

Studieplan 2017/2018

Master i økonomi og ledelse med spesialisering økonomistyring

Studiepoeng: 120

Studiets nivå og organisering

Master i økonomi og ledelse er en dybdemaster med 2 års normert studietid på heltid og består av 120 studiepoeng i hht § 3 i "Forskrift om krav til Mastergrad", fastsatt av Utdannings- og forskningsdepartementet 01.12.05. Studiet kan tilbys både som heltidsstudium og deltidsstudium.

Bakgrunn for studiet

Masterstudiet i økonomi og ledelse med spesialisering økonomistyring er et toårig studium som leder fram til graden *Master i økonomi og ledelse*. Gitt at spesifikke opptakskrav er innfridd, gir studiet også rett til sidetittelen *Siviløkonom*. Studiet kvalifiserer for leder- og utredningsoppgaver på høyt organisasjonsmessig nivå innen næringslivet, men kan også gi gode muligheter for jobb innen offentlig forvaltning. Masterstudiet, som er solid forankret i forskningsbasert kunnskap, kan kvalifisere til doktorgradsstudier og en forskerkarriere.

Studiets oppbygning følger Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA) sin anbefalte plan for toårig masterstudium [\[1\]](#), med de krav som der stilles til både faglig fordypning og bredde. Studiet har økonomistyring som spesialiseringsområde og dette vil framkomme på vitnemålet til uteksaminerte kandidater.

Studiet tar utgangspunkt i at næringsstrukturen i Norge, ut fra en konkurransesituasjon, kan dra sterke vekslers på et tjenesteperspektiv. Fra flere hold argumenteres det også med at tjeneste- og kunnskapsdrevne virksomheter er den viktigste driveren for fremtidig økonomisk vekst. I konkurransehverdagen står virksomheten overfor mange utfordringer enten de knytter seg til markedsmessige rammefaktorer og posisjoneringer,

eller til det å ha styring og kontroll innad i egen organisasjon. Studiet tar dermed utgangspunkt i at virksomheten stadig står overfor to sentrale spørsmål relatert til ytre og indre effektivitet, det vil si *gjøre de riktige tingene og gjøre tingene riktig*.

Med 'å gjøre de riktige tingene' settes det spørsmål ved om virksomheten er posisjonert riktig i forhold til konkurrenter og markedets utvikling, samt om samarbeidet i eksisterende verdikonstellasjoner og systemer gir de ønskede resultatene. Å gjøre de riktige tingene fokuserer på å oppnå den visjonen eller de mål som virksomheten har satt seg. Dermed utfordres virksomheten til å ha et langsiktig strategifokus for å kunne være tilpasningsdyktig i forhold til stadige endrede forutsetninger i omgivelsene. Kort sagt vil det å gjøre de riktige tingene dreie seg om hvordan oppnå suksess i markedet.

Med 'å gjøre tingene riktig' menes å fokusere på selve verdiskapingsprosessen gjennom å maksimere det som skapes med et minimumsbruk av ressurser, gitt den ønskede kvalitet. Dermed blir det viktig å fokusere på styring og kontroll av alle prosessene og ressursene virksomheten bruker i sin verdiskaping. For å få suksess må virksomheten oppnå en balanse mellom disse to forholdene; det vil si, *gjøre de riktige tingene og gjøre tingene riktig*.

Dette leder til masterstudiets spesialiseringsområde innenfor økonomifag, som fokuserer på økonomistyring og støtteområde innenfor ledelsesemnene, som fokuserer på markedsføringsledelse.

Studiets hovedprofil (økonomistyring) og støtteprofil (markedsføringsledelse)

Studiets hovedprofil, økonomistyring, fokuserer på effektiv styring når omgivelsene er i endring og virksomhetens systemer dermed utsettes for store påkjenninger. Derfor vil virksomheten ha et behov for robuste styringssystemer som også blir satt i en større strategisk sammenheng.

Moderne økonomistyring har et langt bredere perspektiv enn den finansielle planleggingen og oppfølgingen som har preget fagområdet fram til 1980-årene. Samspillet med og koblingen til strategi, ledelse og bredden av styringssystemer har etter det blitt stadig mer markant, og har vært en avgjørende faktor for utviklingen av fagområdet. I tillegg til det sterke innslaget av praksisfeltet, som den viktigste aktøren i utviklingen av fagområdet, har økonomifunksjonen i virksomhetene endret seg betydelig de siste 10-årene. Tilsvarende er økonomifunksjonens rolle blitt en stadig sterkere integrert del av hele virksomheten. De nevnte koblingene til strategi og ledelse blir stadig sterkere og dette medfører at økonomifunksjonen i dag og fremover må utøves på en mer proaktiv – og ikke minst – interaktiv måte i forhold til den øvrige delen av virksomheten. Et kjennetegn i dette bildet er at en god og effektiv økonomistyring blir

stadig mer situasjons- og virksomhetsspesifikk. Dette til sammen har gjort at økonomistyring som fagområde de siste 10-årene har beveget seg i retning av mer fokus på å måle virksomhetens strategiske utvikling.

Studiet starter gjennom å gi en inngående forståelse av økonomistyringens klassiske verktøy og virksomhetens handlingsrom ut i fra lovpålagte krav, standardkrav og frivillig bruk av ulike økonomistyringsverktøy. Studiet tar videre utgangspunkt i en utvidet forståelse av begrepet økonomistyring hvor økonomistyringens klassiske verktøy brukes for å fremme en verdiskapende sammenheng mellom markedsføring, organisasjon og strategi. Videre blir ressursperspektivets strategiske betydning fremhevet på samme måte som økonomifunksjonens rolle i utviklingen av virksomhetens prosesser i alt fra kvalitetsarbeidets stadige forbedringer til radikalt nye forretningsmodeller.

Organisasjoner må hele tiden balansere mellom å overleve dagens konkurransesituasjon samtidig som de forbereder seg til morgendagens utfordringer. Nyere modeller for økonomistyring balanserer disse forholdene ved at det tradisjonelle fokuset på finansielle nøkkeltall suppleres med styringsinformasjon for virksomhetens framtidige utvikling. Økonomistyringen belyser nyere modeller og systemer for økonomisk styring og viser behovet for samtidig bruk av flere systemer eller såkalte styringspakker. Økonomistyringen må settes inn i en organisatorisk kontekst, og fagområdets stadig tettere bånd til blant annet organisasjon og ledelse er vist i den senere tids empiriske forskning. Dette underbygger og forklarer at styringsinformasjonen er blitt mer knyttet opp mot virksomhetens strategi – fra utforming til gjennomføring og oppfølging/måling. Strategiutvikling vil derfor hovedsakelig bli behandlet som en del av virksomhetens styringsløyfe.

Studiet setter økonomistyringens utvikling inn i et historisk perspektiv og oppmuntrer til en pragmatisk både-og-tenkning for å skape en kreativ spenning og egne refleksjoner med tanke på ulike teoriers og metoders praktiske validitet. På denne måten trekkes også metodologiske sammenhenger gjennom bruk av ulike perspektiver. Dette fremkommer blant annet ved spørsmålet om målingene faktisk er representative, slik som kalkyler og styringsmodellens validitet og funksjon. Studiet bygger på den klassiske skandinaviske tradisjonen av konstruksjonistisk og delvis kritisk forskning innenfor økonomistyring, som igjen har klare relasjoner til det som blant annet kalles "the cultural school" i strategi, "nettverksskolen" og "relasjonsmarkedsføring" i markedsføring, i tillegg til det mer generelle "service management", ofte med kritiske, innovative bidrag i forskningen innen økonomistyring.

Støtteprofilen innen ledelse tar utgangspunkt i at markedsføringen er den funksjonen i virksomheten som i størst grad ivaretar den strategiske forretningsposisjonen og dermed sikrer og bedre virksomhetens inntekter. Markedsføring er et bredt fagområde som berører flere ulike deler av virksomhetens mange funksjoner og ulike

arbeidsoppgaver. Markedsføringsfunksjoner er blant annet med på å kartlegge kundenes behov, drive frem innovasjon, utforme og gjøre tjenester tilgjengelige, kommunisere verdiforslag og merkeposisjon, utvikle kunderelasjoner, samt å sørge for oppfølging dersom tjenestene ikke skulle tilfredsstillende kundens behov og forventninger. Markedsperspektivet er dermed underliggende i hele forretningsprosessen fra utvikling av tjenesten til at kunden er fornøyd og har gjort gjentakelse.

[1] Vedtatt av Nasjonalt råd for økonomisk-administrative fag (NRØA) 15. oktober 2012. Planen skal utfylle gjeldende lover og forskrifter, som Kunnskapsdepartementets Forskrift om krav til mastergrad av 1. desember 2005, NOKUTs forskrift om standarder og kriterier for akkreditering av studier og kriterier for akkreditering av institusjoner i norsk høyere utdanning av 25. januar 2006 og kvalifikasjonsrammeverket for høyere utdanning, jfr. brev fra Kunnskapsdepartementet av 20. mars 2009.

