



Studieplan 2012/2013

Bachelor i markedsføring

Studiepoeng: 180

Studiets varighet, omfang og nivå

Studiet er en grunnutdanning som består av 180 studiepoeng og er normert til tre års heltids studium. Fullført studium gir vitnemål med tittelen "Bachelor i markedsføring".

Innledning

I næringslivet kreves det i økende grad kompetanse som danner grunnlag for å kunne løse markedsføringsrelaterte problemstillinger. Dette er kompetanse som er like viktig for store organisasjoner som for små og mellomstore bedrifter.

Med markedsføring menes en organisasjons aktiviteter og prosesser som er av verdi for kunden og slik påvirker bedriftens fortjenester i en positiv retning. Slike aktiviteter og prosesser omfatter alt fra å skaffe informasjon om markedet og kundegrupper, å utvikle produkter og å opprette en dialog med kunden samt forretningspartnere til å utarbeide tilbud og å sørge for tilgjengelighet av varer, tjenester og informasjon.

Bachelor i Markedsføring gir en bred utdanning innen markedsføring samtidig som det gir grunnleggende kunnskaper og ferdigheter innen økonomi, organisasjonsteori og ledelse.

Læringsutbytte

Det overordnede mål med studiet er å utdanne gode medarbeidere og lederkandidater innen markedsføring av varer og tjenester, spesielt innen privat sektor.

Kandidaten skal ved fullført studium ha følgende totale læringsutbytte:

Kunnskap:

- Ha bred kunnskap om sentrale temaer, teorier, problemstillinger samt prosesser og verktøy innen fagområdet markedsføring.
- Ha grunnleggende kunnskap innen økonomi- og ledelsesfag.
- Ha god kunnskap om den nyeste forskningen innen fagområdet markedsføring.
- Ha god kunnskap om framgangsmåten ved å søke, behandle, analysere og bruke informasjon om markedet og kunden for egen organisasjon.

Ferdigheter

- Ha metodiske og analytiske ferdigheter som setter kandidaten i stand til å anvende og kombinere kunnskap til å identifisere, formulere og løse problemstillinger innen markedsføring.
- Kunne formidle fagstoff innenfor fagområdet markedsføring skriftlig og muntlig.



Høgskolen i Hedmark

- Kunne anvende teoretiske kunnskaper på praktiske problemstillinger i møtet med markedet og kunden.
- Kunne søke, behandle og vurdere informasjon om markedet kritisk.
- Kunne jobbe med oppgaver som hører til alle faser i prosjektplanlegging og –gjennomføring.
- Utvikle en rollebevissthet, trygghet og grunnleggende forståelse om markedsføring av organisasjoner

Generell Kompetanse

- Ha innsikt i fag- og yrkesetiske problemstillinger.
- Kunne planlegge og gjennomføre egne prosjekter innenfor gitte tidsrammer.
- Kunne løse arbeidsoppgaver både selvstendig og i samarbeid med andre.
- Kunne utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor eget fagområde og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis.

Målgruppe

Studiet retter seg mot søkere som har gjennomført 3-årig videregående skole og som ønsker en spesialisering innen markedsføring og har planer om å jobbe med salg og/eller markedsføring.

Studiet retter seg videre mot studenter som har en lengre yrkespraksis innen salg og/eller markedsføring og ønsker å formalisere kompetansen sin.

Kompetanse

Uteksaminerte kandidater vil være kvalifiserte for ulike funksjoner i private bedrifter og organisasjoner. De vil være kvalifiserte som mellomledere. Studiet kvalifiserer spesielt for oppgaver innenfor markedsføring og salg. Som markedsfører vil en for eksempel arbeide med personlig salg, key account management, markedsundersøkelser, strategisk planlegging, merkevarebygging og – ledelse, reklame, produktutvikling og kunderelasjoner. Studentene vil også kunne være kvalifiserte for å begynne på masterutdanninger i Norge og i utlandet. Vær oppmerksom på at det ved de ulike utdanningsinstitusjonene kan stilles spesifikke krav til fagkombinasjoner og karakterer ved opptak til masterutdanning.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller realkompetanse på tilsvarende nivå.

Undervisnings- og læringsformer

Læringsformene vil veksle mellom forelesninger, praktiske øvelser individuelt og i grupper, prosjektarbeid, veiledning, plenumspresentasjoner, ekstern praksis og selvstudium.

Vurderingsformer

Det er lagt opp til varierte vurderingsformer i studiet. Det benyttes: mappevurdering, skriftlige og muntlige eksamener, praktiske øvelser, prosjektarbeid samt bacheloroppgave. De konkrete vurderingsformene framgår av den enkelte emnebeskrivelse. Der ikke annet er oppgitt, benyttes graderte bokstavkarakterer fra A til F, der E er laveste ståkarakter.



Internasjonalisering

Det legges opp til at studentene kan integrere et utenlandsopphold av ett semesters varighet i 4. semester. I tillegg er det engelsk pensum og undervisning på engelsk i flere emner. Utenlandsopphold skal være godkjent av høgskolen på forhånd og innarbeides i den enkeltes utdanningsplan. Ved godkjenning av emner fra utenlandsk lærested i forbindelse med utvekslingsopphold, skal de to obligatoriske emnene i 4. semesteret erstattes med emner innen markedsføring. Det kan bety at en velger å ta de samme emner som hjemme eller erstatter de med likeverdige emner innen markedsføring. Et utvekslingsopphold vil også kunne gi et utvidet tilbud av frie valgemner. Ett semester i utlandet må tilsvare 30 stp hjemme.

Høgskolen har avtaler med mange studiesteder f eks i USA, Australia, Frankrike, Tyskland, Nederland, Storbritannia, Ungarn og Bangkok, Thailand.

Studiets innhold, oppbygging og organisering

Tabellen under viser studiets oppbygging i emner og studiepoeng.

I femte semester skal studentene velge mellom emnet Merkevarerledelse eller Ekstern praksis. I sjettede semester er det valg mellom emnene Prosjektledelse og Metode og statistikk - metode 3.

Det nettbaserte studiestøttesystemet Fronter benyttes i undervisningen.

Emneoversikt

Emner

Studiepoeng År 1 År 2 År 3

- [Grunnleggende regnskap](#)

7,5 studiepoeng S1(H)

- [Virksomhetens økonomi](#)

7,5 studiepoeng S1(H)

- [Markedsføringsledelse](#)

7,5 studiepoeng S1(H)

- [Matematikk for økonomer](#)

7,5 studiepoeng S1(H)

- [Serviceledelse og kvalitet](#)

7,5 studiepoeng S2(V)



- [Informasjonskompetanse og metode - metode 1](#)

7,5 studiepoeng S2(V)

- [Markedskommunikasjon](#)

7,5 studiepoeng S2(V)

- [Mikroøkonomi 1](#)

7,5 studiepoeng S2(V)

- [Serviceloggikk](#)

7,5 studiepoeng S3(H)

- [Metode og databehandling - metode 2](#)

7,5 studiepoeng S3(H)

- [Organisasjonsforståelse](#)

7,5 studiepoeng S3(H)

- [Salg og salgsledelse](#)

7,5 studiepoeng S3(H)

- [Markedskanaler](#)

7,5 studiepoeng S4(V)

- [Forbrukeratferd](#)

7,5 studiepoeng S4(V)

- [Valgemne 7,5 sp \(optional\)](#)

7,5 studiepoeng S4(V)

- [Valgemne 7,5 sp \(optional\)](#)

7,5 studiepoeng S4(V)

- [Innovasjon og entreprenørskap](#)

7,5 studiepoeng S5(H)



- **Ledelse og lederrollen**
7,5 studiepoeng S5(H)
- **Virksomhetsstrategi**
7,5 studiepoeng S5(H)
- **Merkevareledelse** (optional)
7,5 studiepoeng S5(H)
- **Ekstern praksis (Bachelor i markedsføring og Bachelor i serviceledelse og markedsføring)** (optional)
7,5 studiepoeng S5(H)
- **Internasjonal markedsføring**
7,5 studiepoeng S6(V)
- **Bacheloroppgave**
15 studiepoeng S6(V)
- **Prosjektledelse** (optional)
7,5 studiepoeng S6(V)
- **Metode og statistikk - metode 3** (optional)
7,5 studiepoeng S6(V)



Emneoversikt

3REV100 Grunnleggende regnskap

Emnekode: 3REV100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi studenten kompetanse i praktisk regnskapsføring, samt kunnskap om rammeverket som knytter seg til bokføringen. Det skal videre gjøre studenten i stand til å kunne analysere og vurdere en bedrifts økonomiske resultat og stilling.

Kunnskap

Ved fullført emne skal studentene:

- ha grunnleggende kunnskaper om formålet med og føring av et finansregnskap
- kjenne til norsk standard kontoplan
- ha innsikt i finansregnskapets oppbygging og rammebetingelser
- ha kjennskap til de grunnleggende regnskapsprinsipper og rapporteringskrav
- ha kjennskap til bokføringsloven med forskrift
- ha forståelse for begrepene utgifter, kostnader, utbetalinger, inntekter og innbetalinger, samt beholdninger
- ha forståelse for oppbyggingen av et regnskap, betydningen av det doble bokholderis prinsipp samt kunne se sammenhengen mellom transaksjoner og deres påvirkning på resultatregnskapet og balansen.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne bokføre de mest vanlige transaksjoner, herunder merverdiavgift
- kunne foreta vanlige periodiseringsposter, herunder lønn, feriepenge og arbeidsgiveravgift
- kunne foreta årsoppgjør med enkle årsoppgjørposter og disponering av overskudd samt dekning av underskudd i både enkeltpersonforetak og i aksjeselskaper
- kunne stille opp et gruppert resultat og en balanse i samsvar med regnskapslovens bestemmelser
- kunne gjennomføre tilrettelegging og korrigering av regnskapstall for analyseformål



Høgskolen i Hedmark

- kunne beregne sentrale nøkkeltall i forbindelse med regnskapsanalyse og gjøre en vurdering av en bedrifts lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne gjøre rede for regnskapet som informasjonskilde.

Innhold

- Regnskapets oppbygging
- Standard kontoramme og –plan
- Krav til dokumentasjon og oppbevaring
- Registrering av forretningstransaksjoner
- Merverdiavgift
- Lønn, feriepenger, arbeidsgiveravgift og skattetrekk
- Avskrivninger
- Øvrige periodiseringer og avsetninger
- Verdivurderingsregler
- Regnskapsavslutning med presentasjon av resultatregnskap og balanse
- Regnskapsanalyse

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsninger

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3BED100 Virksomhetens økonomi

Emnekode: 3BED100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskap om virksomheter og organisasjoner som økonomiske enheter, og de viktigste faktorene som påvirker resultatet.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kjennskap til økonomifunksjonens rolle og plass i bedriften og kunne drøfte de grunnleggende trekkene ved økonomisk styring av virksomheten
- kjenne godt kostnadsbegrepet og ha god forståelse for kostnaders variabilitet
- ha kunnskaper om ulike prinsipper for produktkalkulasjon
- forstå de grunnleggende forutsetningene for og svakhetene ved de tradisjonelle kalkulasjonsmetodene
- ha kunnskaper om ulike perspektiver på prisfastsetting i praksis, sett i forhold til ulike markedsforhold
- ha kjennskap til budsjettprosessen og ulike typer budsjetter

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne utarbeide kalkyler etter selvkost- og bidragsprinsippet for bedrifter i ulike bransjer
- kunne fordele kostnader fra art via kostnadssted/aktivitet til kalkyleobjekt
- kunne gjennomføre enkle bedriftsøkonomiske analyser for virksomheter i forskjellige bransjer, samt kunne bruke dette som grunnlag for beslutninger, herunder
 - kunne gjennomføre kostnads-, resultat- og volumanalyser
 - kunne beregne og forklare resultatvirkningen av beholdningsendringer
 - kunne foreta enkle analyser av optimale produktvalg i situasjoner med begrenset ressurstilgang

Generell kompetanse



Etter endt emne skal studenten:

- ha grunnleggende ferdigheter i bruk av regneark

Innhold

- virksomhetens mål og dens plass i det økonomiske system
- økonomifunksjonens rolle og plass i virksomheten
- ulike markedsformer og deres betydning for virksomhetens tilpasning
- kostnads- og inntektsteori, med vekt på kostnadsforløpet og inntektsforløpet
- ulike prinsipper for produktkalkulasjon, kalkyler etter selvkost- og bidragsprinsippet for bedrifter i ulike bransjer, bruk av tilleggssatser og standarder
- resultatvirkningen av beholdningsendringer og beholdningsvurderinger
- kostnads-, resultat- og volumanalyse (KRV-analyse)
- optimale produktvalg i situasjoner med begrenset ressurstilgang

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsning ved hjelp av regneark (Excel).

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det vil bli krevd innleveringsoppgaver. Dette opplyses det nærmere om ved emnets oppstart.

Vurderingsordning

4-timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR100 Markedsføringsledelse

Emnekode: 3MAR100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om forhold som påvirker etterspørsel etter virksomhetens tilbud og dermed virksomhetens inntekter. Studenten skal kjenne til markedsføringens rolle og funksjon for å oppnå god verdiskapning.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om markeds-/kundeorientering og hvilken betydning dette har for virksomheten
- ha kjennskap til markedsføringsfagets utvikling, perspektiver og sentrale begreper
- ha kunnskap om hvordan de markedsmessige omgivelsene påvirker virksomheten
- ha kunnskap om hvordan virksomheten må segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg
- ha kunnskap om målsetting, overordnet strategi, bruken av ressurser og konkurransevirkemidler
- ha kunnskap om hvordan verdiskapningen samskapes i interaksjonen mellom virksomheten og kunden/brukeren og hvordan dette påvirker kundens/brukerens lojalitet og tillitt.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne utarbeide en analyse av virksomhetens markedsmessige omgivelser
- kunne gjennomføre de sentrale markedsaktivitetene i en markedsplan
- ha et bevisst moralsk forhold til forbrukerinteresser og virksomheten samfunnsansvar

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om etiske problemstillinger i forbindelse med utøvelse av markedsføringsfaget

Innhold

- Markedsføringens begreper og perspektiver
- Markeds- og kundeorientering



- Markedsplanleggingsprosessen
- Foretakets mål, visjon og forretningsidé
- Situasjonsanalyse
- Segmentering, målgruppeutvelgelse og posisjonering
- Markedsstrategier og bruk av konkurransevirkemidler
- Utvikling av et markedstilbud og merkevarebygging
- Markedsetikk og samfunnsansvar

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsninger i grupper sammensatt med studenter fra ulike studier.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MET120 Matematikk for økonomer

Emnekode: 3MET120

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav, men det anbefales at studentene har et godt grunnlag i matematikk (S1+S2 eller tilsvarende). Studenter som har et svakere matematikkgrunnlag gis tilbud om forkurs i matematikk.

Læringsutbytte

Studentene skal ved avsluttet emne ha det nødvendige matematikkgrunnlaget for andre emner i studiet, dvs. at studentene gjennom emnet skal utvikle evne til logisk og analytisk tenkning som grunnlag for å forstå matematisk modellering i økonomiske sammenhenger og for å kunne arbeide med problemorienterte oppgaver.

Kunnskap

Etter endt emne skal studentene:

- ha teoretiske kunnskaper i matematikk som er nødvendige for å kunne nå ferdighetsmålene i emnet og kunne knytte matematikkunnskapen til problemstillinger innenfor samfunns- og bedriftsøkonomi.

Ferdigheter

Etter endt emne skal studentene:

- ha elementære regneferdigheter og kunne beherske elementær algebra
- kunne beherske et bredt spekter av algebraiske operasjoner, inkludert løsning av ulikheter, likninger og systemer av likninger
- kunne analysere polynomfunksjoner, rasjonale funksjoner, eksponentialfunksjoner, logaritmiske funksjoner og kombinasjoner av disse
- kunne analysere funksjoners nullpunkter, kontinuitet, monotoniegenskaper, ekstremverdier og elastisitet
- kunne analysere ulike funksjonstyper av flere variable, inkludert Cobb-Douglasfunksjoner og funksjoner med eksponential- og logaritmelementer. Dette innebærer å finne og klassifisere stasjonære punkter innenfor et avgrenset område fastsatt ved bi-betingelser. Her inngår anvendelse av Lagranges metode.
- kunne analysere aritmetiske og geometriske rekker og konvergens av geometriske rekker.
- kunne løse problemer innenfor finansmatematikk, inkludert annuiteter, nedbetaling av lån, oppsparingsannuiteter og nåverdi.



- kunne anvende grunnleggende integralregning i tilknytning til de funksjonstyper som inngår.

Innhold

- Elementær algebra
- Algebraiske operasjoner
- Analyse av ulike typer funksjoner
- Algebraiske og geometriske rekker
- Finansmatematikk
- Integralregning

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, oppgaveløsninger og veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen. Tillatte hjelpemidler er formelsamling og grafisk kalkulator.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3SER200 Serviceledelse og kvalitet

Emnekode: 3SER200

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om sentrale forhold som påvirker servicekvaliteten internt i organisasjonen og dets betydning for kundenes forventninger og opplevelse.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- Kjenne til hovedforskjellene mellom produkter og tjenester.
- Forstå hva som menes med kvalitet i serviceledelse.
- Kjenne til hva som menes med begrepet kundetilfredshet og ulike måter å måle kundetilfredshet.
- Kjenne til ulike forhold som bidrar til relasjonsbygging til kundene.
- Forstå den viktige rollen ansatte har i tjenestevirksomheter.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- Kunne avdekke årsaker til gap i servicekvaliteten.
- Kunne forslå tiltak slik at servicekvalitet kan integreres i alle ledd av organisasjonen.
- Kunne identifisere og foreslå konkrete tiltak for å øke en bedrifts servicekvalitet.

Generell kompetanse:

Etter fullført emne skal studentene:

- Ha økt sine skriftlige presentasjonsevner.
- Ha kompetanse når det gjelder å holde en muntlig presentasjon for en mindre forsamling.
- Ha erfaring med å fungere som opposent på skriftlige arbeider utført av medstudenter.

Innhold



- Gapmodellen for servicekvalitet
- Kundens forventninger og opplevelse
- Relasjonsbyggende kundetiltak
- Klagehåndtering og servicegarantier
- Fysiske omgivelser og servicekvalitet
- Ansattes rolle i serviceleveransen
- Kundens rolle i serviceleveransen
- Teknologi og servicekvalitet
- Service og markedskommunikasjon
- Integrert serviceledelse

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning, muntlig presentasjoner både individuelt og gruppevis. Det vil bli satt av tid til individuell veiledning på eksamenspaperet.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Presentere forslag til løsning av semesteroppgave underveis i semesteret.

Vurderingsordning

Individuell semesteroppgave.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MET100 Informasjonskompetanse og metode - metode 1

Emnekode: 3MET100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi innsikt i grunnprinsippene innen samfunnsvitenskapelig forskningstradisjon og forskningsmetodologi, samt redegjøre for forskningsprosessen og hvordan denne gir grunnlaget for vitenskapelig tenkning og praksis. Emnet skal gå igjennom de viktigste prinsipper og metoder for faglig skriving og vurdering av faglige skrifter, samt vise hvor man skal finne, evaluere, bruke og kommunisere vitenskapelig informasjonen på en etisk riktig måte.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- forstå forskjellige perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning og vitenskapsteoretiske problemstillinger
- kunne trinnene i den overordnede forskningsprosessen, herunder operasjonalisering av problemstillinger, valg av forskningsdesign, validitet og reliabilitet
- forstå hvordan vitenskapelige oppgaver/artikler er oppbygd, søke og gjenfinne faglige tekster og relevant forskning, samt å kunne bruke dette som utgangspunkt for egen faglig skriving
- kjenne til og forstå forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne vise forståelse for forskningens vitenskapsteoretiske grunnlag og problemstillinger
- kunne finne, vurdere og henviser til informasjon og fagstoff, samt framstille og formidle dette slik at det belyser en problemstilling på en valid og reliabel måte
- kunne etablere gode referanserutiner for å unngå plagiering ved å oppgi kildene på korrekt måte, med referanselister, henvisninger og sitater
- kunne utvikle en etisk forsvarlig og god faglig arbeidsmåte
- kunne oppdatere sin kunnskap innenfor fagområdet gjennom å finne fram til relevant litteratur og forskning innenfor feltet

Generell kompetanse



Etter fullført emne skal studenten:

- ha forståelse for både de praktiske og de etiske problemstillinger rundt bruken av forskningsmetode
- kunne formidle faget skriftlig
- kunne gjøre en kritisk vurdering av egen fremgangsmåte og forskningspraksis, samt kritisk tolke andres undersøkelser

Innhold

- Sentrale vitenskapsteoretiske og vitenskapsfilosofiske emner og problemområder
- Sammenhengen i forskningsmetode, herunder forholdet mellom problemstilling, teori, metodevalg og analyse.
- Prinsipper og rutiner for skriving av faglige tekster, herunder problemformulering, operasjonalisering, validitet og reliabilitet
- Prinsipper for søk og gjenfinning av faglitteratur og relevant forskning
- Forskningsetikk og rutiner for god forskning

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

En gruppeoppgave.

Vurderingsordning

48 timers hjemmeeksamen i gruppe.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR120 Markedskommunikasjon

Emnekode: 3MAR120

Studiepoeng: 7,5

Språk

English

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om markedskommunikasjon og bruk av kommunikasjonskanaler og -verktøy.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om overordnede prinsipper for kommunikasjon og påvirkning
- forstå sammenhengen mellom markedskommunikasjon og merkebygging og -ledelse
- forstå kommunikasjonsstrategier og integrert kommunikasjonsplanlegging
- kjenne til de forskjellige kommunikasjonskanaler og -verktøy

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å analysere og reflektere over en organisasjons markedskommunikasjon.
- kunne definere kommunikasjonsstrategier
- kunne utvikle en integrert kommunikasjonsplan relatert til forskjellige typer organisasjoner.

Innhold

- Hva er markedskommunikasjon?
- Teori, begreper og forskning på området
- Psykologiske, sosiologiske og økonomiske synspunkter på kommunikasjonsprosessen.
- Kommunikasjonsstrategier og kommunikasjonsplanlegging
- Media og mediavalg, med særlig vekt på sosiale media
- Kommunikasjon på bedriftsmarkedet
- Integrert markedskommunikasjon/integrert kommunikasjonsplanlegging
- Internasjonal markedskommunikasjon



Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Mappevurdering i grupper. Nærmere detaljer om mappens innhold angis ved emnets oppstart.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3SAM120 Mikroøkonomi 1

Emnekode: 3SAM120

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3BED100 Virksomhetens økonomi og 3MET120 Matematikk for økonomer eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studenten skal få innsikt i mikroøkonomiske metoder, samt hvordan metodene kan anvendes for å analysere enkeltaktørers økonomiske atferd og markeder.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha grunnleggende forståelse for hvordan økonomisk valghandlingsteori er bygget opp og hvordan denne kan anvendes til å analysere forbrukeres og bedrifters beslutninger
- ha grunnleggende forståelse for forholdet mellom individuelle økonomiske beslutninger og samfunnsøkonomiske konsekvenser av valgene
- forstå hvilke konsekvenser markedsrett kan ha for økonomisk effektivitet og hvordan offentlig politikk kan påvirke bedrifters mulighet til å utøve markedsrett
- ha kjennskap til mikroøkonomiens vitenskapsteoretiske utgangspunkt og historiske utvikling

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- beherske grunnleggende grafiske og matematiske mikroøkonomiske modeller og kunne anvende disse til å analysere enkle anvendte problemstillinger, samt gjøre etiske refleksjoner i tilknytning til disse
- kunne drøfte kriterier for økonomisk effektivitet og analysere sammenhengen mellom markedslikevekt og effektivitet

Generell kompetanse:

Etter fullført emne skal studenten

- forstå skillet mellom deskriptiv og normativ teori
- kunne kommunisere kunnskapen skriftlig



Innhold

- individet og samfunnet
- konsumentteori (budsjettbetingelsen, preferanser, prisendring, inntektsendring, elastisiteter, etterspørselskurven)
- produksjonsteori (produktfunksjonen, kostnadsfunksjonen, substitusjon, tilpasning på kort og lang sikt, tilbudskurven)
- markedsteori med anvendelser
- markeder, effektivitet og velferd
- effektivitet og fordeling
- markeder med begrenset konkurranse (monopol, prisdiskriminering, oligopol, spillteori)
- innovasjon og produktivitetsvekst

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, seminarer med gruppearbeid, selvstendig arbeid. Excel vil bli brukt i oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det vil bli krevd obligatoriske innleveringsoppgaver. Dette opplyses det nærmere om ved emnets oppstart.

Vurderingsordning

4-timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3SER250 Servicelogikk

Emnekode: 3SER250

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studenten skal hainnsikt i forskjellige faglige perspektiver på tjenesteleveranser og vise konsekvensene de forskjellige perspektivene har for markedsføring av service. Studenten skal ha innsikt i hvordan en markedslogikk har betydning for andre sektorer enn bare tjenestesektoren.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kjennskap til sentrale begrep, teorier og modeller innen tjenestelogikk
- ha kunnskap om tjenestens rolle og betydning for virksomheter og et tjenestesamfunns økonomi
- ha kjennskap til og å kunne diskutere, samt se hvordan en tjenestelogikk kan nyttes for å forstå ulike samfunnssektorer og deres tilbud

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha ferdighet som kan anvendes for å få økt konkurransekraft i virksomheten og kunne hjelpe kundens verdiskapende prosesser
- kunne tillempe tjenestelogikken for å skape verdi for de involverte aktørene, samt tilpasse dette til virksomheter innen privat og offentlig sektor

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å forstå hvordan teoretiske begrep innen markedsføring kan benyttes for å lede virksomheter med et tjenstedominans
- kunne uttrykke seg muntlig og skriftlig innenfor servicemarkedsføring

Innhold



- Sentrale begreper som for eksempel verdi samskaping, verdikonstellasjoner, kundeinvolvering, servicescape, opplevelsesrom og klagebehandling
- Problemstillinger relatert til verdi samskaping gjennom tjenester i tjeneste-, tilvirkende- og offentlige virksomheter
- service/tjenester og det moderne samfunn
- Forretningslogikk med tanke på forklaringskraft og robusthet når det gjelder å beskrive en tjeneste og hvilke implikasjoner dette har for bedriften
- Samspill organisasjon – medarbeider – kunde ved organisasjonsledelse og markedsføring av en tjeneste
- Servicemarkedsføringsstrategier og –tiltak
- Nye modeller og tankeganger hva gjelder service logikk.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én refleksjonsoppgave.

Vurderingsordning

7 dagers hjemmeeksamen i grupper.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MET200 Metode og databehandling - metode 2

Emnekode: 3MET200

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3MET100 Informasjonskompetanse og metode (metode 1) eller kombinasjonen 3MET120 Matematikk for økonomer og 3MET130 Statistikk for økonomer, eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi nødvendige kompetanse i innhenting og evaluering av bruk av informasjon til akademiske arbeider og markedsundersøkelser. Emnet skal gi kompetanse til å samle inn og gjøre grunnleggende analyser med et deskriptive eller eksplorative design.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- Ha grunnleggende forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger
- Ha kunnskap om teknikker for å gjennomføre og analysere empirisk materiale ved hjelp av deskriptive og eksplorerende design.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- Kunne gjennomføre enkle samfunnsvitenskapelige empiriske undersøkelser
- Kunne forstå og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser
- Kunne vurdere undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet)
- Beherske kvalitative og kvantitative metoder

Generell kompetanse

- Etter fullført emne skal studentene ha utviklet sine analytiske ferdigheter.

Innhold

- Gjennomføring av samfunnsvitenskapelige undersøkelser
- Utforming av forskningsspørsmål, forskningsdesign og datainnsamling
- Kvalitative og kvantitative innsamlingsteknikker herunder observasjon, intervju, gruppesamtaler



- og spørreskjemaer
- Praktisk bruk av spørreprogram og statistikkprogram
- Bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative og kvantitative data og slutningsstatistikk
- Treveis tabeller
- Signifikanstesting av toveistabeller
- Intervjuteknikker og tekstanalyse
- Perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- To gruppeoppgaver.
- Oppmøte på opplæring i bruk av statistikkprogrammer.

Vurderingsordning

4-timers skriftlig, individuell eksamen

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3ORG100 Organisasjonsforståelse

Emnekode: 3ORG100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, analytiske ferdigheter og holdninger i å arbeide selvstendig med ulike problemstillinger knyttet til organisasjonsforståelse.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om organisasjonsteoretiske begreper og teorier om hvordan organisasjoner er oppbygd og hvordan de fungerer
- ha kunnskap om organisasjoners virkemåter og hvordan organisasjoner kan utvikles og forbedres
- forstå hvordan organisasjoner fungerer i samspill med sine omgivelser

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over organisasjonsmessige dilemmaer og problemstillinger
- kunne anvende organisasjonsteoretiske begreper innenfor alle typer organisasjoner

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten skal ha oppøvd en mer selvstendig og reflekterende holdning til hvordan organisasjoner fungerer.

Innhold

- Grunnleggende organisasjonsprosesser som mål, strategi og effektivisering
- Formell organisasjonsstruktur
- Organisasjonskultur, makt og konflikter i organisasjoner
- Organisasjoners omgivelser



- Motivasjonsteorier og mellommenneskelige organisasjonsmessige relasjoner
- Beslutninger og kommunikasjonsprosesser i organisasjonen
- Læring og innovasjon
- Endring og utvikling i organisasjoner
- Ulike teorier om ledelse i organisasjoner

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Case vil bli brukt for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

Fire timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR200 Salg og salgsledelse

Emnekode: 3MAR200

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper og ferdigheter å arbeide med personlig salg samt å lede et salgsteam eller en salgsavdeling.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- kjenne til sammenhengen mellom salg og markedsføring.
- ha kunnskap om salgsteknikker.
- forstå hvordan planlegge, gjennomføre og evaluere salgsprosessen.
- ha kunnskap om oppgaver som hører til salgsledelse.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over oppgavene som hører til salgsledelse.
- kunne anvende forskjellige salgsteknikker og presentasjonsteknikker.
- kunne bruke verktøy innen salgsstyring og – kontroll.

Innhold

- Salg:
 - Salgets prosesser
 - Salgsteknikker
 - Innvendingsmetoder
 - Avslutningsmetoder
 - Presentasjons- og demonstrasjonsteknikker
 - Planlegging
 - Styring, kontroll og kvalitetssikring
 - Key-account-management og relasjonsbygging



- Salgsledelse:
 - Rekruttering og valg av selgere
 - Trening og utvikling av salgsstyrken
 - Veiledning og ledelse av den enkelte selgeren
 - Motivasjon og belønning av salgsstyrken
 - Resultat- og prestasjonsstyring
 - CRM og (butikk)datasystemer

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR220 Markedskanaler

Emnekode: 3MAR220

Studiepoeng: 7,5

Språk

English

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet markedskanaler tar for seg ulike problemstillinger knyttet til distribusjon og tilgjengeliggjøring av varer og tjenester.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- kjenne til funksjon og strategisk betydning av markedskanaler.
- ha kunnskap om varehandelens struktur både nasjonalt og internasjonalt.
- forstå samspillet mellom markedskanaler og de øvrige virkemidler innen markedsføring.
- ha utviklet en forståelse for kanalledelse, samarbeid samt maktforhold mellom de enkelte leddene.
- kunne tilrettelegge websider for kunder, intranett websider for ansatte og ekstranett for mellomledd.
- kjenne til betydningen av utformingen av utsalgssteder eller tjenesterepresentasjoner for handel- eller tjenesteytende sektor.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over oppgavene som hører til distribusjon av varer, tjenester og informasjon.
- kunne analysere valgt utforming av utsalgssteder, tjenesterepresentasjoner og internettside mot valgt distribusjon (fysisk og på Internett).
- kunne evaluere ulike websiders innhold både til forbruker- og bedriftsmarkedet.
- kunne planlegge en bedrifts elektroniske forretningsområder.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:



- ha oppøvd en mer selvstendig og reflekterende holdning til samspill i forhold til de øvrige virkemidler innen markedsføring.

Innhold

- Distribusjon i et historisk perspektiv
- Organisasjon av markedskanaler
- Kanalledelse, makt og konflikter
- Integrasjon og samarbeid
- Varehandel/varhandelsledelse
- Facility design innen handel og service
- Elektronisk kommunikasjon – bruk av internett
- Sosiale medier og bedrifters og personers bruk av disse
- Relasjonsmarkedsføring via internett
- ”E-shoppers” – en innføring

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR240 Forbrukeratferd

Emnekode: 3MAR240

Studiepoeng: 7,5

Språk

English

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet omhandler faktorer som påvirker forbrukerens adferd og beslutningsprosess.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om ulike teorier og modeller innen forbrukeratferd
- ha forståelse for beslutningssituasjoner en forbruker kan være i
- ha kunnskap om hvilken beslutningsprosess som ligger bak valg og kjøp av varer og tjenester
- ha forståelse av forhold omkring behov for produkter og tjenester og hvordan de forbrukes

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne benytte ulike teorier og modeller for å forstå prosessene som leder frem til forbrukerens valg av et produkt eller en tjeneste
- kunne stille kritiske spørsmål til, og reflektere over sentrale forutsetninger og antakelser innen forbrukeratferd

Innhold

- Forbrukerundersøkelser
- Segmentering og målgruppetenkning
- Forbrukerens beslutningsprosess og valgmodeller
- Forbrukeren som et individ med behov, personlighet, persepsjon
- Hvordan forbrukeren lærer og benytter kunnskap
- Holdningsdannelse og strategier for holdningsendring
- Forbrukeren i sin sosiale sammenheng blant venner, familie, kultur og sosial klasse
- Forbrukeren og sosiale medier



Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Individuell semesteroppgave.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



Valgemne 7,5 sp

Emnekode:

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Læringsutbytte

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Innhold

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Organisering og arbeidsformer

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Vurderingsordning

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3BED300 Innovasjon og entreprenørskap

Emnekode: 3BED300

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse i praktisk arbeid med innovasjon og entreprenørskap i ulike virksomheter og bransjer. Begrepet innovasjon behandles og tematiseres knyttet primært til endringsarbeid og nye aktiviteter i bestående virksomheter, mens entreprenørskap rettes mot kunnskap om oppstart av nye bedrifter og nye prosjekter.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha grunnleggende teoretisk kunnskap og forståelse for arbeid med innovasjon og entreprenørskap som viktig del av dagens arbeids- og næringsliv
- ha innsikt i sentrale deler av den underliggende teorien for innovasjon, entreprenørskap og innovasjonssystemer
- ha tilegnet seg økt forståelse for nyskappingsprosesser
- ha økt forståelse for viktigheten av humankapital, kommunikasjon, teamarbeid, selvledelse og egenutvikling i forbindelse med nyskappingsarbeid
- ha innsikt i viktige prosesser og arbeidsmetoder for utvikling av nye produkter og tjenester, for utvikling og forbedring av arbeidsrutiner og organisasjoner, nye markedsføringsmåter eller nye måter å samarbeide med kunder og leverandører på, eller oppstart av nye virksomheter.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha ferdigheter innenfor idéutvikling, kreativitet og nyskappingsarbeid
- kunne anvende den teoretiske kunnskapen de har tilegnet seg gjennom studiet
- kunne knytte kunnskapen opp mot utviklingsarbeid og aktuelle case

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskaper og ferdigheter som grunnlag for en generell utviklings- og endringskompetanse
- kunne reflektere over egen rolle i en gruppeprosess



- ha økt bevissthet i forhold til holdninger og innstilling for å kunne håndtere endringsprosesser mer generell

Innhold

- Innovasjon, innovasjonsprosesser og innovasjonssystemer
- Entreprenørskap og entreprenørielle holdninger
- Kreativitet og metoder for idéutvikling og problemløsning
- Humankapitalens betydning – herunder egenutvikling, teamprosesser og selvledelse
- Deltagelse i utviklingsarbeid.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, seminarer og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én gruppeoppgave og muntlig fremføring.

Vurderingsordning

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3LED100 Ledelse og lederrollen

Emnekode: 3LED100

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnet 3ORG100 Organisasjonsforståelse eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper i ledelsesteori og ledelsesfaglige problemstillinger.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om ulike ledelsesteorier og hva effektiv ledelse kan være
- ha kjennskap til lederrollen i et historisk perspektiv
- ha kunnskap om sentrale etiske retninger

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- gjenkjenne og analysere ledelsesfaglige problemstillinger
- kunne vurdere seg selv og andre i lederrollen

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha en mer kritisk og reflekterende holdning til ledelse og ha oppøvd etisk refleksjon.

Innhold

- Hva er ledelse
- Moderne lederskap
- Ledelse som det å skape energi og resultater sammen med andre
- Skille mellom styring og ledelse
- Effektiv ledelse
- Kontekster for ledelse og historisk utvikling
- Selvet i ledelse
- Ledelsesatferd, bevisste vurderinger og de mer ubevisste verdier som forutsetninger, tro og forventninger



- Ferdigheter i ledelse
- Ledelse i flerkulturelle settinger
- Moral og etikk

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det vil bli stilt krav om én innlevering.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3LED300 Virksomhetsstrategi

Emnekode: 3LED300

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse, 3ORG100 Organisasjonsforståelse og 3BED100 Virksomhetens økonomi eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi studentene kunnskap om strategisk ledelse i ulike bransjer, inkludert ledelse og utvikling av organisasjonens ressurser. Studentene skal ha utviklet evne til logisk og analytisk tenkning for å ta strategiske beslutninger.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studentene:

- forstå strategibegrepet i et historisk perspektiv og hvilke teorier og antakelser strategiske verktøy bygger på
- ha kunnskap om strategiske forretningsområder
- kjenne til og kunne konkretisere ulike strategiske alternativer for å drive en virksomhet fram mot suksess
- forstå den strategiske ledelsesprosessen
- forstå strategi i dynamiske omgivelser med innovasjon og læring

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne drøfte og anvende strategibegrepet
- kunne bruke strategiske analyseverktøy og gjennom dette arbeidet kunne gjøre reflekterte analyser og valg
- kunne gjennomføre en strategisk analyse for en virksomhetsenhet med fokus på omgivelser- og markedsfaktorer og virksomhetens interne ressurser.
- kunne anvende og integrere relevante modeller og analyser fra øvrige emner som inngår i studiet

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne gjøre etiske refleksjoner relatert til strategiske problemstillinger
- ha bedre ferdigheter i strategisk tenkning



Innhold

- Strategibegrepet i historisk perspektiv
- Formål, visjon, forretningsidè, verdier og mål
- Den strategiske ledelsesprosess
- Strategiske forretningsområder
- Strategiske analyser
- Generiske strategier – posisjonering og profilering
- Strategiske valgmetoder

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, oppgaveløsninger, gruppearbeid og diskusjoner.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Individuell Multiple Choice oppgave.

Vurderingsordning

Semesteroppgave i grupper.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR300 Merkevareledelse

Emnekode: 3MAR300

Studiepoeng: 7,5

Språk

English

Forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse og 3MAR120 Markedskommunikasjon eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse knyttet til utvikling, ledelse og evaluering av en merkevare.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om merkebygging og merkeledelse.
- forstå hva som påvirker et merkes verdi over tid.
- ha kjennskap til elementer som påvirker merkeidentitet og - posisjonering.
- forstå sammenhengen mellom merkeledelse og markedsføring.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over problemstillinger knyttet til utvikling og ledelse av et merke.

Innhold

- Innføring i merkevareledelse
- Effekter av merkevarer
- Merkeidentitet – emosjoner og personlighet
- Posisjonering
- Merkeverdi – etablering og vedlikehold
 - Kundebasert merkeverdi
 - Merkeelementer og merkeverdi
 - Markedsføring og merkeverdi
 - Merkeledelse og relasjonsmarkedsføring
- Evaluering av et merke



Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3PRA300 Ekstern praksis (Bachelor i markedsføring og Bachelor i serviceledelse og markedsføring)

Emnekode: 3PRA300

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Gjennomført emner tilsvarende 75 studiepoeng fra Høgskolens studieplan for aktuelt bachelorstudiet.

Læringsutbytte

Emnet skal gi praktisk erfaring med arbeid i en privat eller offentlig virksomhet. Gjennom dette skal studenten øke sine kunnskaper og ferdigheter i å anvende teoriene tilegnet i studiet i praksis.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om virksomhetens arbeidsmåte.
- forstå hvordan teoriene kan anvendes til utvikling og forbedring av organisasjonen.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å identifisere, definere, analysere og reflektere over problemstillinger knyttet til praksisorganisasjonen.

Innhold

Arbeidet vil være knyttet til det daglige arbeidet i virksomheten. I tillegg vil studenten arbeide med to mindre eller én større problemstilling knyttet til praksisorganisasjonen. Tema avtales med praksisverten og godkjennes av Høgskolen.

Organisering og arbeidsformer

Inntil 16 dagers praksis. Studentene blir fulgt opp av praksisvert.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen



Dokumentasjon på gjennomført praksis fra praksisorganisasjonen.

Vurderingsordning

Individuell mappevurdering. Nærmere detaljer om mappens innhold angis ved emnets oppstart.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MAR320 Internasjonal markedsføring

Emnekode: 3MAR320

Studiepoeng: 7,5

Språk

English

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi en bedre forståelse for forskjellen mellom markedsføring mot kunder i Norge og markedsføring på utenlandske markeder. Emnet skal også gi kunnskaper og analytiske ferdigheter i å arbeide mot kunder i andre land.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- forstå det internasjonale markedsføringskonseptet
- ha kunnskap om de fem overordnede strategiske beslutningsområder i internasjonal markedsføring
- forstå hvordan eksterne omgivelsesfaktorer påvirker bedriftens markedsføring i det internasjonale markedet/utenlandske markeder
- kjenne til den internasjonale prosessen for markedsføringsplanlegging

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over oppgavene som hører til internasjonal markedsføring.
- kunne analysere omgivelsen på makro- og mikronivå i andre land og kunne komme med anbefalinger i forhold til bedriftens overordnede strategiske beslutninger i forhold til dette.
- kunne utvikle en internasjonal markedsføringsplan relatert til bedriftens satsing internasjonalt.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten ha oppøvd en økt forståelse for internasjonale markeder og globalisering.

Innhold



- Hva påvirker bedriftens beslutning om å gå utenlands?
- Internasjonaliseringsteorier
- Utvikling av bedriftens internasjonale konkurransevne
- Internasjonal markedsforskning
- Analyse av politiske, økonomiske, legislative og sosiokulturelle forhold
- Valg av marked
- Valg av inngangs-/etableringsstrategi
- Valg av markedsføringsmiksen
- Implementering og koordinering av det internasjonale markedsføringsprogram

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Mappevurdering i gruppe. Nærmere detaljer om mappens innhold angis ved emnets oppstart.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3BA300 Bacheloroppgave

Emnekode: 3BA300

Studiepoeng: 15

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Bestått 135 studiepoeng fra bachelorstudiet, herunder metodeemnene.

Læringsutbytte

Studentene får muligheten til å fordype seg i et selvvalgt tema innenfor studiets sentrale fagområder.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha dybdekunnskaper innenfor selvvalgt del av studiets fagområde
- ha forståelse for analytisk og metodisk arbeid, samt evne til refleksjon og systematisk/vitenskapelig vurdering
- ha kompetanse til å planlegge og utføre en selvstendig oppgave, formulere problemstillinger og analysere disse med utgangspunkt i både teoretisk og empirisk materiale, samt å gjennomføre en oppgave på en metodisk tilfredsstillende måte

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne utarbeide konkrete problemstillinger av samfunnsmessig interesse innenfor studiets fagområde
- kunne identifisere og vurdere litteratur og metoder som er relevant for problemstillingen
- kunne gå i dybden på avgrensede problemstillinger og utarbeide konkrete løsningsalternativer på problemet
- kunne planlegge og gjennomføre empirisk datainnsamling, samt kunne analysere funnene etter vitenskapelige metoder
- kunne dokumentere og formidle resultatene fra prosjektarbeidet på en systematisk/vitenskapelig måte

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha innsikt i vitenskapelig redelighet og forståelse for etiske utfordringer som er relevante for



- problemstillingen
- ha bevissthet om problemstillingens og arbeidets konsekvenser for enkeltmennesker, virksomheten og samfunnet

Innhold

Studentene skal formulere egne problemstillinger som følges opp teoretisk og metodisk, med utgangspunkt i emner fra bachelorstudiet. Oppgavearbeidet utføres med utgangspunkt i krav fra samfunnsvitenskapelig metode og retningslinjer for akademisk skriving. Ut over å tilfredsstille akademiske krav, kan bacheloroppgaven gjerne også være praktisk rettet og/eller ta utgangspunkt i praksisfeltets utfordringer.

Organisering og arbeidsformer

Selvstendig arbeid og veiledning. Oppgaven kan skrives individuelt, eller i gruppe på inntil tre studenter.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Bacheloroppgave, samt individuell, muntlig eksamen. Muntlig eksamen kan bidra til justering av karakteren med én karakter opp eller ned for den enkelte.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3LED320 Prosjektledelse

Emnekode: 3LED320

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, ferdigheter og forståelse for ulike sider ved ledelse og styring av prosjekter i ulike typer virksomheter, herunder planlegging, gjennomføring og evaluering av prosjekter.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om grunnleggende begreper innen prosjektadministrasjon - og ledelse
- ha kunnskap om initiering, organisering og ledelse av prosjekter
- ha kunnskap om alle funksjoner og roller i et prosjekt
- ha kunnskap om prosjekters ulike interesser
- ha kunnskap om økonomi- og ressursstyring i prosjekter
- ha kunnskap om evaluering og oppfølging.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne organisere prosjekter i faser og forstå sammenhengen mellom prosjektet og basisorganisasjon.
- kunne definere, planlegge, organisere, gjennomføre og evaluere prosjekter og delprosjekter
- kunne analysere usikkerhet og risiko i prosjekter
- ha utviklet ferdigheter innen daglig prosjektarbeid og prosjektledelse, herunder håndtering av kommunikasjon eksternt og internt.
- kunne lede og utvikle prosjektgrupper mot felles mål.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha innsikt og forståelse for relevante faglige problemstillinger og prosjekters strategiske betydning for virksomheter



- økt forståelse for læring, innovasjon og kompetanseoverføring gjennom prosjekter.

Innhold

- Initiering og design av prosjekter, herunder forstudie, forprosjekt, delprosjekt
- Funksjoner og roller i et prosjekt
- Interessentanalyse
- Budsjettering, oppfølging og ressursstyring
- Håndtering av usikkerhet og risiko
- Prosjektstyringsverktøy
- Læring og kompetanseoverføring i prosjekter
- Kommunikasjon og konfliktløsning

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Case vil bli brukt i undervisningen for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag



3MET300 Metode og statistikk - metode 3

Emnekode: 3MET300

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3MET100 Informasjonskompetanse og metode (Metode 1) og 3MET200 Metode og statistikk (Metode 2) eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi bred forståelse for gjennomføring av innsamling og analyse av et empirisk datamateriale i henhold til forskningsprosessen. Emnet skal gi kompetanse til å gjennomføre empiriske undersøkelser og analyser med kausalt forskningsdesign, samt mer avanserte eksplorative undersøkelser.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- Ha god forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger og sammenhenger i ulike forskningsmetoder
- Kunnskap om forutsetninger for bruk av multivariate metoder
- Kunnskap om faktoranalyse og forskjellige regresjonsmetoder

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- Kunne gjennomføre avanserte samfunnsvitenskapelige empiriske undersøkelser
- Beherske avanserte kvalitative og kvantitative metoder
- Kunne utvikle og organisere forskningsprosjekter, samt utvikle klare problemstillinger
- Kunne forstå og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser
- Kunne vurdere undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet)
- Ha forutsetninger til å bruke metodeforståelsen i andre kurs og i bacheloroppgaven, samt gi et godt grunnlag for å studere videre på master studier og gjøre analyseoppgaver i arbeidslivet.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- Ha forståelse for etiske problemstillinger rundt bruken av forskningsmetode
- Kunne gjøre en kritisk vurdering av egn fremgangsmåte og vurderinger rundt egen



forskningspraksis, samt kritisk tolke andre undersøkelser

Innhold

- Sammenhengen i forskningsmetode, herunder forholdet mellom problemstilling, teori, metodevalg og analyse.
- Statistikkens grunnlag og forutsetninger
- Utvikle en forskningsmodell og hypoteser
- Statistiske analyseteknikker, inkludert faktoranalyse, reliabilitetstesting, enkelt, multipl regresjonsanalyse og logistisk regresjon
- Gjennomføring av en datareduksjon og –analyse innenfor kvalitative metoder
- Bruk av forskjellige kvalitative analyseteknikker, herunder empiribasert teori, caseanalyse og diskursanalyse.
- Rapportering og implementering

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- To gruppeoppgaver.
- Oppmøte på opplæring i bruk av statistikkprogrammer.

Vurderingsordning

48 timers individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag