



## Utbildningsplan

### Ekonomihögskolan

Internationella turismekonomiprogrammet, 180 högskolepoäng

International Tourism Management, 180 credits

#### Nivå

Grundnivå

#### Fastställande

Fastställd 2024-05-25.

Reviderad 2026-03-16.

Utbildningsplanen gäller från och med hösttermin 2026.

#### Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

Du behöver också:

Matematik 2a eller 2b eller 2c, Samhällskunskap 1b eller 1a1+1a2 och Engelska 6.

Eller:

Matematik nivå 2a eller Matematik nivå 2b eller Matematik nivå 2c, Samhällskunskap nivå 1b eller nivå 1a2 och Engelska nivå 2.

### Programbeskrivning

International Tourism Management utbildar för analyserande, utvecklande och ledande positioner inom turismnäringen och i andra branscher där färdigheter inom ekonomi, service och bemötande efterfrågas. Den vänder sig till studenter som vill arbeta med utveckling och företagande i ett regionalt, nationellt och internationellt sammanhang.

Utbildningen bygger kompetens för näringsens egenart och utveckling, dess funktion och roll i samhället lokalt och globalt samt dess relation till kultur och miljö. Hospitality Management, Event Management, Destination Management och entreprenörskap inom turism och ekonomikurser inom bland annat e-handel och marknadsföring utgör viktiga kompetensområden. Hela utbildningen har ett starkt

internationellt perspektiv där fokus ligger på hållbar utveckling och lika villkor.

Utbildningen ges på engelska.

## Mål

*Examensmål enligt Högskoleförordningen*

### **Kunskap och förståelse**

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

### **Färdighet och förmåga**

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

### **Värderingsförmåga och förhållningssätt**

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

### *Programspecifikt mål*

- analysera planeringsstrategier för hela turismprodukten som ett verktyg för att förstå turism- och destinationsutveckling i olika turismssystem.

Detta överensstämmer med de lärandemål som anges för en kandidatexamen i Högskoleförordningen och är i linje med Ekonomihögskolans mission.

## Innehåll och struktur

### *Organisation*

Utbildningen är placerad vid och ges av Ekonomihögskolan.

För programmet finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet, agerar som företrädare och samordnar programrelaterade frågor. Hen

ansvarar för programmets innehåll och utveckling samt arbetar aktivt för goda relationer och kommunikation. Det sker med de på programmet undervisande lärarna via en fortlöpande dialog, med programstudenter via ett programråd och med arbetslivet via samverkan med näringsliv och interaktion med andra relevanta partners.

#### *Programöversikt*

Utbildningen består av 180 högskolepoäng och alla obligatoriska kurser ges på engelska. Programmets första år innehåller grundläggande kunskaper i ämnet turismvetenskap 30 hp, samt grundläggande företagsekonomi 30 hp. Turismvetenskap inleds med en introduktion och orientering om turism- och eventindustrin samt det turistiska produktionssystemet, som utgör utgångspunkten för ämnets teoretiska diskussion. Under nästa termin studeras introduktionskurser i organisationsstudier, marknadsföring och ekonomistyrning.

Under andra året ges kurser inom marknadsföring, varumärkesbyggande och den digitala ekonomin 30 hp, samt fördjupningskurser i turismvetenskap 30 hp, där olika delar inom turismnäringen och dess interaktion med samhälle, företag, kultur och miljö studeras.

Tredje året inleds med kurser i turismvetenskap 30 hp varib det ingår ett examensarbete på 15 hp. Programmets sista termin består av utlandsstudier, praktik eller valbara kurser med inriktning inom service och marknadsföring.

Kurserna i programmet kan i samförstånd med programansvarig bytas ut mot motsvarande kurser inom programmets inriktning. Vid utbyte av kurs kontrollerar programansvarig att programmets mål fortfarande uppfylls.

#### *Kurser i programmet*

### **År 1**

- Turismvetenskap I – introduktion till turism och event, 15 hp G1N (obligatorisk)

Kursen introducerar turismvetenskap som ämne och turismens samhällsliga och kulturella betydelse, i såväl ett historiskt perspektiv som ett näringsperspektiv. Hållbar utveckling och genusfrågor kopplade till turism behandlas. Kursen ger också en bred förståelse av evenemangsbranschens omfattning, karaktär och utveckling och dess sammanhang inom turismnäringen.

- Turismvetenskap I - Turismens globala produktionssystem, 15 hp G1N (obligatorisk)

Turism som en komplex produkt och aktivitet sätts i relation till ett globaliserat resande kännetecknat av nätverksteknologi och gränsöverskridande relationer mellan människor och företag.

- Företagsekonomi I - Organisation och ledarskap, 7,5 hp G1N (obligatorisk)

Kursen erbjuder en bred teoretisk förståelse för klassisk och samtida organisation och ledarskap. Den belyser genusproblem och syftar till att studenterna ska upptäcka och förstå organisatoriska problem i praktiken.

- Företagsekonomi I - Grundläggande marknadsföring, 7,5 hp G1N (obligatorisk)

Syftet med kursen är att ge studenterna kunskaper om grundläggande marknadsföring av varor och tjänster och omfattar t.ex. marknadsjuridik, hållbarhet, socialt ansvar och presentation av marknadsföringsverksamheter.

- Företagsekonomi I - Ekonomistyrning och produktkalkylering, 7,5 hp G1N (obligatorisk)

I kursen ingår modeller och teknik för kostnadsberäkning samt investeringsberäkningar. Studenten lär sig att tillämpa modeller för kostnadsberäkning i relation till olika fördefinierade syften med användning av kalkylprogram. Studenten lär sig att göra beräkningar som är knutna till specifika investeringsbeslut.

- Företagsekonomi I - Grundläggande finansiering, 7,5 hp G1N (obligatorisk)

Kursen introducerar modeller för investeringsbedömning och finansiell planering. Studenten lär sig analysera finansiella rapporter och den finansiella presentationen för företag, samt att förbereda enklare finansiella planer för företag.

## År 2

- Business Administration II - E-commerce, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om e-handel som företeelse, Internet som handelsplats och information som produkt/tjänst. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av företags olika e-handelsinitiativ.

- Business Administration II - IMC and Brand Management, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Integrated marketing communications and brand management är en kurs som behandlar hur varumärkens värde byggs, mäts och hanteras. Vidare förser kursen studenten med en teoretisk och praktisk förståelse för hur varumärken skapas genom integrerad marknadskommunikation i en globalt konkurrensutsatt omvärld.

- Business Administration II - Consumer Behaviour and Consumer Culture, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursens syfte är att integrera kunskap om konsumentbeteende och marknadsföringsstrategier för att diskutera hur samhällliga, psykologiska och könsperspektiv påverkar konsumentbeteende och konsumenternas beslutsprocesser. Även populärkultur, livsstil och etiska aspekter på marknadsföringsbeslut diskuteras.

- Business Administration II - Innovation Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)

Kursen erbjuder ett strategiskt och integrerat förhållningssätt för innovationshantering inom handel. Mer specifikt fokuserar kursen på att identifiera innovationsmöjligheter, formulera och designa innovationsstrategier och bedöma och lösa ledningsutmaningar.

- Turismvetenskap II - Destination Management 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursen handlar om destinationsutveckling och planeringsstrategier för hållbara turismprodukter och upplevelser. Geografiska informationssystem (GIS) introduceras.

- Turismvetenskap II - Hospitality Management, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursen fokuserar på organisation, ledning och arbete med hospitality-produkter med inslag av strategiskt human resource management (HRM). Etnisk diversitet och genusaspekter behandlas, liksom hospitality-begreppet i ett kulturellt perspektiv.

- Turismvetenskap II - Events Management, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursen ger en konceptuell förståelse för Event Management som temporära organisationer med fokus på projekt, interorganisationellt samarbete, engagemang som drivkraft, ideellt arbete, marknadsföring och nätverkande i evenemangsbranschen.

- Turismvetenskap II - Tourism Entrepreneurship, 7,5 hp G1F (obligatorisk)

Kursen sätter entreprenörskapsbegreppet i turismverksamhetens kontext av värdskap, destinationsberoende och tillfälliga och temporära projekt, entreprenöriell upplevelseproduktion och attraktionskraft.

### År 3

- Turismvetenskap III - Turism som affärsfenomen i det samtida samhället, 7,5 hp G2F (obligatorisk)

Kursen ger en orientering i turismvetenskapens ämnesteorier. Särskilt fokus ligger på fem centrala begrepp; plats, mobilitet, varugörande, upplevelse och turisten.

- Turismvetenskap III - Turismvetenskapliga metoder, 7,5 hp G2F (obligatorisk)

Kursens bygger på den samhällsvetenskapliga metodtraditionen och ger kunskaper i tillämpliga metoder inom samhällsvetenskap och turismvetenskap. Olika samhällsvetenskapliga perspektiv på vetenskap, metodologi och metod behandlas.

- Turismvetenskap III - examensarbete (kandidat), 15 hp G2E (obligatorisk)

I examensarbetet ingår att självständigt formulera ett forskningsproblem; genomföra en relevant studie; söka litteratur brett och djupt i både metodologi och ämne och skriva ett omfattande akademiskt arbete.

Programrelaterade valbara kurser – innefattar val av studier utomlands, praktik eller kurser med inriktning inom service och marknadsföring.

- Utlandsstudier, 30 hp
- Turismvetenskap i strategisk och praktisk tillämpning, 30 hp, G2F (praktikkurs)
- Företagsekonomikurser inriktning inom service och marknadsföring G2F/G2E, se nedan kurser.

- Företagsekonomi III - Perspektiv på service managementforskning, 7,5 hp G2F (valbar)

Kursen utforskar olika perspektiv på forskning inom service management. Mer specifikt förmedlar kursen en teoretisk förståelse för hur forskning bedrivs och hur man utvecklar ett forskningsförslag inom området service management.

- Företagsekonomi III - Forskningsmetoder, 7,5 hp G2F (valbar)

Kursen är uppbyggd för att kunna hjälpa studenter att utveckla forskningsfärdigheter som är nödvändiga för att kunna ta sig an och slutföra sitt examensarbete. Mer specifikt kommer studenter införskaffa sig färdigheter inom både kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder och lära sig hur man rapporterar forskningsresultat (empirisk data), samt att dra slutsatser.

- Företagsekonomi III - Examensarbete (kandidat), 15 hp G2E (valbar)

Kursens syfte är att genomföra ett självständigt examensarbete med hjälp av handledning inom kundupplevelser, detaljhandel och service management. Det slutgiltiga arbetet presenteras skriftligt i form av en vetenskaplig rapport, samt en muntlig presentation.

Vissa av kurserna på programmet samläses med studenter från andra program och fristående kurser, samt kan eventuellt ges i en annan ordning.

Förkunskapskraven för kurser samt de lokala reglerna för examen vid Linnéuniversitetet måste alltid uppfyllas.

Ett kandidatprogram på 180 hp måste, enligt Högskoleförordningen, innehålla minst 90 hp successiv fördjupning inom huvudområdet, varav ett examensarbete om minst 15 hp. För kompletterande information, se den lokala examensordningen.

#### *Samhällsrelevans*

Det är nödvändigt för internationella turismekonomprogrammet att ha väl utvecklade relationer med näringslivet och övriga samhället. Detta sker genom gästföreläsare, lärare från näringslivet, workshops, studiebesök och exkursioner. Studenterna har även möjlighet att delta i olika projekt som är näringslivsbaserade. För studenter i turismvetenskap erbjuds en praktikkurs på programmets sista termin, där en minimum 12 veckor lång praktik genomförs.

#### *Internationalisering*

Internationella turismekonomprogrammet erbjuds helt på engelska, där såväl internationella som svenska programstudenter samläser och samarbetar. Programstudenter får därigenom en pågående internationell erfarenhet i sina studier. Det finns även mycket goda möjligheter till utlandsstudier på sjätte terminen men även till praktik i en organisation utomlands (turismvetenskap). Internationella perspektiv återfinns inom alla kurser på alla nivåer i utbildningen. Studenter kommer från många delar av världen vilket skapar en genuin internationell kontext.

#### *Hållbar samhällsutveckling*

Internationella turismekonomprogrammet kännetecknas av återkommande och successivt fördjupande och breddande kunskapsinnehåll när det gäller hållbar utveckling, lika villkor och entreprenöriellt förhållningssätt. Perspektiv på hållbar utveckling är ett specialområde för turismvetenskap, där även lika villkor är viktigt för en bransch som kännetecknas av etnisk diversitet och där jämställdhetsfrågor är mycket viktiga. Entreprenörskapets roll inom turismbranschen är väsentligt då den består av få stora företag, men många små. Småföretagandets entreprenörskap står i fokus för internationella turismekonomprogrammet och i beskrivningen av turismbranschens utveckling.

## Kvalitetsutveckling

Kontinuerlig utvärdering och förbättring av programmet sker bland annat genom universitetets kursvärderingar, där resultatet hanteras av programansvarig och programråd samt återkopplas till studenterna och sedan arkiveras. Programstudenterna medverkar aktivt i uppföljningen och utvecklingen av programmet genom programråd, samt via studentrepresentanter i det fakultetsgemensamma Utbildningsrådet.

Alla Ekonomihögskolans program genomgår även kvalitetsgenomlysningar baserat på Association to Advance Collegiate Schools of Business' (AACSB) standarder, och alla huvudämnen genomgår kvalitetsutvärderingar via det nationella kvalitetssäkringssystemet med hjälp av Universitetskanslersämbetet. Ekonomihögskolans fakultetsgemensamma kvalitetsplan styr bland annat att en återkommande programgenomlysning genomförs och att kursvärderingarna följs upp. Vid den universitetsövergripande undersökningen Linnébarometern tillfrågas sistaårsstudenterna om deras upplevelse av sin utbildning relaterat till olika kvalitetsaspekter.

## Examen

Efter avklarade studier som motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om examen. De som fullföljt Programmet Internationella turismekonomiprogrammet kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot turismekonomi  
*Huvudområde: Turismvetenskap*

Degree of Bachelor of Science with Specialization in Tourism Management  
*Main Field of Study: Tourism Studies*

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

Vid val av fördjupning av kurser i företagsekonomi (service och marknadsföring) 30 hp inklusive examensarbete 15 hp termin 6, är studenten vid avklarade 180 hp behörig att även ansöka om en filosofie kandidatexamen, huvudområde: företagsekonomi.

## Övrigt

För tillträde till kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart. Programmet innehåller obligatoriska moment såsom studiebesök, laborativt arbete och fältarbete. Detta kan innebära vissa kostnader för studenten.

Vid eventuella avvikelser mellan svensk och engelsk version av denna utbildningsplan, är den svenska överordnad.