Læringsutbytte

En kandidat med fullført kvalifikasjon skal ha følgende totale læringsutbytte, definert i kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap

Kandidaten

- har avansert kunnskap om strategisk ledelse og økonomistyring i et tjenesteperspektiv og kan kombinere dette for å bedre virksomhetens verdiskaping gjennom markedsføringsledelse og effektiv styring (K1)
- har spesialisering innsikt i virksomhetens verdiskaping gjennom å forstå dens forutsetninger, gjennomføring og kontroll (K2)
- har inngående kunnskap om vitenskapelige teorier, forskningsprosesser og -metoder tilpasset problemstillinger innenfor økonomistyring (K3)
- kan anvende kunnskapen på nye områder innenfor det økonomisk-administrative fagområdet og kan analysere faglige problemstillinger med utgangspunkt i økonomistyringens historie, tradisjoner, egenart og plass i samfunnet (K4)

Ferdigheter

Kandidaten

- kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder, samt analysere empiri for å strukturere og formulere faglige resonnementer med mål om effektiv styring og kontroll og langsiktig strategisk markedsposisjonering (F1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innenfor økonomistyring og markedsføringsledelse, samt anvende

- tjenesteperspektivet i praktiske og teoretiske problemløsninger (F2)
- kan bruke relevante forskningsbaserte metoder på en selvstendig måte for å legge til rette for virksomheters verdiskaping gjennom å utvikle strategier, styringssystemer, markedsrelasjoner, samt å kunne utvikle nye forretningsmuligheter (F3)
- kan relatere problemstilling, kontekst og data til metodevalg og gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsprosjekt under veiledning innenfor spesialiseringsområdet og i tråd med gjeldende forskningsetiske normer (F4)

Generell kompetanse

Kandidaten

- kan analysere relevante fag-, yrkes- og forskningsetiske problemstillinger, samt forholde seg til etiske problemstillinger knyttet til virksomheters strategiske og taktiske valg (G1)
- kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter på nye områder, for å gjennomføre avanserte arbeidsoppgaver og prosjekter, alene og i fellesskap med andre (G2)
- kan formidle omfattende selvstendig arbeid og behersker fagområdets uttrykksformer (G3)
- kan kommunisere om faglige problemstillinger, analyser og konklusjoner knyttet til økonomistyring med virksomheters interesser og med allmennheten (G4)
- kan bidra til nytenkning i endrings- og innovasjonsprosesser i virksomheter (G5)

Målgruppe

Målgruppe for studiet er personer som har bachelorgrad eller tilsvarende, med fordypning i økonomi og administrasjon, og som ønsker en solid, høgere grads utdanning innen økonomi og ledelse. Dette med tanke på å kunne gå inn i leder- eller utredningsfunksjoner på høyt nivå innen næringsliv eller forvaltning, eller med tanke på videre doktorgradsstudier og eventuelt en forskerkarriere.

Relevans for arbeidsliv og videre studier

Fullført studium gir graden «Master i økonomi og ledelse». På engelsk vil gradsbetegnelsen være «Master of Science in Business Administration».

Kandidater som blir tatt opp på studiet på grunnlag av en bachelor som tilsvarer de krav som stilles i NRØAs anbefalte rammeplan for Bachelor i økonomi og administrasjon

(Bachelor i økonomi og ledelse) eller Bachelor i regnskap og revisjon, kan søke om tittelen Master i økonomi og ledelse med «siviløkonom» som sideordnet tittel ved fullført masterstudium: «Master i økonomi og ledelse - siviløkonom».

Kandidater som er tatt opp på studiet med basis i en bachelor som ikke er godkjent etter kriterier fra Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA) vil ved fullført masterstudium da få tittelen «Master i økonomi og ledelse», men uten sidetittelen «siviløkonom».

Studiet gir spesialkompetanse i økonomistyring. Kombinert med avansert kunnskap om markedsføringsledelse, samt oppøving av analytiske ferdigheter, gir studiet en anvendelig kompetanse som gir mulighet for en variert karriere. Kandidatene kan gå inn i lederstillinger hvor det stilles høye krav til kvalifiserte og handlingskompetente ledere, som kan sette både markedsmessige rammefaktorer og posisjoneringer og styring og kontroll innad i egen organisasjon i fokus. Masterstudiet skal i første rekke utdanne kandidater til lederstillinger eller spesialiststillinger innenfor økonomistyring både i tjeneste- og kunnskapsbedrifter og produksjonsbedrifter. Studiet gir kompetanse som har stor anvendelighet også i offentlig og frivillig sektor.

Master i økonomi og ledelse med spesialisering økonomistyring vil konkret kunne kvalifisere til stillinger som toppleder eller økonomisjef i små og mellomstore virksomheter, Controller i mellomstore eller store virksomheter eller som konsulent eller rådgiver innenfor økonomistyring i alle miljøer innen både privat konsulentvirksomhet og i offentlig sektor.

En dybdemaster vil kunne gi opptaksgrunnlag til phd-utdanning innenfor bedriftsøkonomi med profil innenfor økonomistyring. Opptak til et phd-studium avgjøres av den enkelte institusjonen som gir phd-utdanning.

Opptakskrav og rangering

Bachelorgrad eller likeverdig fullført 3-årig utdanning med fordypning i økonomisk-administrative fag. Utdanningen må tilfredsstillende fagkravet om fordypning på minst 90 studiepoeng innen økonomi og administrasjon med følgende fagsammensetning: 30 studiepoeng i bedriftsøkonomisk analyse (finansregnskap, økonomistyring, investering og finansiering), 25 studiepoeng administrasjonsfag (markedsføring, organisasjon og ledelse, foretaksstrategi), 15-20 studiepoeng i samfunnsøkonomi (makroøkonomi, mikroøkonomi) og 15-20 studiepoeng i metode (matematikk for økonomer, statistikk for økonomer, samfunnsvitenskapelig metode)

For å oppnå sidetittelen «siviløkonom» ved fullført mastergrad, må man ha følgende fagkombinasjon fra grunnutdanningen:

Metodefag: 20 studiepoeng (matematikk for økonomer, statistikk for økonomer, samfunnsvitenskapelig metode)

Samfunnsøkonomi: 15 studiepoeng (makroøkonomi, mikroøkonomi)

Bedriftsøkonomisk analyse: 30 studiepoeng (finansregnskap, økonomistyring, investering og finansiering)

Administrasjonsfag: 25 studiepoeng (markedsføring, organisasjon og ledelse, foretaksstrategi)

Videreførings-/fordypningsemner: 30 studiepoeng fra faggruppene ovenfor.

Søkere som har Bachelor i økonomi og administrasjon, Bachelor i økonomi og ledelse, Bachelor i revisjon eller Bachelor i regnskap og revisjon fra en norsk utdanningsinstitusjon tilfredsstillende dette kravet. Søkere med annen bakgrunn som mener de oppfyller dette fagkravet, kan søke om siviløkonomtittel ved fullført Master i økonomi og ledelse. Søknaden må sendes før utstedelse av vitnemål og alle emner som inngår i grunnlaget for siviløkonomtittelen må da være bestått.

Det gis 3.0 poeng ekstra til søkere med vitnemål fra Høgskolen i Hedmark.

Dersom det er flere kvalifiserte søkere enn antall studieplasser, rangeres søkerne i hht bestemmelser i *Forskrift om opptak, studier og eksamen ved Høgskolen i Innlandet*.

Arbeids- og undervisningsformer

Studiets arbeidsformer legger til rette for aktivt arbeid med problemstillinger som er relevante for praksisfeltet og som gjør at studentene får et eierforhold til egen læreprosess og studerer på en måte som har overføringsverdi til arbeidslivet.

Undervisningen vil være basert på en kombinasjon av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Undervisningen vil ha et sterkt innslag av gruppeaktiviteter og det vektlegges utvikling av ferdigheter i samarbeid, presentasjon og å gi og motta konstruktive tilbakemeldinger. I periodene mellom samlingene forutsettes det at studentene jobber både individuelt og i grupper med forberedelser og etterarbeid

knyttet til læringsaktivitetene på samlingene. Gruppearbeid kan skje både ved at studentene møtes fysisk eller ved ulike former for elektronisk kommunikasjon. Ulike former for IKT-støttet undervisning vil inngå i den pedagogiske verktøykassen.

Obligatoriske arbeidskrav skal sikre at studentene oppnår læringsutbyttet. I hvert enkelt emne er det krav om obligatorisk frammøte på minimum 50 % av emnets underviste timer. Det er obligatoriske arbeidskrav i alle emner, knyttet til temaer på kommende samling. Arbeidskravene skal bidra til å gi studenten jevn faglig progresjon gjennom semesteret og grunnlag for refleksjon, dialog og diskusjon rundt problemstillinger på samlinger. I arbeidskravene inngår skriftlige innleveringer og muntlige presentasjoner, både individuelt og i gruppe. På denne måten bidrar vurderingsformen og arbeidskravene til å bygge opp under evne til selvstendig arbeid, evne til å samarbeide med andre og trening i muntlig og skriftlig kommunikasjon innenfor alle studiets fagområder.

Vurderingsformer

Studiet har varierte vurderingsformer hvor studenten testes både individuelt og i gruppe, samt gjennom skoleeksamener og større oppgaver som strekker seg over tid. Vurderingsformene er valgt ut i fra emnenes egenart og mål om samlet sett å sikre at overordnet læringsutbytte for studiet blir vurdert.

Følgende vurderingsformer vil benyttes i studiet:

- Individuell skriftlig skoleeksamen, 4 timer
- Individuell hjemmeeksamen, 2 dager
- Individuell hjemmeeksamen, 10 dager
- Semesteroppgave, individuelt og i gruppe på inntil 3
- Masteroppgave, i gruppe på inntil 2 personer (unntaksvis individuell), med avsluttende muntlig eksamen.

I alle emner benyttes graderte bokstavkarakterer, A-F, der E er laveste beståtte karakter.

Vurderingsformen for det enkelte emne er angitt i emnebeskrivelsene.

Internasjonalisering

Heltidsstudenter kan ta ett semester som utvekslingsstudent. Utvekslingsoppholdet gjennomføres i studiets tredje semester. Det vil også være mulig å ta ett enkelt emne (valgemne) som utvekslingsstudent i form av sommerkurs.

Deltidsstudenter kan ta ett enkelt emne ved en institusjon som har sommerkurs eller ved

at studenten tar ett eller flere masteremner med samlingsbasert undervisning ved Handelshögskolan ved Karlstads universitet. Det vil også være mulig å ta et helt semester i utlandet for deltidsstudenter, men det kan da være hensiktsmessig å studere på heltid mens man er på utveksling. Deltidsstudenter anbefales for øvrig å legge et eventuelt utvekslingsopphold til femte semester (tredje studieår).

Emner ved utenlandsk institusjon må velges slik at studiets overordne læringsutbytte nås. Studenter som planlegger å avlegge deler av sin grad i utlandet, må få det planlagte oppholdet godkjent på forhånd av profilansvarlig på grunnlag av emnebeskrivelser og pensumlister fra utenlandsk institusjon, samt uttalelser fra emneansvarlige innenfor relevante fagområder ved Høgskolen i Hedmark. Kriteriene for å få godkjent utenlandsoppholdet er at semesteret samlet sett gir minimum 30 ECTS på masternivå og tilstrekkelig stor overlapping i innhold og omfang av obligatorisk emner til at læringsutbyttene oppnås, samt at studenten oppnår det antall studiepoeng innenfor hovedprofilen og støtteprofilen som er angitt i studieplanen. I de tilfeller hvor omfanget av et obligatorisk emne i utlandet er lavere enn 7,5 ECTS, må dette kompenseres med at man tar et komplementært emne i tillegg.

Internasjonalisering er en viktig del av en masterutdanning. For å legge til rette for innkommende utvekslingsstudenter vil en del av emnene i høstsemesteret kunne undervises på engelsk (se undervisningsspråk i emnebeskrivelsene), slik at utvekslingsstudentene kan følge undervisningen sammen med norske studenter og dermed bidra til et internasjonalt studiemiljø. Undervisningen i studiet vil i øvrige emner hovedsakelig være på norsk eller eventuelt andre skandinaviske språk. Også i disse emnene er en vesentlig del av pensumlitteraturen engelskspråklig og hentet fra internasjonale tidsskrifter og deler av emner vil kunne undervises på engelsk i forbindelse med utveksling av vitenskapelig ansatte. Det vil også være mulig å skrive masteroppgaven på engelsk.

Studiets oppbygging og innhold

Innhold

Studiet her et todelt kompetanseområde med økonomi og ledelse i et tjenesteperspektiv gjennom hovedprofilen økonomistyring og støtteprofilen markedsføringsledelse. Studiets hovedprofil er bygd opp med en plattform for økonomi, som gir et teoretisk grunnlag for å forstå den historiske utviklingen innenfor økonomistyring og en teoretisk plattform for å forstå de grunnleggende prinsippene for økonomisk styring og kontroll. Ut i fra dette utdypes og utvides det teoretiske og empiriske grunnlaget for å forstå hvordan økonomifunksjonen utøves i et strategisk styringsperspektiv. Støtteprofilen består av en plattform for ledelse som utøves i et markedsoperspektiv. Bærebjelkene i plattformen er markedsføringsfagets grunnlag og

utvikling og de strategiske utfordringene virksomheter står overfor. Dette danner grunnlaget for å forstå hvordan virksomheter tilrettelegger for en markedsrelatert ledelse og hvordan de kan kommunisere dette strategisk til sine omgivelser.

Hovedprofilen gir fordypning i studiet. Innhold og emner innenfor hovedprofilen er valgt med utgangspunkt i den utvidede forståelsen av økonomistyring som er beskrevet i innledningen. Studiets hovedprofil er bygd opp med en grunnblokk på to emner, som gir en faglig plattform for økonomistyring. Emnet (i) Økonomisk styring og kontroll gir inngående kunnskap om hvordan ressursene i virksomheten effektivt kan styres og kontrolleres. Denne kunnskapen kombineres med, (ii) Økonomisk organisasjonsteori gir et teoretisk grunnlag for å forstå virksomheters behov for informasjon, styring og kontroll, samt koblinger mellom økonomisk organisasjonsteori og strategifaget. De tre øvrige obligatoriske emnene i hovedprofilen går dypere inn hvordan økonomistyring utøves. Emnet (iii) Strategisk økonomistyring utvider økonomistyringen både mot det strategiske og det operative nivået. Emnet (iv) Regnskap – teori, praksis og analyse fokuserer på regnskapsinformasjon som økonomistyringens finansielle beslutningsgrunnlag, mens (v) Investeringer og beslutningsstøtte behandler hvordan virksomheten kan skape seg et fleksibelt handlingsrom gjennom sine investeringsbeslutninger. Gjennom valgemen vil studenten ha mulighet til å velge ytterligere bredde eller dybde innenfor økonomistyring og dermed bygge sin egen kompetanseprofil.

Støtteprofilen gir bredde i studiet og komplementerer hovedprofilen. De to obligatoriske emnene i støtteprofilen gir en faglig plattform for å forstå hvordan virksomheten kan bedre sin verdiskaping gjennom inngående kunnskap om virksomheter markedsposisjon, rammebetingelser og strategiske handlingsrom som oppnås i emnet (i) Strategi og ledelse og inngående kunnskap om markedsføringsfaget egenart, forståelse og utvikling gjennom emnet (ii) Markedsføringsteori. Bærebjelkene i plattformen er markedsføringsfagets grunnlag og utvikling og de strategiske utfordringene virksomheter står overfor, noe som danner et viktig grunnlag for å forstå økonomistyring i et strategisk perspektiv. Tjenesteaspektet i alle virksomheter understreker viktigheten av å forene produktive og innovative krefter i det verdiskapende møtet med kunden på en systematisk og situasjonsbestemt måte.

Videre så er metodeforståelse og -kunnskap viktig for å kunne forstå og analysere den store strømmen av informasjon som virksomheten må ha for å kunne gjøre de riktige tingene og kunne gjøre ting riktig. Studiet har derfor to metodeemner som til sammen vil danne et solid grunnlag for å kunne innhente og analysere både kvalitative og kvantitative data. Emnene (i) Kvalitativ metode og (ii) Anvendt statistisk metode danner grunnlaget for kunnskap innenfor hvert sitt metodiske ståsted.

Oppsummert gir Master i økonomi og ledelse dybdekompetanse gjennom hovedprofilen

økonomistyring som gir kandidaten spesialisert innsikt i virksomhetens verdiskaping gjennom å forstå dens forutsetninger, gjennomføring og kontroll. Støtteprofilen gir breddekompetanse gjennom en plattform for ledelse som utøves i et markedsperspektiv. Kombinasjonen av emnene i hovedprofilen og støtteprofilen gir avansert kunnskap om strategisk ledelse og økonomistyring i et tjenesteperspektiv og kan kombinere dette for å bedre virksomheters verdiskaping gjennom markedsføringsledelse og effektiv styring. Studiet tar med det utgangspunkt i økonomistyring som et aktivt skapende fagområde som gir støtte til effektivisering av prosessene i virksomheten. Metodekunnskap gir grunnlag for å analysere komplekse problemstillinger, samt gjennomføre utviklingsprosjekter og forskningsarbeid.

Organisering

Studiet starter med en felles obligatorisk oppstartsamling. Studiet har deretter ca. 30 timer med organisert undervisning per emne. Studiet er samlingsbasert og emnene er gruppert slik at det undervises i to emner per samling. Det vil være 8-10 samlinger av 2-3 dager per semester for heltidsstudenter og 4-5 samlinger av 2-3 dager per semester for deltidsstudenter. I tillegg til den organiserte undervisningen som gis innenfor hvert enkelt emne, vil det kunne tilbys gjesteforelesninger som går på tvers av emner. Studiet vil ha sin base på Campus Rena, men enkelte samlinger kan også kunne legges til andre steder i regionen.

I første semester vil det blant annet gis en innføring i kilder og kildebruk, litteratursøk, argumentasjons- og diskusjonslinjer, teamarbeid, presentasjonsteknikk og bruk av elektroniske verktøy som anvendes i studiet.

Oppbygning

I henhold til NRØA sin anbefalte plan for toårig masterstudium gir studiet både fordypning og bredde, og er organisert i et spesialiseringsområde innenfor økonomiske fag (hovedprofil økonomistyring) og et støtteområde innenfor ledelsesfag (støtteprofil markedsføringsledelse).

Studieplan er bygget opp med følgende hovedstruktur:

- Hovedprofil: 82,5 studiepoeng, hvorav valgemner 15 studiepoeng
- Støtteprofil: 22,5 studiepoeng, hvorav valgemne 7,5 studiepoeng
- Metodeemner: 15 studiepoeng

Obligatoriske emner som inngår i hovedprofil:

- 3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori, 7,5 studiepoeng
- 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll, 7,5 studiepoeng

- 3MØS220 Strategisk økonomistyring, 7,5 studiepoeng
- 3MØS230 Regnskap – teori, praksis og analyse, 7,5 studiepoeng
- 3MØS240 Investeringer og beslutningsstøtte, 7,5 studiepoeng
- 3MMØ300 Masteroppgave, 30 studiepoeng

Aktuelle valgemenner innenfor hovedprofil:

- 3MØS300 Selskapsverdsettelse og skatteatferd, 7,5 studiepoeng
- 3MØS250 Prosessforbedringer og forretningsmodeller, 7,5 studiepoeng
- 3MØS260 Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon, 7,5 studiepoeng
- 3MES100 Etikk og virksomhetens samfunnsansvar, 7,5 studiepoeng
- 3MFØ05 Forvaltningsøkonomi, 10 studiepoeng (fra MPA-studiet)
- 3MFØ20 Offentlig finans og formuesforvaltning, 10 studiepoeng (fra MPA-studiet)

Obligatoriske emner som inngår i støtteprofil:

- 3MMF100 Markedsføringsteori, 7,5 studiepoeng
- 2MMF120 Strategi og ledelse, 7,5 studiepoeng

Aktuelle valgemenner innenfor støtteprofil:

- 3MES 100 Etikk og virksomhetens samfunnsansvar, 7,5 studiepoeng
- 3MMF200 Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon, 7,5 studiepoeng
- 3MMF220 Verdiskaping og tjenesteyting, 7,5 studiepoeng
- 3MMF240 Tjenesteinnovasjon, 7,5 studiepoeng
- 3MMF260 Krise i markedsrelasjonene, 7,5 studiepoeng
- 3MSA70 Strategisk personalledelse og arbeidsrett, 10 studiepoeng (fra MPA-studiet)
- 3MSA50 International Governance, 10 studiepoeng (fra MPA-studiet)
- 3MSA15 Organisasjonsteori og strategi, 10 studiepoeng (fra MPA-studiet)

Valgemner:

Studenten må velge to valgemenner innenfor hovedprofilen og ett valgemenne innenfor støtteprofilen. Etikk og samfunnsansvar kan inngå som valgemenne i både hovedprofil og støtteprofil. Det vil kunne forekomme endringer i valgemenneporteføljen fra år til år. For at et valgemenne skal tilbys er det en forutsetning at det melder seg tilstrekkelig antall studenter innen påmeldingsfristen semesteret før. For valgemenner som ikke inngår som obligatoriske emner i andre studier, dvs. som tilbys spesielt for Master i økonomi og ledelse med spesialisering økonomistyring, kreves det normalt minimum sju studenter for at emnet skal tilbys.

Obligatoriske metodeemner 15 studiepoeng:

- 3MSM120 Kvalitativ metode, 7,5 studiepoeng
- 3MSM200 Anvendt statistisk metode, 7,5 studiepoeng

Det tilbys et forkurs i kvantitativ metode i forkant av oppstart av emnet Anvendt statistisk metode. Studenter som trenger oppfriskning eller supplering av metodekunnskap fra bachelornivå og/eller innføring i bruk av statistikkprogram anbefales å følge dette kurset. Kurset består både av nettressurser og en ekstra samling i begynnelsen av semesteret med praktiske øvelser.

Progresjon

Emnene Strategi og ledelse, Økonomisk organisasjonsteori, Økonomisk styring og kontroll, Strategisk økonomistyring, Markedsføringsteori, og Kvalitativ metode og Anvendt statistisk metode bygger videre på de forkunnskapene som kreves fra bachelornivå gjennom opptaksgrunnlaget. Gjennom disse emnene får man inngående og avansert kunnskap innenfor de respektive fagområdene. De videregående emnene innenfor økonomistyring bygger videre på, utvider og kombinerer denne kunnskapen slik at man oppnår avansert og spesialisert kunnskap innenfor spesialiseringsområdet (økonomistyring). Dette gir en faglig progresjon i studiet gjennom at nivået på kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse i emnene øker ut over i studiet. Det er videre en progresjon i de analytiske ferdighetene som kreves innenfor spesialiseringsområdet, samt økt krav til selvstendighet og vurderingsevne utover i studiet. Etske problemstillinger er integrert på tvers av emnene.

De to metodeemnene vil bli sett i sammenheng gjennom at undervisningen tar et felles utgangspunkt med case og oppgaveløsning og gir dermed en forståelse for samspillet mellom kvalitative og kvantitative teknikker og metoder. Det første metodeemnet dekker presisering av problemstilling, litteratur review og oppstilling av teoretiske referanserammer som studeres ut i fra kvalitative teknikker og metoder. Det andre metodeemnet tar utgangspunkt i forståelsen av referanserammen og kvalitative resultater fra det første emnet, som nå studeres ved kvalitative metoder og teknikker. De to metodeemnene gir sammen med øvrige emner i studiet kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse som skal gi grunnlag for å skrive masteroppgaven. Gjennom masteroppgaven oppnår man spesialisert teoretisk, empirisk og metodisk kunnskap knyttet til en selvvalgt problemstilling innenfor studiets hovedprofil.

For å oppnå faglig progresjon gjennom studieløpet er emner som kommer tidlig i studiet forkunnskapskrav til emner som kommer senere i studiet, dvs. at disse emnene må være bestått for at man skal kunne avlegge eksamen i neste emne. Det anbefales for øvrig generelt at man tar emnene i den rekkefølgen de er satt opp i studieplanen.

Følgende formelle forkunnskapskrav er lagt inn i studieplanen for de obligatoriske emnene:

- Økonomisk styring og kontroll og Økonomisk organisasjonsteori er forkunnskapskrav til Regnskap – teori, praksis og analyse.
- Strategi og ledelse og Økonomisk styring og kontroll er forkunnskapskrav til Strategisk økonomistyring.
- Strategi og ledelse, Økonomisk organisasjonsteori og Økonomisk styring og kontroll er forkunnskapskrav til Investeringer og beslutningsstøtte..
- Masteroppgaven velges innenfor studiets spesialiseringsområde. Alle emner i studiet må være bestått for at man skal kunne levere masteroppgaven.

Mange av valgemnene har også forkunnskapskrav. Dette er angitt i emnebeskrivelsene for de aktuelle emnene.

I utdanningsplanen skal studenten bekrefte sin planlagte progresjon. Valg av valgbare emner skal være en del av utdanningsplanen. Studentene oppfordres til, allerede fra starten, å tenke målbevisst på masteroppgaven.

Master i økonomi og ledelse med spesialisering i økonomistyring - Heltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester			
				Høst 2017	Vår 2018	Høst 2018	Vår 2019
Heltid							
3MØS100	Økonomisk organisasjonsteori	7,5	O	7,5			
3MØS120	Økonomisk styring og kontroll	7,5	O	7,5			
3MMF120	Strategi og ledelse	7,5	O	7,5			
3MMF100	Markedsføringsteori	7,5	O	7,5			
3MØS220	Strategisk økonomistyring	7,5	O		7,5		
3MØS230	Regnskap – teori, praksis og analyse	7,5	O		7,5		
3MØS240	Investeringer og beslutningsstøtte	7,5	O		7,5		
3MSM120	Kvalitativ metode	7,5	O		7,5		
3MSM200	Anvendt statistisk metode	7,5	O			7,5	
3MØS300	Selskapsverdsettelse og skatteatferd	7,5	V			7,5	
3MØS250	Prosessforbedringer og forretningsmodeller	7,5	V			7,5	
3MØS260	Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon	7,5	V			7,5	
3MES100	Etikk og virksomhetens samfunnsansvar	7,5	V			7,5	
3MMF240	Tjenesteinnovasjon	7,5	V			7,5	
3MMF360	Krise i markedsrelasjonene	7,5	V			7,5	
3MMØ300	Masteroppgave	30	O				30
Sum:				30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Master i økonomi og ledelse med spesialisering økonomistyring - Deltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester								
				Høst 2017	Vår 2018	Høst 2018	Vår 2019	Høst 2019	Vår 2020	Høst 2020	Vår 2021	
Deltid												
3MMF120	<u>Strategi og ledelse</u>	7,5	O	7,5								
3MØS120	<u>Økonomisk styring og kontroll</u>	7,5	O	7,5								
3MØS220	<u>Strategisk økonomistyring</u>	7,5	O		7,5							
3MSM120	<u>Kvalitativ metode</u>	7,5	O		7,5							
3MØS100	<u>Økonomisk organisasjonsteori</u>	7,5	O			7,5						
3MMF100	<u>Markedsføringsteori</u>	7,5	O			7,5						
3MØS230	<u>Regnskap – teori, praksis og analyse</u>	7,5	O				7,5					
3MØS240	<u>Investeringer og beslutningsstøtte</u>	7,5	O				7,5					
3MØS250	<u>Prosessforbedringer og forretningsmodeller</u>	7,5	V					7,5				
3MØS300	<u>Selskapsverdsettelse og skatteatferd</u>	7,5	V					7,5				
3MØS260	<u>Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon</u>	7,5	V					7,5				
3MES100	<u>Etikk og virksomhetens samfunnsansvar</u>	7,5	V					7,5				
3MSM200	<u>Anvendt statistisk metode</u>	7,5	O						7,5			
3MMF200	<u>Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon</u>	7,5	V						7,5			
3MMF220	<u>Verdiskaping og tjenesteyting</u>	7,5	V						7,5			
3MMØ300	<u>Masteroppgave</u>	30	O							15	15	
				Sum:	15	15	15	15	15	15	0	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori

Emnekode: 3MØS100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved fullført emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om økonomiske teorier som kan forklare virksomhetens grenser, hvorfor noen økonomiske transaksjoner gjøres i et marked, mens andre gjøres internt i virksomheten (k1)
- har inngående kunnskap om hvorfor asymmetrisk informasjon og transaksjonskostnader kan gi ineffektive løsninger og hvordan problemet kan løses innenfor markeder og organisasjoner (k2)

- har inngående kunnskap om hvordan økonomisk organisasjonsteori kan forklare konkurransemessige fortrinn gjennom egenskaper ved virksomhetens ressursbase, samt hvordan virksomheten kan samskape, endre og utvide sin ressursbase gjennom sine relasjoner (k3)
- har oversikt over de historiske linjene innenfor økonomisk organisasjonsteori og dens teoretiske bidrag til strategisk ledelse og økonomistyring (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende og forholde seg kritisk til økonomisk organisasjonsteori og forskningsresultater på området (f1)
- kan strukturere og formulere faglige resonnementer knyttet til organisering og styring av virksomheter, samt foreslå løsninger på praktiske og teoretiske problemer på grunnlag av egne analyser (f2)

Generell kompetanse

Studenten

- kan identifisere etiske problemstillinger og drøfte virksomhetens samfunnsansvar i forbindelse med økonomisk organisering (g1)

Innhold

- Transaksjonskostnadsteori, begrenset rasjonalitet og opportunisme
- Vertikal integrasjon, risikodeling, incentiver, kontrakter og tillit
- Ressursbaserte teorier
- Dynamiske kapabiliteter
- Prinsipal-agentteori, moralsk hasard
- Utvalgsskjevhet, signalisering og screening

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på

inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.

- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

2 dagers individuell skriftlig hjemmeeksamen. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS120 Økonomisk styring og kontroll

Emnekode: 3MØS120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om tradisjonell tilnærming til økonomisk styring og kontroll (k1)
- har inngående kunnskap om kritikken mot de tradisjonelle økonomiske styringsmodellene (k2)
- har inngående kunnskap om utviklingen fra tradisjonell økonomistyring til innovative modeller for styring, kontroll og prestasjonsmåling (k3)
- har inngående kunnskap om teorigrunnlaget og viktige egenskaper ved økonomi- og virksomhetsstyringen (k4)
- har inngående kunnskap om koblingen mellom styringsmodeller og strategiimplementering (k5)
- kan diskutere og analysere utviklingen fra tradisjonell økonomistyring til

virksomhetsstyring (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan forholde seg kritisk til teorier for økonomisk styring og kontroll i forhold til virksomheters problemstillinger og utfordringer (f1)
- kan analysere grunnleggende forutsetninger for økonomistyring og kontroll i forhold til aktuelle og situasjonsspesifikke behov i virksomhetene (f2)

Generell kompetanse

Studenten

- kan identifisere etiske problemstillinger knyttet til økonomisk styring og kontroll (g1)
- kan kommunisere hvordan ulike styringsmodeller kan bidra til å understøtte virksomhetens strategiimplementering (g2)

Innhold

- Tradisjonell tilnærming til økonomisk styring og kontroll
- Kritikken mot tradisjonelle økonomiske styringsmodeller
- En oversikt over nyere modeller for økonomi- og virksomhetsstyring
- Behov for helhetsperspektiv i økonomistyringen som grunnlag for utviklingen til virksomhetsstyring
- Prestasjonsmåling
- Virksomhetsstyring og styringsfilosofi
- Management Control som en del av virksomhetsstyringen
- Virksomhetsstyring, organisasjonsstruktur og strategiimplementering

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsing, arbeid i grupper og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre

av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.

- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren i emnet) og semesteroppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren i emnet). Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.

Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakere i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF120 Strategi og ledelse

Emnekode: 3MMF120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studentene oppnådd følgende læringsutbytte:

*Kunnskap
Studenten*

- har inngående kunnskap om strategibegrepet og sentrale elementer innenfor strategisk ledelse som en del av den markedsstrategiske tenkning, anskaffelse og videreutvikling av virksomhetens menneskelige ressurser og optimal bruk av økonomiske ressurser (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan den enkelte virksomhet kan identifisere, utvikle og utnytte særegne ressurser og kapasiteter som vil kunne gi varig konkurransekraft (k2)
- har inngående kunnskap om styret, toppledelsen og andre interessenters rolle i strategiutvikling (k3)
- har inngående kunnskap om virksomhetens optimale eksterne rekkevidde gjennom virkemidler som oppkjøp, allianser og internasjonalisering (k4)
- har inngående kunnskap om de grunnleggende premisene bak et motiverende miljø i virksomheten, hvor “den klare tanke” og “de brennende hjerter” kombineres

til å skape tro på og tilslutning til virksomhetens grunnleggende ambisjoner og visjoner (k5)

- har innsikt i utviklingsperspektiver på strategi som fagdisiplin (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan forholde seg kritisk til interne og eksterne faktorer som påvirker det strategiske utfallet i arbeidet med å utvikle en helhetlig og innbyrdes sammenhengende strategi for virksomheten (f1)
- kan anvende virkemidler som forsvarer en best mulig markeds- og konkurranseposisjon for virksomheten og hvordan ledelsessystemer bør utformes for å implementere de ulike delstrategiene (f2)
- forstår betydningen av metodiske og analytiske tilnærminger til strategiske spørsmål innenfor en virksomhetskultur (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- kan formidle problemstillinger knyttet etikk, holdninger og samfunnsansvar og gjennom dette legge grunnlaget for et reflektert miljø hvor disse holdningene diskuteres og prøves mot praktiske utfordringer i virksomheten (g1)
- kan prinsippene for å formidle virksomhetens strategi internt overfor medarbeidere og ekstern i forhold til de aktørene i omgivelsene som i vid forstand skaper rammebetingelser for virksomhetens virksomhet (g2)
- forstår nødvendigheten av og konsekvensene ved å utvikle en trygg organisasjonskultur som kan tillate og tåle uenighet og konstruktiv strid om strategiske valg, som grunnlag for nytenkning og innovasjonsprosesser (g3)
- kan referere til og begrunne den komplekse sammensetningen av kunnskaper, ferdigheter, holdninger og handlekraft som kreves av ledere på alle nivåer ved omfattende strategiske endringsprosesser organisasjonen (g4)
- har forutsetninger for å omsette tanker om de viktigste utfordringene i virksomheten til handling, og gjennomføre strategi- og endringsprosesser i virksomheten (g5)

Innhold

- Teoretisk utviklingsperspektiver på strategi som fagdisiplin
- Strategiprosesser – ulike perspektiver
- Virksomhetens markeds- og konkurranseposisjon
- Generiske konkurransestrategier
- Konkurrent- og omgivelsesanalyse

- Scenarioutvikling- og analyse
- Nettverksteori og nettverksstrategi – samarbeide eller konkurrere?
- Intern-analyse og ressursbasert teori
- Utvikling av struktur, virksomhetskultur og kompetanse som understøtter virksomhetens mål
- Effektivitetsmål, insentivsystemer, måleparametere, belønninger på individ- og gruppenivå
- Samfunnsansvar, samt normativ og empirisk etikk

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, arbeid i grupper og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Individuell hjemmeeksamen (case) over 10 dager som teller 100% av karakteren i emnet.

Fra og med høsten 2018 endres eksamensformen til:

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen (case).

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF100 Markedsføringsteori

Emnekode: 3MMF100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om markedsføringsteoriens bakgrunn og forutsetninger (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan markedsføringsfagets forståelse, teorier og dominerende tenkning har endret seg over tid og hvor faget står i dag (k2)
- har inngående kunnskap om hvordan markedsorientering, nettverk og relasjoner påvirker virksomhetens markedsfunksjon og kundeatferd (k3)
- kan bidra til en økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt virksomhetens markedsføringsfunksjon (k4)
- har inngående kunnskap om hvordan markedet og de samfunnsmessige utfordringer og rammebetingelser virksomheten møter har betydning for utviklingen av markedsføringsfaget (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og forholde seg kritisk til forskningslitteraturens beskrivelse av markedsføringsfunksjonen, fagets teoretiske ståsted og utfordringer (f1)
- kan analysere eksisterende markedsføringsteorier og fortolkninger og anvende disse i et selvstendig arbeid med praktisk og teoretisk problemløsning (f2)
- kan identifisere og gjennomføre aktiviteter som vil øke virksomhetens verdiskaping (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere kritisk over markedsførings betydning for næringsliv og samfunn (g1)
- kan formidle kunnskap om markedsteoretiske forhold i skriftlig form (g2)

Innhold

- Markedsfilosofi og dominerende markedspektiver
- Markedet, markedsomgivelser og virksomhetens rammebetingelser
- Kundeatferd
- Markedsstrategi og markedsføringens organisering
- Markedsorientering og resultater
- Relasjoner og nettverk

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren i emnet) og semesteroppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren i emnet). Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakere i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS220 Strategisk økonomistyring

Emnekode: 3MØS220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MMF120 Strategi og ledelse og 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert kunnskap om nyere (innovative) kalkylemodeller (k1)
- har avansert kunnskap om sammenhengen mellom forskjellige kostnadskonsepter og beslutningsstøtte (k2)
- har avansert kunnskap om strategiske lønnsomhetsanalyser (k3)
- har avansert kunnskap om en tjenesteorientert tilnærming til økonomistyring (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan forholde seg kritisk til teoretiske modeller og empirisk forskning innen fagområdet strategisk økonomistyring slik at egne resonnementer kan formuleres (f1)

- kan utvikle, implementere og bruke nyere modeller for økonomistyring (f2)
- kan utvikle modeller for tjenesteorientert og situasjonsspesifikk tilnærming til økonomistyring (f3)
- kan analysere og drøfte hvilke modeller og kostnadskonsepter som er relevante i aktuelle situasjoner (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan argumentere, forsvare eller rettferdiggjøre egne ideer, beslutninger og anbefalinger i forbindelse med økonomiske analyser (g1)
- kan diskutere og analysere ulike innovative modeller for strategisk økonomistyring (g2)

Innhold

- Innovative modeller for økonomistyring – utvikling og praktisk utbredelse
- Strategiske kostnadsanalyser
- ABC/M og verdikjedeanalyse
- Resource Consumption Accounting
- Målkostnadsanalyse og levetidskostnader
- Modeller for kundelønnshetsanalyser
- Balansert målstyring og alternative modeller for balansert målstyring
- Beyond Budgeting
- Internprising
- Økonomistyring med tjenesteperspektiv som utgangspunkt

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som skal leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett individuelt muntlig framlegg.

- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Individuell semesteroppgave. Prestasjonen vurderes med gradert bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS230 Regnskap – teori, praksis og analyse

Emnekode: 3MØS230

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emnet 3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori og 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert kunnskap om bredden og kompleksiteten innenfor regnskapsfaget (k1)
- har inngående kunnskap om utfordringer ved regnskapsmessige skjønnsvurderinger og fortolkninger (k2)
- har spesialisert kunnskap om sentrale norske regnskapsregler og hovedtrekk i internasjonale regnskapsregler (IFRS) (k3)
- har avansert kunnskap om tradisjonelle regnskaps- og rapporteringsmodeller og nyere innovasjoner i rapporteringspraksis (k4)
- har avansert kunnskap om regnskapsteori og formål med regnskap og kvalitative egenskaper ved formålstjenlig informasjon for regnskapsbrukerne (k5)

- har avansert kunnskap om regnskapsharmonisering på tvers av landegrensener og sektorer (k6)
- har inngående kunnskap om ulike måter å analysere regnskap på og inngående kunnskap om atferdsmessige konsekvenser med hensyn til måten regnskapsinformasjon er presentert på (k7)

Ferdigheter

Studenten

- kan forholde seg kritisk til underliggende forutsetninger for regnskap, og hva det vil si å endre slike forutsetninger (f1)
- kan drøfte utfordringer ved tradisjonelle regnskapsmodeller og rapporteringsformer (f2)
- kan vurdere alternative rapporteringsformer, med tilhørende fordeler og ulemper (f3)
- kan drøfte forutsetningene for regnskapsanalyse av virksomheter ut fra formål og egenskaper ved formålstjenlig informasjon for regnskapsbrukerne (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere og diskutere spenningsforholdet mellom regnskapsteori og -praksis (g1)
- kan reflektere over etiske problemstillinger innenfor emnet (g2)
- kan anvende sine faglige kunnskaper kritisk på aktuelle problemstillinger innen emnet (g3)
- kan formidle sentralt fagstoff gjennom relevante uttrykksformer (g4)
- kan utveksle faglige synspunkter og erfaringer med andre fagpersoner og regnskapsbrukere (g5)
- kan bidra til rapporteringsinnovasjon i bedrifter (g6)
- kan tilegne seg oppdatert kunnskap innenfor ovenfornevnte kunnskaps- og ferdighetsområder (g7)

Innhold

- Regnskapets formål og regnskapsmodeller
- Kvalitative egenskaper ved regnskapsinformasjon
- Regnskapspraksis og regelverk
- Regnskapsharmonisering
- Finansregnskapsmodellen fra regnskapsloven
- Finansregnskapsmodellen i statsforvaltningen

- Samfunnsansvars- og miljørapportering
- Regnskapet som kilde for styringsinformasjon og regnskapsanalyse
- Rapporteringskvalitet og regnskapsmanipulasjon

Et kritisk perspektiv på regnskap vil gjennomsyre hvert av disse punktene

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, diskusjoner og oppgaveløsning i grupper. Det tas sikte på å bruke nyhetssaker i undervisningen. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som skal leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

To dagers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS240 Investeringer og beslutningsstøtte

Emnekode: 3MØS240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MMF120 Strategi og ledelse, 3MVS100 Økonomisk organisasjonsteori og 3MVS120 Økonomisk styring og kontroll må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om tradisjonelle investeringsanalyser og hvilke forutsetninger disse er bygget på (k1)
- har avansert kunnskap om håndtering av risiko i tradisjonelle investeringsanalyser (k2)
- har spesialisert kunnskap om behandling av risiko og verdsettelse av prosjekter med utgangspunkt i realopsjonsteori og gjennom dette innsikt i for hvordan virksomheter kan skape seg fleksibilitet (k3)
- har inngående kunnskap om opsjonsteori (k4)
- har inngående kunnskap om teorier angående finansiering og kapitalstruktur (k5)

Ferdigheter Studenten

- kan innhente, analysere og tolke informasjon som grunnlag for investeringsanalyse og forholde seg kritisk til informasjonskildene (f1)
- kan forholde seg kritisk til modeller for analyse av investeringer under usikkerhet og verdsettelse på en slik måte at egne resonnementer kan formuleres (f2)
- kan drøfte og vurdere og ulike modeller for analyse av investeringer under usikkerhet og verdsettelse (f3)
- kan anvende relevante metoder for å gjennomføre analyser av investeringer under usikkerhet og verdsettelse med utgangspunkt i realopsjonsteori (f4)

Generell kompetanse Studenten

- kan drøfte etiske forhold knyttet til virksomhetens investeringsbeslutninger (g1)
- kan anvende kunnskapen på nye områder gjennom å forstå investeringer i et tjenesteperspektiv (g2)
- kan argumentere, forsvare eller rettferdiggjøre egne ideer, beslutninger og anbefalinger i forbindelse med investeringer under usikkerhet og verdsettelse (g3)
- kan bidra til endrings- og innovasjonsprosesser ved å legge til rette for fleksibilitet for virksomheten gjennom beslutningsstøtte for investeringer (g4)

Innhold

- Tradisjonelle investeringsanalyser og forutsetninger disse er bygget på
- Modeller for håndtering av risiko ved tradisjonelle investeringsanalyser
- Grunnleggende opsjonsteori
- Opsjonsteori og risiko
- Investeringsanalyser med utgangspunkt i opsjonsteori
- Opsjonsteori og finansiell styring
- Finansiering og kapitalstruktur

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som skal leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

2 dagers skriftlig individuell hjemmeeksamen.

Fra og med våren 2019 endres eksamensformen til:

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60 % av karakteren i emnet) og
- Semesteroppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil tre personer (teller 40 % av karakteren i emnet)

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle gruppemedlemmer ansvarlig for alt innhold i besvarelsen.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MSM120 Kvalitativ metode

Emnekode: 3MSM120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om kvalitative forskningsprosesser, utforming og forskningsdesign (k1)
- har inngående kunnskap for å være i stand til å bruke begreper diskutert i en teori, formulere en intervjuguide og gjennomføre et intervju (k2)
- har inngående kunnskap om hvordan analysere teoretiske begreper og skape nye begreper, samt å diskutere forholdene mellom disse begrepene, samtidig som grensene og forutsetningene for disse forklares (k3)
- har inngående kunnskap om hvordan kvalitativ vitenskapsteori og metodevalg rapporteres gjennom egen forskning (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan kritiske analysere og vurdere bruken av kvalitative informasjonskilder i egne og andres undersøkelser, og kan formulere og utvikle kvalitative problemstillinger (f1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til kvalitative metoder og teknikker (f2)
- har inngående kunnskap om forskningsprosessen, kan velge forskningsmetode baserte på problemstilling og behersker metoder for å samle inn, bearbeide og analysere kvalitative data (f3)
- har det nødvendige vitenskapsteoretiske og metodiske grunnlaget for å gjennomføre samfunnsvitenskapelige undersøkelser, samt kan vurdere andres arbeider (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere, samt ta stilling til etiske problemer knyttet til egne og andres kvalitative undersøkelser (g1)
- kan på selvstendig grunnlag fortsette egen kompetanseutvikling innenfor kvalitative analyser (g2)
- har grunnlag for å kommunisere om og diskutere kvalitative problemstillinger, forskningsdesign og metodevalg innenfor bedriftsøkonomiske/administrative fagområder (g3)

Innhold

- Arbeidsprosessene i samfunnsvitenskapelig forskning - herunder forskningsdesign, designkriterier, problemformuleringer og analytiske kategorier.
- Problemutforming, forskningsdesign, bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative data.
- Vitenskap, etikk og retningslinjer for datainnsamling og personvern.
- Kvalitative intervjuer og fokusgruppeundersøkelser.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, seminar, gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver i gruppe på tre personer som leveres inn i forkant av hver samling. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.

- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Semesteroppgave i gruppe med inntil tre personer. Semesteroppgaven omfatter både teori og analyse.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MSM200 Anvendt statistisk metode

Emnekode: 3MSM200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

Anbefalt forkunnskapskrav: forkurs i kvantitativ metode og statistikkprogram.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger (k1)
- har avansert kunnskap om forutsetningene for bruk av multivariate metoder (k2)
- har spesialisert kunnskap om faktoranalyse, forskjellige regresjonsmetoder og strukturell liknings modellering (k3)

Ferdigheter

Studenten

- kan teste og kritisk vurdere komplekse undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet) (f1)
- kan begrunne sitt metodevalg og forholde seg kritisk til faglitteratur og andre

kilder (f2)

- kan gjennomføre avanserte empiriske undersøkelser analysere data (f3)
- kan formulere, utvikle og organisere kvantitative forskningsprosjekter (f4)
- kan analysere og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser (f5)
- kan gjennomføre et utviklingsarbeid ved hjelp av kvantitative metoder på en selvstendig måte (f6)

Generell kompetanse

Studenten

- har forståelse for forskningsetiske problemstillinger knyttet til innsamling og analyse av data (g1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til kvantitative metoders forutsetninger og begrensninger (g2)
- kan anvende kvantitativ metodisk kunnskap slik at ny kunnskap om virksomhetens økonomiske og ledelsesmessige utfordringer belyses (g3)
- kan formidle omfattende selvstendig kunnskap om bruk av kvantitative metoder (g4)

Innhold

- Multippel og multivariat regresjon
- Logistisk regresjon
- Eksplorative og bekreftende faktoranalytiske teknikker
- Strukturell liknings modellering
- Aktuelle dataprogram

Organisering og arbeidsformer

Arbeidsformene er en kombinasjon av forelesninger, seminarer og øvelser, individuelt og i grupper.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver i gruppe på tre personer som leveres inn i forkant av hver samling. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Eksamen:

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren).
- Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren). Semesteroppgave krever bruk av statistikkprogram.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for våren 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen og semesteroppgave i gruppe.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS300 Selskapsverdsettelse og skatteatferd

Emnekode: 3MØS300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene «Økonomisk organisasjonsteori» og «Regnskap - teori, praksis og analyse» må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har spesialisert kunnskap om de sentrale verdsettelsesmodellene og sammenhengene mellom dem (k1)
- har spesialisert kunnskap om bruk av offentlig tilgjengelig informasjon, spesielt regnskapsinformasjon, til analyseformål (k2)
- har avansert kunnskap om metoder og usikkerhet i regnskapsestimater og foretaksverdi (k3)
- har avansert kunnskap om hvordan skatter påvirker kontantstrømmer etter skatt, hvordan skatteregler påvirker kontraktsutforming mellom transaksjonsparter, og hvordan utforming av skattesystemet påvirker skatteatferden (k4)
- har avansert kunnskap om rasjonell og begrenset rasjonell beslutningsatferd (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan forklare og anvende de sentrale verdsettelsesmodellene for selskaper og aksjer, og diskutere modellenes styrker og svakheter (f1)
- kan integrere skattemessige vurderinger og økonomisk teori, og vurdere betydningen av skillet mellom rasjonell og begrenset rasjonell atferd for ressursallokering (f2)
- kan foreta en analyse av årsregnskaper og foreta justeringer for vurdering av den reelle underliggende inntjeningen, samt analysere trender i historisk inntjening (f3)
- kan bidra til å utarbeide prognoser for framtidige kontantstrømmer før og etter skatt (f4)
- kan bidra til å utarbeide beslutningsgrunnlag for ressursallokeringsbeslutninger (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere kritisk over forhold av betydning for verdsettelse av selskaper, inkludert kvaliteten og sikkerheten til informasjonen som brukes (g1)
- kan bidra til økt systematisk tenkning knyttet til betydningen av rasjonell og begrenset rasjonell beslutningsatferd for denne type komplekse transaksjoner og kontrakter (g2)
- kan reflektere kritisk over skattesystemets og ulike skatteatferds betydning for ressursallokering (g3)
- kan kommunisere om modeller, forutsetninger og kritiske faktorer for verdifastsettelse til beslutningstakere uten økonomisk bakgrunn (g4)
- kan diskutere ressursallokering, inkludert vurdering av skattemessige og atferdsmessige forhold, med andre fagpersoner (g5)

Innhold

- Teoretiske og praktiske metoder for verdsettelse av selskaper
- Regnskapsanalyse, strategisk analyse og annen analyse av offentlig tilgjengelig informasjon som grunnlag for verdivurderingene
- Prognoser for kontantstrømmer og estimater for avkastningskrav
- Skattemessige problemstillinger knyttet til verdivurderinger
- Rasjonell og begrenset rasjonell beslutningsatferd

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, diskusjoner og oppgaveløsning i grupper. Det tas sikte på å bruke nyhetssaker i undervisningen. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS250 Prosessforbedringer og forretningsmodeller

Emnekode: 3MØS250

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MVS100 Økonomisk organisasjonsteori, 3MMF100 Markedsføringsteori, 3MMF120 Strategi og ledelse og 3MVS120 Økonomisk styring og kontroll må være fullført og bestått. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om de mest relevante metodene for å analysere og gjennomføre prosessforbedringer, samt utvikling av forretningsmodeller (k1)
- har inngående kunnskap om opprinnelsen til, og bakgrunnen for, prosessforbedringer i tradisjoner som Business Process Reengineering, Lean-filosofien og Business Models Innovation (k2)
- har inngående kunnskap om prosessforbedringens prinsipper og relasjon til økonomistyring i ulike tradisjoner (k3)
- har inngående kunnskap om metodenes og filosofienes anvendelse innen tjenesteytende virksomheter (k4)

- har inngående kunnskap om relevant empirisk forskning med hensyn til prosessforbedringer og forretningsmodeller (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan gjennomføre analyser av virksomheter med hensyn til bruk av Business Process Reengineering, Lean og Business Models Innovation som metoder for å oppnå prosessforbedringer og utvikle nye forretningsmodeller (f2)
- kan drøfte praktiske utfordringer ved implementering av prosessforbedringer i virksomheter som tar et tjenesteperspektiv (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- kan drøfte og vurdere ulike prosessforbedringsfilosofier og forretningsmodeller som grunnlag for å gjennomføre forbedringer i virksomheter som tar et tjenesteperspektiv (g1)
- har en kritisk tilnærming til prosessforbedringsfilosofier og metoder (g2)
- kan argumentere, forsvare eller rettferdiggjøre egne ideer, beslutninger og anbefalinger i forbindelse med prosessforbedringer og utvikling av nye forretningsmodeller (g3)

Innhold

- Operasjonell effektivitet og konkurransekraft gjennom verdiskapning
- Økonomistyring i relasjon til andre Management Information Systems og virksomhetens prosesser
- Ulike tilnærminger til prosessforbedringer: Business Process Reengineering, Lean-filosofien og Business Models Innovation; bakgrunn, metodegrunnlag og prinsipper
- Prosessforbedringer, forretningsmodeller og Lean service, empirisk forskning og kritiske betraktninger
- Praktisk anvendelse av prosessforbedringer og utvikling av forretningsmodeller

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

Individuell hjemmeeksamen over 2 dager som teller 60% av karakteren.

Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer som teller 40 % av karakteren.

Fra og med høsten 2018 endres eksamensformen til:

- Individuell hjemmeeksamen over 2 dager som teller 60% av karakteren.
- Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer som teller 40 % av karakteren.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgavene.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS260 Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon

Emnekode: 3MØS260

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori, 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll, 3MMF120 Strategi og ledelse og 3MMF100 Markedsføringsteori må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert kunnskap om sentrale begreper innen økonomistyring i prosjekt herunder ledelsesteknologiers rolle i prosjektledelse (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan ledelse og økonomistyring i prosjekt har utviklet seg i et historisk perspektiv (k2)
- har avansert kunnskap om økonomistyringens strategiske og operative roller i virksomhetens innovasjonsprosesser i forhold til utvikling av nye prosesser, produkter og tjenester (k3)
- har avansert kunnskap om økonomistyringens rolle i situasjoner der det råder stor

- kontekstuell og operasjonell usikkerhet i prosjekt (k4)
- har avansert kunnskap om hvordan prosjektorganisasjonens økonomistyring samspiller med virksomheten og andre interessenter i omgivelsene (k5)
- har avansert kunnskap om hvordan økonomistyringen kan mobilisere og anvende resurser i termer av humant, relasjonelt og strukturelt intellektuelt kapital i innovasjonsprosesser (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og kritisk diskutere ulike perspektiver på økonomistyring og prosjektledelse (f1)
- kan analysere ulike prosjektkontekster og identifisere praktiske utfordringer for økonomistyringen generelt, såvel som spesifikt, i forhold til innovative utviklingsprosjekt (f2)
- kan drøfte og begrunne ulike strategier for økonomistyring og prosjektledelse med henblikk på praktiske resultater og suksess kriterier så som innovasjon, relevans, effektivitet, og ny kunnskap (f3)
- kan drøfte og begrunne konsekvensene av ressursbaserte og performative perspektiver på økonomistyring i innovasjonsprosesser (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan analysere økonomistyringens rolle i innovasjonsprosessen og forholde seg til etiske hensyn og utfordringer i relasjon til prosjektets interessenter (g1)
- kan anvende kunnskap om økonomistyring og prosjektledelse på nye områder som kan utvikle handlingsrommet og evnen til å balansere mellom ulike interesser og hensyn på kort og lang sikt (g2)
- kan bidra til å forstå og fremme en hensiktsmessig økonomistyring og organisering av virksomhetens innovasjonsprosesser (g3)

Innhold

- Prosjektet som organisatorisk fenomen og utfordring i økonomistyringen
- Ledelse og økonomistyring i prosjekt i et historisk perspektiv
- Økonomistyring i innovasjon og kunnskapsproduksjon

- Usikkerhet, risiko, økonomistyring og kontroll
- Økonomistyring, suksess og evaluering
- Økonomistyringens kontekst i prosjekt: virksomheten og interessentene
- Alternative perspektiver i økonomistyring og ledelse i prosjekt; den skandinaviske skole
- Forskningsfronten: virksomhetens kunnskap og tjenester i et prosjektperspektiv, ressursbaserte og performative synset på intellektuelt kapital.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

Semesteroppgave i gruppe på inntil 3 (teller 100% av karakteren i emnet). Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgavene.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MES100 Etikk og virksomhetens samfunnsansvar

Emnekode: 3MES100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- kan redegjøre for og drøfte teorier, modeller og metoder knyttet til moralske og ansvarsmessige spørsmål rundt etikk og virksomhetens samfunnsansvar (k1)
- kan redegjøre for og drøfte teorier, modeller og metoder knyttet til etikk og virksomhetens/individets ansvar (k2)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan anvende teorier, modeller og metoder relatert til etikk og samfunnsansvar for

- å identifisere, analysere og håndtere utfordringer innen området (f1)
- kan skille mellom etiske og juridiske problemstillinger knyttet til økonomiske valg (f2)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kan forvalte den ekspertstatus som følger med en høgere grads utdanning innenfor økonomi og ledelse (g1)
- forstår etiske og moralske utfordringer knyttet til fagområdet studiet kvalifiserer til å arbeide eller forske innenfor og kan håndtere disse utfordringene (g2)

Innhold

- Ulike etiske teorier og deres terminologi, knyttet spesielt opp mot filantropi, interessenter (interessentanalyse), kjernevirksomhet, kunnskap om CSR, miljøansvar, omdømme og økonomisk ansvar.
- Forholdet mellom etiske og økonomiske teorier, både med hensyn til samfunns- og bedriftsøkonomi

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen vil bestå av både forelesninger og gruppearbeid med praktiske eksempler, gjennomgang av "cases" og rollespill.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

2 dagers individuell hjemmeeksamen. Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF240 Tjenesteinnovasjon

Emnekode: 3MMF240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

Emnene 3MMF100 Markedsføringsteori og 3MMF120 Strategi og ledelse må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- har avansert kunnskap om sentrale begreper innen tjenesteinnovasjon (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan innovasjon drives frem og måles (k2)
- har avansert kunnskap om ulike praksiser innen innovasjonsområdet, samt forstår hvordan dette står i forhold til innovasjonsresultatet (k3)
- har avansert kunnskap om metoder innenfor tjenesteinnovasjon og på hvilke sett disse speiler innovasjonspraksisen i virksomheter (k4)
- har avansert kunnskap om hvordan innovasjon og tjenesteutvikling kan brukes til å forbedre eksisterende tjenester, skape nye tjenester, med utgangspunkt i den historiske utviklingen av produkt- og tjenesteinnovasjon (k5)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan analysere og diskutere ulike perspektiver og modeller av innovasjon og kunde / bruker rolle i samskapingsprosessen, samt i utviklingsprosessen (f1)
- kan analysere hvordan ulike eksterne og interne situasjoner og ressurstilgang påvirker innovasjonsprosessen (f2)
- kan drøfte og begrunne ulike strategier og metoder for å øke kundens opplevelse av verdiskaping prosesser i virksomheten og kjenner ulike markedsføringsmetoders relevans og effektivitet (f3)
- kan bidra til økt bruk av vitenskapelig kunnskap i en tradisjonell praksis innenfor området innovasjon (f4)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kan analysere etiske problemstillinger i forbindelse med tjenesteinnovasjonsprosesser, spesielt der hvor kunden er en aktiv deltaker (g1)
- kan anvende kunnskap om innovasjonsprosesser på nye områder slik at det øker virksomhetens verdiskaping (g2)
- kan kommunisere markedsrelevansen i innovasjonsprosesser internt i virksomheten og mot potensielle kunder (g3)
- kan bidra til å forstå og fremme nytenkning i virksomheter (g4)

Innhold

- tjenesteinnovasjon i virksomheter og bransjer
- utvikle nye tjenester (new service development) og tjenesteinnovasjon gjennom hele verdisamskapingsprosessen
- kunden som verdisamskaper, og gjennom dette belyse teorier om tjenesteinnovasjon
- markedsføringsundersøkelser og adopsjonsprosesser
- utvikling av tjenestevedlikehold (service maintenance)
- utvikling for å forbedre service ytelse (service performance)
- innovasjon fra et tjenestelogikkperspektiv
- ulike måter å beskrive og klassifisere innovasjon på
- praksis og teori for innovasjonsprosesser
- kundeinvolvering i innovasjon

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers individuell skoleeksamen (teller 40% av karakteren i emnet) og semesteroppgave i gruppe på inntil 3 personer (teller 60% av karakteren i emnet). Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Fra og med høsten 2018 endres eksamensformen til:

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF360 Krise i markedsrelasjonene

Emnekode: 3MMF360

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

Emnene 3MMF100 Markedsføringsteori og 3MMF120 Strategi og ledelse må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- har avansert kunnskap om hvordan konflikt i relasjoner mellom virksomheten og kunder oppstår og kan eskalere fra konflikt til krise, både mot enkelt kunder og grupper av kunder og mot markedet generelt (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan enkelt kunder takler konflikten gjennom klageatferd og hvordan virksomheten kan håndtere dette gjennom klagehåndtering (k2)
- har spesialisert kunnskap om hvordan konflikt i markedsrelasjonene påvirker virksomhetens omdømme og om hvordan dette kan håndteres (k3)
- har spesialisert kunnskap om de ulike kommunikasjonsstrategier som kan anvendes til krisehåndtering (k4)
- har avansert kunnskap om skalering og håndtering av konflikter som kan bidra til økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt dette i virksomheten (k5)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan drøfte og legge føringer for systemer for klagehåndtering (f1)
- kan definere og analysere kriser fra et markedsperspektiv (f2)
- kan anvende avanserte analysemetoder og verktøyer for håndtering av forskjellige typer kriser; herunder merkekrise, tjenestekrise og omdømmekrise (f3)
- kan analysere mulige krisesituasjoner og planlegge en markedskommunikasjonsstrategi for en slik krisesituasjon (f4)
- kan utarbeide strategi for mediehåndtering i konflikt- og krisesituasjoner (f5)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kan analysere faglige- og yrkesetiske problemstillinger i forbindelse med konflikt- og krisehåndtering (g1)
- kan anvende sine kunnskaper om markedsrelasjoner når nye konflikt og krise situasjoner oppstår (g2)
- kan kommunisere forståelse for krisehåndtering i markedsrelasjoner overfor relevante personer i virksomheten (g3)
- kan bidra til nytenkning rundt kriseforståelse og kriseledelse hos virksomhetens ledelse (g4)

Innhold

- Forskjellige type konfliktsituasjon
- Proaktive og reaktive tilnærminger til styring av kriser
- Kunders klageatferd
- Virksomhetens klagehåndtering
- Teorier og modeller i kriser og markedsledelse
- Håndtering av kriser- merkekrise, tjenestekrise, omdømme kriser
- Omdømmehåndtering
- Krise og kunderelasjoner
- Krisehåndteringsstrategier – proaktiv & reaktive strategier
- Mediehåndtering
- Samfunnsansvar

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Individuell hjemmeeksamen over 10 dager (case) som teller 100% av karakteren i emnet. Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Fra og med høsten 2018 endres eksamensformen til:

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMØ300 Masteroppgave

Emnekode: 3MMØ300

Studiepoeng: 30

Semester

Vår/Høst/Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

Alle emner må være bestått for at man skal kunne levere masteroppgaven.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- har spesialisert empirisk og teoretisk kunnskap innenfor et område relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilen (k1)
- har avansert kunnskap om teori og metodisk tilnærminger som belyser en selvvalgt problemstilling som er relevant for hovedprofilen (k2)
- kan anvende kunnskap på nye områder innenfor hovedprofilen (k3)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder og anvende disse til å strukturere faglige resonnementer, samt å identifisere presise og forskbare

- problemstillinger (f1)
- kan analysere eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innen hovedprofilen (f2)
- kan bruke relevante metoder for forskning og faglig utviklingsarbeid som setter kandidaten i stand til å gjennomføre undersøkelser basert på vitenskapelig prinsipper (f3)
- kan gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsarbeid i tråd med de forskningsetiske normer (f4)
- kan reflektere over og drøfte sentrale vitenskapsteoretiske dilemmaer (f5)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kjenner til etiske problemstillinger og krav til vitenskapelig redelighet som kreves av vitenskapelig arbeid (g1)
- kan gjennomføre et omfattende forsknings- og utredningsarbeid, granske et vitenskapelig arbeid og på en konstruktiv måte delta i diskusjonen i et vitenskapelig forum (g2)
- kan formidle masteroppgavens problemstilling og resultatet gjennom skriftlig og muntlig kommunikasjon (g3)

Innhold

Masteroppgaven er en forskningsrapport som skrives til slutt i studiet, og den skal oppfylle vanlige krav til vitenskapelig arbeid. Dette betyr at oppgaven skal bygge på en presis problemstilling, at studenten skal gjøre begrunnede og selvstendige metodevalg og identifisere egnet teori. Tema for oppgaven kan være både empiriske, teoretiske eller normative spørsmål relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilens fagområde. Temaet kan være egendefinert eller oppdragsbasert som enkeltprosjekt eller en del av et større program. Studenten er selv ansvarlige for valg av tema for oppgaven, undersøkelsesopplegg og gjennomføring.

Organisering og arbeidsformer

Studentene vil i 3. semester bli gitt nærmere orientering om arbeidet. Masteroppgaven skrives normalt av to studenter. Bare unntaksvis skriver en student masteroppgaven alene. Studentene får individuell og/eller gruppebasert veiledning oppad begrenset til maks 12 timer. Formen på veiledningen avtales mellom den enkelte veileder og student, men det stilles krav til at veiledningen foregår på bakgrunn av skriftlig materiale som studentene har sendt veileder på forhånd. Hvis studenten(e) ikke leverer eller stryker på masteroppgaven har vedkommende ikke krav på å få tildelt nye veiledningstimer.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Innlevering av prosjektbeskrivelse
- Oppmøte på veiledning
- Oppmøte på oppgaveseminarer

Dette opplyses nærmere ved emnets start.

Vurderingsordning

Masteroppgave, i gruppe på to (eventuelt individuelt), og felles muntlig forsvar av masteroppgaven. Det gis felles karakter for det skriftlige arbeidet. Muntlig forsvar av oppgaven kan bidra til å justere karakteren med én karakter opp eller ned individuelt.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF200 Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon

Emnekode: 3MMF200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MMF100 Markedsføringsteori og 3MMF120 Strategi og ledelse må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- har avansert kunnskap om markedsføringens rolle i virksomheten og kan identifisere relevansen av nye teoretiske begreper, samt bruke dem til utvikle markedskommunikasjonsstrategier (k1)
- har avansert kunnskap om de skiftende strategiske kontekstene som markedskommunikasjon må kunne utøves innenfor (k2)
- har avansert kunnskap om merkebygging som en langsiktig investering (k3)
- har spesialisert kunnskap om betydningen av merkebygging og omdømme og deres effekt på forbrukeratferd (k4)
- har avansert kunnskap om det vitenskapsteoretiske grunnlaget for

- markedsføringsledelse (k5)
- har avansert kunnskap om hvordan man analyserer rollen til, og påvirkning av, merker i et markedsføringsmessig, sosiologisk og kulturelt perspektiv (k6)
- kan anvende markedsføringskunnskapen på nye områder for å bedre virksomhetens verdiskaping (k7)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan innhente, analysere og tolke informasjon fra markedsrelaterte kilder og forholde seg kritisk til informasjonskildene som kan ha betydning for virksomhetens verdiskaping og markedsrelasjoner (f1)
- kan analysere og argumentere for konkurrerende ideer og teorier, samt begrunne virksomhetens valg av markedsstrategier (f2)
- har avansert kunnskap om og kan bruke relevante metoder for å analysere kommunikasjonsplattformer i utviklingen av effektive tiltak mot ulike markedsutfordringer (f3)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kan vurdere etiske forhold rundt markedsføringens strategiske konsekvenser (g1)
- kan anvende kunnskap om markedsføringsledelse og kommunikasjon på nye områder for å imøtekomme virksomhetens utfordringer (g2)
- kan argumentere for egne ideer, beslutninger og anbefalinger innenfor markedskommunikasjon og merkebygging (g3)
- kan kommunisere markedsføringsfaglige problemstillinger innad i virksomheten og til eksterne samarbeidsaktører (g4)

Innhold

- Markedsføringens betydning for virksomheten og dens innflytelse i virksomhetens styrende organer
- Markedskommunikasjonens strategiske betydning for relasjoner og posisjon
- Modeller for markedskommunikasjon herunder Integreert markedskommunikasjon (IMC) og relasjonskommunikasjon.
- Kommunikasjon og utvikling av nye verktøy innen E-markedsføring
- Merkebygging og betydningen av merkeledelse
- Merkepersonlighet, merkeverdier og forbrukertilnærminger
- Merker i et konkurranseutsatt og komplekst miljø - posisjonering i hodet på

kundene

- Dekodingen og dekonstrueringen av merker gjennom åpne og skjulte merkeverdier
- Flytting av identitet og merkeutvidelser
- Teknologiens betydning for virksomhetens strategiske kommunikasjon og merkebygging
- De etiske implikasjonene av markedsføring, kommunikasjon og samfunnsansvar

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 40% av total karakteren i emnet) og semesteroppgave i gruppe (teller 60% av total karakteren i emnet). Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF220 Verdiskaping og tjenesteyting

Emnekode: 3MMF220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MMF100 Markedsføringsteori og 3MMF120 Strategi og ledelse må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

- har avansert kunnskap om sentrale elementer som brukes innen tjenesteorienterte perspektiver slik som: verdi og verdiskaping av tjenester, tjenestesystemer, teknologi i tjenester, tjenestekvalitet, servicekultur, kundeopplevelser (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan verdiskapende systemer gir forutsetninger for ressursintegrering og en dynamisk verdiskaping (k2)
- har avansert kunnskap om hvordan tjenesteprosesser, verdiskaping og verdiskapende systemer kan utformes og tilpasses markedet samt kundens behov (k3)
- kan bidra til en økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt virksomhetens tjeneste og markedsføringsfunksjon (k4)
- har spesialisert kunnskap om det tjenesteorienterte perspektivet og vitenskapelige

teorier som har påvirket forståelsen av verdiskaping og markedsføringens utvikling (k5)

- kan tillempe nøkkelbegrep, teori og modeller på nye områder og problemstillinger relatert til virksomheters verdiskaping (k6)

Ferdigheter

Kandidaten:

- kan anvende tjenesteperspektivet for å analysere hvordan verdier skapes for kunder og andre interessenter innenfor ulike typer virksomheter (f1)
- kan analysere teorier og metoder i et tjenesteperspektiv for å forstå virksomheters utfordringer og derigjennom kunne arbeide selvstendig med praktisk og teoretisk problemløsning (f2)
- kan formidle en kritisk tilnærming til tjenesteperspektivet og virksomhetens markedsføringsfunksjon (f3)
- kan anvende relevante begreper, teorier og metoder knyttet til å samskape verdier i et tjenesteperspektiv (f4)

Generell kompetanse

Kandidaten:

- kan reflektere kritisk over tjenesteaspektets betydning for næringsliv og samfunn (g1)
- kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter om tjenesteperspektivet for å se nye muligheter for samskapingsprosesser og verdiskaping (g2)
- kan bidra til ny tenkning ved å forstå tjenesteperspektiver som driver i en innovasjonsprosess (g3)

Innhold

- Sentrale begreper og hvordan disse kan brukes i tjenesteforskning og praksis
- Begrepet verdi og verdiskaping i et aktør- og systemperspektiv
- Tjenesteperspektiver og tjenestelogikker
- Utvikling av tjenester som vitenskap (herunder utvikling av service science)
- Elementer (tjenestekultur, teknologi, etc) som påvirker tjenesteprosessen og gjennom dette kundens opplevelse og atferd
- Modeller for å beskrive, kategorisere og analysere verdiskaping gjennom tjenester
- Analysere verdiskaping gjennom tjenester i praksis

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. De to første arbeidskravene skal løses individuelt, de to siste skal løses i gruppe på inntil tre personer. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Individuell hjemmeeksamen (case) over 10 dager som teller 100% av karakteren i emnet.

Fra og med våren 2019 endres eksamensformen til:

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag