra studieaktiviteter, der samlet svarer til den dobbelte arbejdsbelastning. Disse ekstra studieaktiviteter vil dels bestå af undervisning og vejledning samt dels fremstilling af et større skriftligt produkt.

Hvis du ønsker at tage et valgfag på 4. semester på 10 ECTS, kan du ikke også tage et valgfag på 3. semester, idet du ikke må optjene mere end 20 ECTS valgfag i løbet af uddannelsen.

Hvis du ønsker at tage et fag som 10 ECTS på 4. semester, skal du søge om dispensation hos uddannelseslederen for Leisure Management uddannelsen senest under dit 3. semester.

Deadline for at sende ansøgning om dispensation er den 30. marts.

1.4 Studerende på studieophold på 5. semester

Du kan vælge at gennemføre et eller flere af dine valgfag på en uddannelsesinstitution i udlandet. Hvis du ønsker et studieophold i udlandet, skal du hurtigst muligt kontakte den internationale koordinator på Leisure Management uddannelsen for nærmere information. Du finder kontaktoplysningerne på den digitale platform.

Del 2 – VALGFAGSOVERSIGT

Her er en oversigt over valgfagenes omfang, placering samt angivelse af minimum og maksimum antal studerende på valgfaget:

| 3. SEMESTER | | | |
|-------------------------------|--------|---------|----------------------|
| FAG | OMFANG | SPROG | MIN./MAKS. DELTAGERE |
| Social Media Marketing | 5 ECTS | Engelsk | 25/75 |
| Visual Communication & Design | 5 ECTS | Engelsk | 25/75 |
| Entrepreneurial Mindset | 5 ECTS | Engelsk | 15/75 |
| Intercultural Communication | 5 ECTS | Engelsk | 25/120 |

| 4. SEMESTER | | | |
|--|------------------|---------|----------------------|
| FAG | OMFANG | SPROG | MIN./MAKS. DELTAGERE |
| Experiential Marketing | 5 ECTS / 10 ECTS | Engelsk | 25/75 |
| Digital Marketing | 5 ECTS / 10 ECTS | Engelsk | 25/75 |
| Startup Company | 5 ECTS | Engelsk | 5/75 |
| Conference & Exhibition Management | 5 ECTS / 10 ECTS | Engelsk | 25/75 |
| 5. SEMESTER | | | |
| FAG | OMFANG | SPROG | MIN./MAKS. DELTAGERE |
| Tourism Management | 10 ECTS | Engelsk | 20/75 |
| Sport Management | 10 ECTS | Engelsk | 20/75 |
| Arts, Festivals and Cultural Management | 10 ECTS | Engelsk | 20/75 |
| Fødevareroplevelser | 10 ECTS | Dansk | 20/75 |
| Kultur- og fritidsledelse i det offentlige | 10 ECTS | Dansk | 20/75 |

Del 3 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 3. SEMESTER

3.1. Social Media Marketing / 5 ECTS

Sociale medier har på kort tid ændret kommunikationsformer, det sociale liv og dermed også forretningsmuligheder i leisurebrancherne. Der eksisterer næppe en virksomhed i dag i den vestlige verden, der ikke har etableret sig på et eller flere sociale medier. Sociale medier benyttes til en lang række formål, såsom virksomhedskommunikation, corporate kommunikation, rekruttering, kundeservice og markedsføring. De fleste er som privatpersoner bekendt med de forskellige platforme for sociale medier, men i marketingsregi byder de forskellige sociale medier også hver især på muligheder og udfordringer, som en leisure manager i dag bør kende til.

FAGINDHOLD: Introduktion til nyere teorier og begreber inden for social media marketing, hvor hovedvægten vil ligge på virksomhedscases inden for leisurebrancherne. Vi vil gennemgå de væsentligste og mest populære sociale medieplatforme. Derudover diskuterer vi sociale medieplatformes forskellighed og dynamikker samt strategier for brug af sociale medier.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om de væsentligste nyere teorier og begreber, der omhandler sociale medier.■ Har viden om de markedsføringsmuligheder, social medier tilbyder leisurevirksomhederne.■ Har viden om samspillet mellem social medier, platforme og forbrugeradfærd. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selv skabe relevant indhold til udvalgte sociale medier på et elementært niveau.■ Kan som et led i en bredere marketingsstrategi reflektere over sociale mediers rolle for organisationer og virksomheder i leisurebrancherne og over, hvordan sociale medier kan supplere traditionelle markedsføringsaktiviteter.■ Kan kritisk vurdere brug af og begrænsninger ved sociale medier i relation til marketing. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere behovet, planlægge og vedligeholde aktiviteter på sociale medier for en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.■ Kan indtænke og præsentere strategier for brugen af sociale medier i organisationernes øvrige strategier, herunder formulere politikker og retningslinjer for medarbejdernes online-adfærd og brug af social medier i leisurebrancherne. |

3.2. Visual Communication & Design / 5 ECTS

Det er vigtigt at skabe et stilsikkert og funktionelt udtryk i virksomhedens grafiske design, som understøtter budskabet og skaber opmærksomhed. Små og mellemstore leisurevirksomheder har sjældent ressourcer til at betale for et eksternt bureau til at udføre det grafiske arbejde, og som leisure manager skal du tit selv stå for design af forskellige materialer. I dette fag vil du tilegne dig viden om og kompetencer til at udarbejde fængende grafiske designs uden at være afhængig af et eksternt bureau eller en grafiker til at hjælpe med de kreative idéer.

FAGINDHOLD: Faget introducerer til basal grafisk design og opsætning af simple tryksager. Der er fokus på relevante programmer, hvor du får kendskab til, hvorledes man laver spændende grafiske designs - fra annoncer til præsentationer, plakater, flyers og websites. Der introduceres til grafisk design, typografi, farver, fotografier og grafik, layout og komposition, tryk og web.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS



PRØVEFORM: Skriftlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har basisviden om grafisk design og anvendelsen af dette i kommunikationssammenhænge for virksomheder i leisurebrancherne.■ Har basisviden om forskellige metoder inden for grafisk design og kommunikation. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan vurdere og anvende centrale metoder til idé- og konceptudvikling samt brugercentreret design.■ Kan vurdere og anvende centrale principper for grafisk design, både digitalt og trykt. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan håndtere og integrere grafiske udtryk på forskellige digitale og ikke digitale platforme.■ Kan tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer inden for grafisk design og kommunikation i relation til organisationer i leisurebrancherne. |

3.3. Entrepreneurial Mindset / 5 ECTS

Hvordan starter, driver og vækster du en forretning - eller hvordan spotter og udvikler du nye forretningsområder i en allerede etableret leisurevirksomhed? I dette fag lærer du at anvende centrale teorier og begreber inden for entreprenørskab og innovativ forretningsudvikling. Samtidig opnår du en praksisbaseret viden ved at arbejde med konkrete cases. Det betyder, at du bliver en attraktiv spiller på jobmarkedet i leisurebrancherne, der er kendetegnet af mange mindre virksomheder, hyppig udvikling af nye forretningskoncepter og en stor efterspørgsel på det entreprenante mindset. Vi arbejder både med entreprenørskab (start af egen virksomhed) og intraprenørskab (hvor du som medarbejder udvikler forretningspotentialerne i en allerede etableret virksomhed). Det er derfor ikke nødvendigt at have iværksætterdrømme eller en konkret forretningsidé for at tage dette fag.

FAGINDHOLD: Fagets hovedfokus er at give dig en grundlæggende viden om, hvordan der kan skabes nye forretningsmuligheder i etablerede og nystartede virksomheder samt give dig basale færdigheder i at kunne vurdere konkrete forretningsmuligheder. Endvidere har vi fokus på udvikling af det "entreprenante mindset", værktøjer til opdagelses-, idégenererings- og udviklingsfasen etc.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS.

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om betydningen af entrepreneurship, intrapreneurship, iværksætter- og selvstændighedskultur.■ Har viden om iværksætterens rolle, vilkår og personlige egenskaber■ Har viden om centrale teoretiske begreber og processer inden for forretningsudvikling. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan indhente relevante sekundære data i forbindelse med gennemførelse af analyser samt bearbejde og præsentere disse på en relevant måde.■ Kan foretage en analyse af en forretningsidé: Vurdering af om der er grundlag for at realisere en forretningsidé, herunder bedst mulige kommercialiseringsform, markedspotentiale og forretningsmodel. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan sælge et projekt eller en forretningsidé over for forskellige målgrupper på en klar, kort og tydelig måde■ Kan arbejde strategisk og metodisk med idégenerering, produktudvikling, processer og omsætning af trendspotting til kommercielt løsninger. |

3.4. Intercultural Communication / 5 ECTS

Faget introducerer skæringspunktet for emnerne kultur og ledelse som emne i teori og driftspraksis. Med udgangspunkt i det forhold, at globaliseringen har påvirket både organisatoriske anliggender og relationer mellem forbrugere og producenter, omhandler faget både interkulturelle anliggender i organisationer (interkulturel ledelse) og interkulturelle anliggender i relationerne mellem forbrugere og producenter (multikulturelle markeder og interkulturelle servicetilbud).

FAGINDHOLD: Faget indeholder følgende emner som begrebet kultur – hinsides "os-dem"-forenklinger, globalisering, samspillet mellem virksomhedspraksis og kultur, intra-organisatoriske anliggender i multikulturelle organisationer, inter-organisatoriske anliggender i multikulturelle forretningsmiljøer, interkulturelle anliggender og udfordringer ved multikulturelle markedsaktiviteter og Interkulturelle anliggender og udfordringer ved multikulturelle servicetilbud.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS.

PRØVEFORM: Individuel skriftlig projekt (maks. 7 sider).

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Interkulturelle anliggender i en organisatorisk kontekst i forhold til samspillet mellem virksomhedspraksis og kultur.■ Interkulturelle anliggender i en organisatorisk kontekst, i forhold til intra-organisatoriske anliggender i multikulturelle organisationer. |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Interkulturelle anliggender i en organisatorisk kontekst, i forhold til inter-organisatoriske anliggender i multikulturelle forretningsmiljøer.■ Interkulturelle anliggender i forhold til relationer mellem forbrugere og producenter i forbindelse med multikulturelle markedsaktiviteter.■ Interkulturelle anliggender i forhold til relationer mellem forbrugere og producenter i forbindelse med udfordringer ved multikulturelle servicetilbud.■ Globalisering og kultur. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Anvende analyse- og klassifikationsværktøjer som præsenteret i faget.■ Anvende begrebet kultur med både analytiske og driftsmæssige formål.■ Indarbejde anliggender, der handler om kultur, i analysen af organisationer, virksomhedspraksis og markeder. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Udføre og forstå analyser af anliggender, der omhandler globalisering og interkulturel kommunikation.■ Analytisk anvende begrebet kultur ud over dets elementære beskrivende brug.■ Forstå og agere på interkulturelle anliggender i en organisatorisk kontekst, både hvad angår organisationskultur, multikulturelle organisationer og interkulturel virksomhedskommunikation.■ Forstå og agere på anliggender, der handler om forbruger-producent-forhold i forbindelse med udfordringerne ved interkulturelle servicetilbud. |

Del 4 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 4. SEMESTER

4.1. Experiential Marketing 5 ECTS

Oplevelser, f.eks. i form af events, indgår i dag i mange virksomheders markedsføring - ofte på en måde, hvor det er svært at skelne mellem oplevelsen og markedsføringen. Faget Experiential Marketing præsenterer en række emner, der giver dig viden om teoretiske og praktiske aspekter af oplevelsesbaseret markedsføring generelt og i leisurebrancherne i særdeleshed. I løbet af faget får du indsigt i teorier og metoder til oplevelsesbaseret markedsføring, der kan positionere en organisation eller virksomhed over for forskellige målgrupper.

FAGINDHOLD: Introduktion til anvendt oplevelsesbaseret markedsføring, nye vækstøkonomier, imagineering, integrering af oplevelsesbaseret markedsføring med resten af markedsføringsmikset, oplevelsesbaseret markedsføring, indflydelse på opbygning af brands, måling af resultater.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.



| LÆRINGSUDBYTTE | |
|---|--|
| VIDEN | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Har viden om sammenhængen mellem begreber som traditionel markedsføring og oplevelsesbaseret markedsføring. ■ Har viden om og kan undersøge de praktiske aspekter ved udvikling og levering af Live Brand Experiences. ■ Har viden om hvordan man evaluerer forskellige mediekkanaler og vurderer, hvornår man kan bruge dem i leisurebrancherne. | |
| FÆRDIGHEDER | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Kan drøfte betydningen af rollen af oplevelsesbaseret markedsføring i leisurebrancherne. ■ Kan vurdere moderne markedsføringsteorier. | |
| KOMPETENCER | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Kan vurdere casestudier inden for oplevelsesbaseret markedsføringsstrategi, formulere og kommunikere oplevelsesbaserede markedsføringsløsninger. ■ Kan reflektere over teoretiske begreber for oplevelsesbaseret markedsføring. | |

4.2. Experiential Marketing 10 ECTS

Oplevelser, fx i form af events, indgår i dag i mange virksomheders markedsføring - ofte på en måde, hvor det er svært at skelne mellem oplevelsen og markedsføringen. Faget Experiential Marketing præsenterer en række emner, der giver dig viden om teoretiske og praktiske aspekter af oplevelsesbaseret markedsføring generelt og i leisurebrancherne i særdeleshed. I løbet af faget får du indsigt i teorier og metoder til oplevelsesbaseret markedsføring, der kan positionere en organisation eller virksomhed over for forskellige målgrupper.

FAGINDHOLD: Introduktion til anvendt oplevelsesbaseret markedsføring, nye vækstøkonomier, imagineering, integrering af oplevelsesbaseret markedsføring med resten af markedsføringsmikset, oplevelsesbaseret markedsføring, indflydelse på opbygning af brands, måling af resultater.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Individuel mundlig prøve på baggrund af et projekt baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om sammenhængen mellem begreber som traditionel markedsføring og oplevelsesbaseret markedsføring.■ Har viden om og kan undersøge de praktiske aspekter ved udvikling og levering af Live Brand Experiences.■ Har viden om hvordan man evaluerer forskellige mediekkanaler og vurderer, hvornår man kan bruge dem i leisurebrancherne. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan kritisk drøfte betydningen af rollen af oplevelsesbaseret markedsføring i leisurebrancherne.■ Kan vurdere moderne markedsføringsteorier og forklare idéen om ny vækstøkonomi i relation til leisurebrancherne. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan kritisk vurdere casestudier inden for oplevelsesbaseret markedsføringsstrategi, formulere og kommunikere oplevelsesbaserede markedsføringsløsninger.■ Kan reflektere over teoretiske begreber for oplevelsesbaseret markedsføring.■ Kan demonstrere kompetencer i udarbejdelse af en oplevelsesbaseret markedsføringskampagne for organisationer i leisurebrancherne.■ Kan arbejde med Experiential marketing på et strategiskniveau. |

4.3. Digital Marketing 5 ECTS

Den igangværende digitalisering af vores hverdag har inden for de seneste år markant ændret måden og midlerne, virksomheder i leisurebrancherne bedriver markedsføring på og med. Digital markedsføring handler blandt andet om nye kanaler og medier, der er til rådighed, men også om, at budskaberne skal leveres med øget hastighed, at resultaterne i stigende grad skal være målbare og om en grundlæggende forandret relation til kunderne. Hvor man tidligere i leisurebrancherne har markedsført til kunderne, markedsfører man i dag i stigende grad med kunderne.

FAGINDHOLD: I faget Digital marketing bygger vi videre på de fag, som er inkluderet i den obligatoriske del af uddannelsens under markedsføringsblokken. Faget vil indholde emner som digital strategi, optimering af søgeord, AdWords, markedsføring via søgemaskiner, forbrugeradfærd på nettet, sociale medier etc.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om centrale digitale marketingbegreber for leisurevirksomheder.■ Har viden om centrale primære og sekundære datakilder, der kan indgå i arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af digital markedsføring for leisurevirksomheder. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til leisurevirksomheders praksis.■ Kan opstille mål og anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digitale markedsføringskampagner og -aktiviteter.■ Kan forbinde den digitale markedsføringsstrategi og -aktiviteter med mere traditionelle markedsføringsinitiativer. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere og planlægge opgaver i forbindelse med digital markedsføring for virksomheder inden for leisurebrancherne.■ Kan håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter. |

4.4. Digital Marketing 10 ECTS

Den igangværende digitalisering af vores hverdag har inden for de seneste år markant ændret måden og midlerne, virksomheder i leisurebrancherne bedriver markedsføring på og med. Digital markedsføring handler blandt andet om nye kanaler og medier, der er til rådighed, men også om, at budskaberne skal leveres med øget hastighed, at resultaterne i stigende grad skal være målbare og om en grundlæggende forandret relation til kunderne. Hvor man tidligere i leisurebrancherne har markedsført til kunderne, markedsfører man i dag i stigende grad med kunderne.

FAGINDHOLD: I faget digital marketing bygger vi videre på de fag, som er inkluderet i den obligatoriske del af uddannelsens under markedsføringsblokken. Faget vil indholde emner som digital strategi, optimering af søgeord, AdWords, markedsføring via søgemaskiner, forbrugeradfærd på nettet, sociale medier etc.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Individuel mundlig prøve på baggrund af et projekt baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om centrale digitale marketingbegreber for leisurevirksomheder.■ Har viden om centrale primære og sekundære datakilder, der kan indgå i arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af digital markedsføring for leisurevirksomheder.■ Har viden om den digitale marketingsstrategis betydning og relevans for virksomheder indenfor leisurebrancherne. |

| FÆRDIGHEDER |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til leisurevirksomheders praksis.■ Kan opstille mål og anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digitale markedsføringskampagner og -aktiviteter.■ Kan forbinde den digitale markedsføringsstrategi og -aktiviteter med mere traditionelle markedsføringsinitiativer. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring for virksomheder inden for leisurebrancherne.■ Kan håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter.■ Kan vurdere og selektere mellem digitale alternativer med henblik på at optimere udbyttet og sikre synergieffekter.■ Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats. |

4.5. Startup Company 5 ECTS

Går du med tanker om at starte egen virksomhed, eller ejer du en nyetableret virksomhed? Med udgangspunkt i netop din idé får du her konkrete værktøjer til at sætte skub i din forretning og nå dine mål. Du arbejder konkret med markedsanalyse, forretnings- og produktudvikling og bliver i stand til at gennemføre en analyse af din virksomheds rentabilitet og bæredygtighed.

FAGINDHOLD: Du opnår viden om forskellige forretningsmodeller, og hvad etablering af en virksomhed kræver. Etablering af netværk, markedsføring, sociale medier, finansiering, jura, budgetlægning og risikostyring er blot nogle af de fagområder, du skal beskæftige dig med under forløbet.

Deltagelse er baseret på, at du har en forretningsidé eller en nystartet virksomhed inden for leisureområdet.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS

PRØVEFORM: Individuel mundlig prøve på baggrund af et projekt baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne eller egen forretningsidé.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om etableringsprocessen for en ny virksomhed. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed.■ Kan identificere og vurdere finansierungsbehov og muligheder. |
| KOMPETENCER |

- Kan opstille en forretningsplan for en forretningsidé og kunne argumentere for til- og fravalg af elementer i forretningsplanen.
- Kan argumentere for mest hensigtsmæssige kommericaliseringsform.
- Kan på baggrund af forretningsidéen udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan.

4.6. Conference & Exhibition Management 5 ECTS

I de senere år har den globale turisme haft en solid vækst, og en af de hurtigst voksende sektorer inden for turisme er MICE-turismen (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition). Denne turistform forbindes overvejende med forretningsrejser og er spændende set ud fra et økonomisk perspektiv, idet MICE-gæster bruge flere penge end almindelige feriegæster. Dette gør det meget interessant for mange virksomheder og destinationer at rette blikket mod netop denne rejseform.

FAGINDHOLD: De specifikke aspekter ved møder, incitament, konference og arrangementer (MICE) vil blive drøftet, herunder konsekvenser for turismeudvikling, konferencemarkedsføring, styring af møder og konferencer, økonomisk styring, risk analysis, og tendenser i branchen. De studerende vil også inviteres til kritisk at reflektere over, hvordan destinationer gør brug af MICE som udviklingsplatform.

STUDIEVÆGT: 5 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om de væsentligste begreber der omhandler MICE-turisme.■ Har viden om og forståelse for udviklingen og aktuelle tendenser inden for MICE-turisme.■ Har forståelse for ledelsesprocesserne i forbindelse med MICE-turisme. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan anvende relevante teorier, modeller og værktøj i udvikling af MICE-turismen.■ Har opnået specifik indsigt i ledelsesprocesserne forbundet med MICE. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere og planlægge konferencer og arrangementer.■ Har analytiske kompetencer indenfor MICE-turismen og kan bruge disse innovativt. |

4.7. Conference & Exhibition Management 10 ECTS

I de senere år har den globale turisme haft en solid vækst, og en af de hurtigst voksende sektorer inden for turisme er MICE-turismen (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition). Denne turistform forbindes overvejende med forretningsrejser og er spændende set ud fra et økonomisk perspektiv, idet MICE-gæster bruge flere penge end almindelige feriegæster. Dette gør det meget interessant for mange virksomheder og destinationer at rette blikket mod netop denne rejseform.

Professionsbachelor i Leisure Management

FAGINDHOLD: De specifikke aspekter ved møder, incitament, konference og arrangementer (MICE) vil blive drøftet, herunder konsekvenser for turismeudvikling, konferencemarkedsføring, styring af møder og konferencer, økonomisk styring, risk analysis, og tendenser i branchen. De studerende vil også inviteres til kritisk at reflektere over, hvordan destinationer gør brug af MICE som udviklingsplatform.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Individuel mundlig prøve på baggrund af et projekt baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om de væsentligste begreber der omhandler MICE-turisme.■ Har viden om og forståelse for udviklingen og aktuelle tendenser inden for MICE-turisme.■ Har viden om social og økonomisk indvirkning genereret af MICE-turisme.■ Har forståelse for ledelsesprocesserne i forbindelse med MICE-turisme. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan anvende relevante teorier, modeller og værktøj i udvikling af MICE-turismen.■ Har opnået specifik indsigt i og kan reflektere over de ledelsesprocesserne forbundet med MICE. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere og planlægge konference og arrangementer.■ Har analytiske kompetencer indenfor MICE-turismen og kan bruge disse innovativt i planlægning og udførelse af konferencer.■ Kan reflektere over MICEs rolle for udvikling af en destination. |

Del 5 – BESKRIVELSE AF VALGFAG PÅ 5. SEMESTER

5.1. Tourism Management / 10 ECTS

Turisme er en verdensomspændende industri, som fortsat spiller en vigtig rolle i både rige nationer og udviklingsøkonomier. Turisme er også et erhverv, som Danmark lever af og i endnu højere grad skal leve af i fremtiden. Derfor er det vigtigt som leisure manager at se nærmere på denne sektor, og hvad den kræver af ledelseskompetencer. Faget bygger på den viden, der er opnået i de foregående fag, hvor emnet turisme har været behandlet, og målet er at uddybe din viden om turismeindustrien.

FAGINDHOLD: Gennem hele faget fremhæves og drøftes forskelle og ligheder mellem turismeindustrien og andre industrier. Når faget er gennemført, har du opnået en solid viden om moderne ledermæssige teamer i turismeindustrien samt en indgående forståelse af de underliggende karaktertræk i industrien. Der er fokus på at skabe en helhedsorienteret forståelse for det samarbejde og de transaktioner, der foregår mellem turismeaktører.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en synopsis baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|--|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har grundlæggende viden om turismebegreber og den moderne turismeindustri.■ Har viden om hovedaspekter i turisme set fra en forbrugsvinkel og en produktionsvinkel.■ Har viden om sammenhængene mellem forskellige former for turisme.■ Har dybdegående viden om hvilke ydelser forskellige organisationer og virksomheder tilbyder inden for turismeindustrien. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan kompetent identificere og håndtere trends og tendenser inden for de forskellige former for turisme.■ Kan anvende og vurdere begreberne incoming og outgoing turisme.■ Kan vurdere og anvende turismeplanlægningsprincipper i virksomheder og organisationer samt på destinationer.■ Kan forstå og beskrive det socioøkonomiske og sociodemografiske fundament i fremtidig markedsudvikling i turisme, indenlandsk såvel som internationalt. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan kritisk vurdere kvaliteten af virksomheds- og markedsprognoser i turismeindustrien.■ Kan integrere viden om markeder, segmenter og impacts i strategiske beslutninger.■ Kan integrere viden om faktisk turismeadfærd i design og produktion af turismeservices, herunder kritisk vurdering af nuværende og fremtidige mønstre for turismeefterspørgsel. |

5.2. Sport Management / 10 ECTS

Sport handler ikke bare om at vinde – det handler også om at drive en sund forretning. Med dette fag kan du kombinere din interesse for sport med at opnå kvalifikationer, der sikrer, at du kan varetage store sportsarrangementer, lede medarbejdere og samtidig holde styr på økonomien. Faget er baseret på fagområdets teori og bygger derfor på et naturligt samspil med uddannelsens obligatoriske fagområder. Faget vil introducere dig til den praktiske side af sport management gennem bl.a. besøg af sportsvirksomheder. Vi vil derfor tage udgangspunkt i cases fra sportsvirksomheder og introducere til de særlige jobfunktioner, som leisure manageren kan komme til at arbejde med inden for sportsområdet.

FAGINDHOLD: Formålet med faget er at introducere til og give dig en forståelse af Sport Management; de specielle karaktertræk ved sportsorganisationer og de opgaver, man som leisure manager kan stå overfor ved drift og udvikling af sportsorganisationer. Dette betyder, at vi vil drøfte følgende emner: Sportshistorie, strategisk sport management, sportsindustrien, sports marketing, sportsøkonomi, medierne og sporten, fundraising, trends og tendenser inden for moderne sports management, HR og talent management, strukturen i sportsindustrien, etik og doping, lovgivning indenfor sport, sport og forbruger/fan, internationalisering og globalisering i sporten.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

Professionsbachelor i Leisure Management

PRØVEFORM: Individuel mundtlig prøve (30 minutter) med 30 minutters forberedelse. Den studerende trækker et spørgsmål/case, som han/hun har 30 min. forberedelse til at løse. Alle hjælpemidler er tilladt.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om de specielle karaktertræk for sportsindustrien og sportsorganisationer.■ Har viden om og forståelse for sportsorganisationer i praksis. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har opnået specifik indsigt i og kan reflektere over strategisk sports management, organisatorisk struktur og kultur i sportsvirksomheder.■ Kan kritisk reflektere og rådgive om praktiske fordele og ulemper ved at gøre brug af en bestemt ledelse, rekruttering, budgettering og salgsmetode (strategi) i bestemte situationer. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan demonstrere et teoretisk kendskab til fagområdet Sport Management og kunne redegøre for de centrale teorier og begreber.■ Kan demonstrere hvordan teorier og begreber anvendes i praksis og kunne give konkrete eksempler på dette. |

5.3. Arts, Festivals and Cultural Management / 10 ECTS

Kulturelle organisationer og festivaler er i en periode med grundlæggende, gennemgribende og langsigtede forandringer. Ledere skal håndtere en række dramatiske, ofte modstridende krav og udfordringer som f.eks. den komplicerede balanceakt mellem offentlig støtte, indtægtsdækket virksomhed, politiske bestyrelser, brancheinteresser, brugere, brandmænd, ildsjæle og primadonnaer. Dette fører til en situation, hvor der er behov for ledere med mere holistiske og integrerede perspektiver vedrørende ledelsen af kulturelle organisationer og de politiske, økonomiske, sociale og miljømæssige forhold, de befinder sig i.

FAGINDHOLD: I faget gennemgås de dele af leisurebrancherne, som har med kunst og kultur at gøre. Hermed menes blandt andet scenekunst, museer og kulturarvsattraktioner, men også kunst og kulturarvs betydning inden for turisme, hospitality og events vil blive analyseret. Vi vil beskæftige os med kulturarvsoplevelser, arts management, performative kunstoplevelser, kommunikation og marketing i kunst- og kulturarvsoplevelser, kulturturisme etc.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en synopsis baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har overblikket over markedet og de specielle karaktertræk for festival-, kunst- og kulturarvsoplevelser.■ Har viden om og forståelse for festivaller og kunst- og kulturorganisationer i praksis. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan anvende arbejdsmetoder, der i særlig grad knytter sig til ledelse i organisationer inden for festivaller, kunst og kultur.■ Kan operere i festival-, kunst- og kulturarvsattraktioners organisation og marked.■ Kan bruge kunst- og kulturarv som inspiration i oplevelsesudvikling i andre leisurebrancher.■ Kan benytte sig af best practice og effektive virkemidler i oplevelsesudvikling af kunst og kulturarv. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan analysere den effekt en festival eller en kunst- og kulturoplevelse har på brugerne.■ Kan agere i markedet for festival-, kunst- og kulturoplevelser – herunder kunne differentiere og udvikle kunst- og kulturoplevelser fordelagtigt i forhold til markedets konkurrence.■ Have forståelse for de påvirkninger kunst- og kulturoplevelser har i andre leisurebrancher, og kan bruge denne forståelse strategisk. |

5.4. Fødevareroplevelse (udbydes kun på dansk) / 10 ECTS

Det har aldrig været sjovere og mere inspirerende at gå ud at spise eller købe fødevarer, end det er nu. Vi har fået en ny madkultur, og madoplevelser er blevet et vigtigt felt indenfor leisureområdet hospitality. Oplevelser med udgangspunkt i føde- og drikkevarer er i dag drivkraft i en økonomisk udvikling. I dag spiller madoplevelser en særlig rolle i branding og markedsføring af destinationer. I faget gennemgås forskellige aspekter af fødevarer og oplevelser set fra forbrugersiden, samt aspekter som den fysiske ramme og innovation af madoplevelser. Forskellige empiriske eksempler vil blive studeret ud fra et oplevelsesperspektiv.

FAGINDHOLD: Forstå og analysere madoplevelser, madoplevelsers rolle som branding og markedsføring af destinationer, madoplevelser set fra forbrugersiden, innovation i madoplevelser, madoplevelsens fysiske ramme fra restauranter og madfestivaller til gastroturisme og gårdbutikker.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en synopsis baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har viden om hvilke typer af madoplevelser, som eksisterer, og hvad der karakteriserer dem og deres historiske udvikling.■ Har viden om madoplevelsers rolle som branding og markedsføring af destinationer.■ Har viden om hvordan madoplevelser skabes og virker på forbrugerne. |
| FÆRDIGHEDER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan vurdere forskellige typer af madoplevelser.■ Har opnået specifik indsigt i og kan reflektere over forskellige madoplevelsers betydning i destinationsudvikling.■ Kan anvende relevante teorier og modeller i analysen af madoplevelser. |
| KOMPETENCER |
| <ul style="list-style-type: none">■ Kan selvstændigt analysere og planlægge madsoplevelser.■ Har analytiske kompetencer inden for madoplevelser og kan bruge disse innovativt.■ Kan reflektere over teoretiske begreber for madoplevelser i destinationsudvikling. |

5.5. Kultur- og fritidsledelse i det offentlige (udbydes kun på dansk) / 10 ECTS

Den offentlige sektor spiller i Danmark en vigtig rolle som skaber og medskaber af leisureaktiviteter - fra begivenheder inden for sport og kultur til udvikling af turisme og attraktioner. Dette gælder især for kommunerne, der f.eks. driver biblioteker og idrætsanlæg, forvalter de love som sætter rammerne for den lokale erhvervsudvikling, og som søger at brande sig gennem lokale events. Faget er målrettet den særlige viden, færdigheder og kompetencer, som en leisure manager i det offentlige har brug for i en dansk kontekst.

FAGINDHOLD: Den offentlige sektors rolle i forhold til leisureaktiviteter i Danmark, drift og udvikling af kommunale leisureaktiviteter, lovgivning og forvaltning på leisureområdet, samspil mellem offentlige organisationer og private og frivillige aktører samt branding af kommuner gennem leisureaktiviteter.

STUDIEVÆGT: 10 ECTS

PRØVEFORM: Mundtlig individuel eller gruppeprøve (maks. 3 studerende) på baggrund af en synopsis baseret på en konkret case fra en organisation eller virksomhed i leisurebrancherne.

BEDØMMELSE: Ekstern censur.

| LÆRINGSUDBYTTE |
|---|
| VIDEN |
| <ul style="list-style-type: none">■ Har dyberegående viden om hvilke opgaver den offentlige sektor varetager i forhold til produktionen af leisureaktiviteter, herunder forvaltning af centrale love og regler. |

- Har viden om kommunernes organisering i forhold til produktionen af lokale leisureaktiviteter samt viden om de tilknyttede jobfunktioner, som kan varetages af leisure managers.
- Har viden om hvordan kommuner kan anvende aktiviteter på kultur- og fritidområdet til at brande sig i forhold til bosætning, turisme mm.

FÆRDIGHEDER

- Kan anvende arbejdsmetoder, der i særlig grad knytter sig til leisure management i organisationer i den offentlige sektor, fx metoder der sikrer koordination med og involvering af forskellige typer af interessenter.
- Kan vurdere forskellige typer leisureaktiviteters impact på forskellige typer af politisk fastsatte målsætninger.

KOMPETENCER

- Kan selvstændigt analysere og planlægge leisure aktiviteter i den offentlige sektor.
- Kan gennemføre leisure aktiviteter i den offentlige sektor i samarbejde med aktørerne.

**AS
OBL**