

Studieplan 2015/2016

Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføringsledelse i et tjenesteperspektiv

Studiepoeng: 120

Studiets varighet, omfang og nivå

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.

Innledning

Masterstudiet i økonomi og ledelse 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 med de krav som der stilles til både faglig fordypning og bredde. Studiet har markedsføringsledelse i et tjenesteperspektiv 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 veksler på et tjenesteperspektiv. Selv om Norge er dominert av tjeneste- og kunnskapsvirksomheter med mer enn 70 % av brutto nasjonalprodukt (BNP) og med over 80 % av arbeidsplassene knyttet til denne sektoren, ligger det også store muligheter i å øke tjenesteperspektivet innen primær- og sekundærnæringene. Fra flere

hold argumenteres det også med at tjeneste- og kunnskapsdrevne virksomheter er den viktigste driveren for fremtidig økonomisk vekst.

I en tjenestedrevet økonomi prøver virksomheten å øke sin konkurransekraft gjennom å skape gode opplevelser for eksisterende kunder, tiltrekke seg nye kunder og samtidig skape vekst og verdier for aksjonærene, samt å gi et bidrag tilbake til samfunnet. Virksomhetene må derfor kontinuerlig forbedre sine prosesser eller differensiere sine tjenester for å øke sin konkurranseevne og skape gode kundeopplevelser målt gjennom kundetilfredshet og lojalitet, men også gjennom markedsandel, lønnsomhet, vekst og markedsverdi. Fremveksten av et tjenesteperspektiv har gjort at det siste tiåret har vokst frem en ny forståelse av verdiskaping hvor fokuset er flyttet fra bytteverdi til bruksverdi.

Uavhengig av sektor, bransje eller type virksomhet vil studiet fokusere på å forstå hvordan tjenesteaspektet kan fremme virksomhetens konkurransesituasjon. 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. I en slik konkurransesituasjon er det viktig å fokusere på virksomhetens inntektsside ved å sikre inntekter gjennom gode og sterke relasjoner mot kunder og markedet, samt å legge til rette for innovasjon som legger grunnlag for fremtidige inntektsstrømmer. Gjennom å aktivere både interne (bl.a. medarbeidere) og eksterne (bl.a. samarbeidspartnere) aktører i virksomhetens verdiskapende system, kan virksomheten nå sine fremtidige mål. 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 to hovedområder; ledelsesemnene som fokuserer på

markedsføringsledelse og økonomiemnene som fokuserer på økonomistyring. Studiet tar derfor utgangspunkt i disse to fagområdene og danner en faglig plattform for økonomi og ledelse.

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 virksomheters verdiskaping gjennom markedsføringsledelse og effektiv styring (K1)
- har spesialisert innsikt i verdiskaping innen virksomheters markedsrelasjoner og strategiske posisjoner (K2)
- har inngående kunnskap om vitenskapelige teorier, forskningsprosesser og -metoder tilpasset problemstillinger innenfor markedsføringsledelse (K3)
- kan anvende kunnskapen på nye områder innenfor det økonomisk-administrative fagområdet og kan analysere faglige problemstillinger med utgangspunkt i markedsføringsfagets 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 langsiktig strategisk markedsposisjonering, effektiv styring og kontroll (F1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innenfor markedsføringsledelse og økonomistyring, 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 og 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

- 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 uttryksformer (G3)
- kan kommunisere om faglige problemstillinger, analyser og konklusjoner knyttet til markedsføringsledelse med virksomheters interessenter 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.

Kompetanse

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

Kandidater som har 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 markedsføringsledelse og verdiskaping i et tjenesteperspektiv. Kombinert med avansert kunnskap om strategisk ledelse og økonomistyring, samt oppøving av analytiske ferdigheter, gir studiet en anvendelig

kompetanse som gir mulighet for en variert karriere. Kandidatene vil kunne gå inn i et bredt spekter av utfordrende stillinger i tjenesteytende sektor, industri og offentlig sektor, som leder, spesialist eller rådgiver.

Ferdige kandidater kan bekle stillinger hvor det kreves en stor forståelse for kunden og hvor virksomheten må forholde seg til et konkurranseutsatt marked, der man eksempelvis kan nyttiggjøre seg kompetansen ved å bruke teoriene for å analysere og strukturere en virksomhets verdiskapende systemer, kommunikasjonsutfordring, innovasjonsinnsats og/eller forberede virksomheten for en krise i markedsrelasjonene. I tillegg vil forståelse for emnenes terminologi og praktisk anvendbarhet, kombinert med metodefagene, gi studenten kompetanse til å kommunisere om markedsrelaterte problemstillinger basert på analyser og konklusjoner både mot spesialister og allmennheten.

Konkrete eksempler på stillinger og funksjoner som kandidatene kan bekle kan være toppleder eller markedssjef i små og mellomstore bedrifter, produktsjef i industri- eller servicevirksomhet, markedsanalytiker eller rådgiver/-konsulent i markedsavdelinger, analysebyråer eller innen kommunikasjon og media. Videre ulike funksjoner knyttet til ledelse, tjenesteutvikling og kommunikasjon innen offentlig sektor.

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

Opptakskrav

Bachelorgrad eller annet utdanningsløp av minst 3 års omfang med

enten

i) fordypning på minst 80 studiepoeng i/innen økonomi og administrasjon hvor fagområdene bedriftsøkonomisk analyse, organisasjonsteori, markedsføring, strategi, samfunnsøkonomi og samfunnsvitenskapelig metode inngår.

eller

ii) integrert utdanning av minimum 120 studiepoengs omfang innen økonomi og administrasjon i henhold til krav til bachelorstudium i økonomi og administrasjon fastsatt og anbefalt av Nasjonalt råd for økonomisk administrativ utdanning (NRØA).

De 120 studiepoengene skal bestå av obligatoriske emner (90 studiepoeng) og videreføringsemner (30 studiepoeng). I de obligatoriske emnene skal det inngå minst 30 studiepoeng i bedriftsøkonomisk analyse, 25 studiepoeng administrasjonsfag, 15

studiepoeng i samfunnsøkonomi og 20 studiepoeng i metode. I videreføringseminene skal det inngå en fordypning eller utviding av de obligatoriske økonomiske-administrative fagene.

Gjennomsnittskaracteren for de eksamener som inngår i det faglige grunnlaget på 180 studiepoeng må være C eller bedre. Det gis tilleggspoeng for utdanning utover opptaksgrunnlaget på 180 studiepoeng, etter følgende regler: 0,5 poeng for 30 studiepoeng, maksimalt 2 poeng. Det gis 3.0 poeng ekstra til søkere som er interne avgangsstudenter.

Dersom det er flere kvalifiserte søkere enn antall studieplasser, rangeres søkerne i hht bestemmelser i *Forskrift om opptak til masterstudier ved Høgskolen i Hedmark*:
<http://www.lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2010-03-01-306>.

Undervisnings- og læringsformer

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. Det kan for eksempel innebære at deler av undervisningen vil organiseres etter prinsipper for «det omvendte klasserom», dvs. at studentene ser forelesninger på stream-format i forkant av samlingene, som grunnlag for læringsaktiviteter på samlingene.

Obligatoriske arbeidskrav skal sikre at studentene oppnår læringsutbyttet. Det er obligatoriske arbeidskrav i alle emner, både muntlige og skriftlige, knyttet til temaer på samlingene. I hvert enkelt emne er det krav om obligatorisk frammøte på minimum 50 % av emnets underviste timer. Arbeidskravene skal bidra til å gi studenten jevn faglig progresjon gjennom semesteret og grunnlag for refleksjon, dialog og diskusjon rundt problemstillinger på samlinger. Arbeidskravene er basert på gruppeinnleveringer der hvor vurderingsformen kun er basert på individuelt arbeid. Der hvor vurderingsformen kun er basert på gruppearbeid, så er de obligatoriske arbeidskravene individuelle. På

den måte 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 i 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 å samlet sett å sikre at overordnet læringsutbytte for studiet blir vurdert.

Følgende vurderingsformer vil benyttes i studiet:

- Individuell skriftlig skoleeksamen, 4 timer
- Individuell hjemmeeksamen, 48 timer
- Individuell hjemmeeksamen, 10 dager
- Semesteroppgave, individuell og i gruppe på inntil 3 studenter
- Masteroppgave, i gruppe på inntil 2 studenter (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, enten i 2. eller 3. semester. Det vil også være mulig å ta ett enkelt emne (for eksempel valgemnet) 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.

Emner ved utenlandsk institusjon må velges slik at studiets overordnede læringsutbytte nås. Studenter som planlegger å avlegge deler av sin grad i utlandet, må få det planlagte oppholdet godkjent på forhånd.

Internasjonalisering er en viktig del av en masterutdanning. Undervisningen i studiet vil i de fleste emner skje på norsk eller andre skandinaviske språk, men mye av pensumlitteraturen er engelskspråklig og hentet fra internasjonale tidsskrifter. Enkelte

emner eller deler av emner vil kunne undervises på engelsk i forbindelse med utveksling av vitenskapelig ansatte. For å legge til rette for utvekslingsstudenter på vil ett av semestrene i sin helhet kunne undervises på engelsk (se undervisningsspråk i emnebeskrivelsene). Det vil også være mulig å skrive masteroppgaven på engelsk.

Studiets innhold, oppbygging og organisering

Innhold

Hovedprofilområdet markedsføringsledelse tar utgangspunkt i at markedsføringen er den funksjonen i virksomheten som i størst grad ivaretar den strategiske forretnings- og markedsposisjonen og gjennom denne posisjonen sikrer og bedrer 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 behov hos kundene, drive frem innovasjon, utforme tjenester, gjøre tjenester tilgjengelige, kommunisere verdiforslag og merkeposisjon, utvikle kunderelasjoner, samt å sørge for oppfølging dersom tjenestene ikke skulle tilfredsstille kundens behov og forventninger. Markedsføringen er med i hele forretningsprosessen fra utvikling av tjenesten til at kunden er fornøyd og har gjort gjenkjøp. I denne prosessen er det viktig at markedsføringen er med på å posisjonere og strategisk kommunisere virksomhetens tilbud for å bygge sterke merker. Markedsføring handler derfor om å ta ansvaret for virksomhetens inntektsside. Med kunnskap og ferdigheter om avanserte analysemetoder og verktøy, er markedsførere i stand til å finne sammenhenger som kan gi et beslutningsgrunnlag for å skape konkurransekraft i markedet.

Hovedprofilområdet innen markedsføringsledelse har som mål å fremme forståelse for hvordan virksomheter skal (a) bedre og (b) sikre sin verdiskaping. For å få en solid faglig plattform for å forstå hvordan virksomheten skal bedre og sikre sin verdiskaping får studentene inngående kunnskap om markedsføringsfaget egenart, samt forståelse og utvikling gjennom emnet (i) Markedsføringsteori. Videre gis det inngående kunnskap om virksomhetens markedsposisjon, rammebetingelser og strategisk handlingsrom gjennom emnet (ii) Strategi og ledelse. Tre av de øvrige emnene i hovedprofilen vil fokusere på å bedre virksomhetens inntekter. Dette skjer gjennom å forstå verdiskapingen som må skje for å sikre kundens opplevelse, og kunne bygge opp sterke merker gjennom god kommunikasjon, samt å kunne drive innovasjon. Emnene er derfor benevnt; (iii) Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon, (iv) Verdiskaping og tjenesteyting og (v) Tjenesteinnovasjon. Det siste emnet (vi) Krise i markedsrelasjonene, fokuserer på å sikre virksomhetens inntekter og verdiskaping gjennom å kunne forebygge for krise ved svikt i tillit eller etterspørselen i markedet. Dette emnet skal sikre at virksomheten kan håndtere sitt omdømme og sine relasjoner til kunder, medarbeidere, partnere i nettverket og mot samfunnet i helhet, hvis en omdømmesvikt skulle inntreffe.

Studiets støtteprofilområde, økonomistyring, har ambisjon om å bidra til effektiv styring i den stadig raskere endringstakten virksomheter møter med sine omgivelser. Strategisk økonomistyring som fagområde har de siste 10-årene beveget seg i retning av mer fokus på å måle virksomhetens strategiske utvikling. Men organisasjoner må hele tiden ha to tanker i hodet; 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. Støtteprofilen belyser 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. Økonomisk organisasjonsteori er et basisfag innenfor bedriftsøkonomi. Det skiller seg fra den klassiske (neoklassiske) samfunnsøkonomien ved at elementer som transaksjonskostnader, usikkerhet, informasjon og særlig asymmetrisk informasjon og begrenset rasjonalitet spiller sentrale roller. Emnet (i) Økonomisk organisasjonsteori gir et teoretisk grunnlag for å forstå virksomheters behov for informasjon, styring og kontroll, samt koblinger mellom økonomisk organisasjonsteori og strategifaget. Denne kunnskapen kombineres med en inngående kunnskap om hvordan ressursene i virksomheten effektivt kan styres og kontrolleres, gjennom emnet (ii) Økonomisk styring og kontroll.

Oppsummert består studiets hovedprofil av en plattform for ledelse som utøves i et markedsperspektiv. 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. I dette ligger det å forstå hvordan virksomheter samskaper verdier gjennom tjenesteyting og arbeider med tjenesteinnovasjon, samt å kunne sikre virksomheters markedsposisjon og inntekter hvis det oppstår krise i relasjonene mot markedet. På den andre siden legger studiets støtteprofil en plattform for å utøve økonomifunksjonen gjennom et styringsperspektiv. Innenfor denne delen vil studiet gå nærmere inn i å forstå økonomisk organisasjonsteori som grunnlag for økonomistyringsfagets historie og utvikling, samt å forstå de økonomiske mekanismene i virksomheter og hvordan disse krever forskjellige tilnærminger til økonomistyring. Videre vil kandidatene, avhengig av valgfag, kunne få et grunnlag for å gjennomføre de økonomiske beslutninger som tas i ledelsen. Hele studiet er bygget på, og er innrammet i, et tjenesteperspektiv.

Organisering

Studiet starter med en felles obligatorisk oppstartssamling. 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 administrative fag (hovedprofil markedsføringsledelse i et tjenesteperspektiv) og et støtteområde innenfor økonomiske fag (støtteprofil økonomistyring).

Studieplan er bygget opp med følgende hovedstruktur:

- Hovedprofil: 75 studiepoeng
- Støtteprofil: 22,5 studiepoeng, inkludert valgemne 7,5 studiepoeng
- Metodeemner: 22,5 studiepoeng

Obligatoriske emner som inngår i hovedprofil:

- 3MMF100 Markedsføringsteori, 7,5 studiepoeng
- 3MMF120 Strategi og ledelse, 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
- 3MMF300 Masteroppgave, 30 studiepoeng

Obligatoriske emner som inngår i støtteprofil:

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

Valgemne som inngår i støtteprofil, aktuelle valgemner er:

- Strategisk økonomistyring, 7,5 studiepoeng
- Investeringer og beslutningsstøtte, 7,5 studiepoeng

- Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon, 7,5 studiepoeng
- Prosessforbedringer og forretningsmodeller, 7,5 studiepoeng
- Etikk og virksomheters samfunnsansvar, 7,5 studiepoeng
- Forvaltningsøkonomi, 10 studiepoeng (fra Master i offentlig styring og ledelse)
- Offentlig finans- og formuesforvaltning, 10 studiepoeng (fra Master i offentlig styring og ledelse)

Valgfagstilbudet kan variere fra år til år.

Obligatoriske metodeemner:

- 3MSM100 Vitenskapsteori og kvantitativ metode, 7,5 studiepoeng
- 3MSM120 Kvalitativ metode, 7,5 studiepoeng
- 3MSM200 Anvendt statistisk metode, 7,5 studiepoeng

Progresjon

Det er en faglig progresjon i studiet gjennom at nivået på kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse i emnene øker ut over i studiet innenfor spesialiseringsområdet (hovedprofilen). I emnet Markedsføringsteori og Strategi og ledelse får man inngående kunnskap innenfor de respektive fagområdene mens de videregående emnene innenfor markedsføringsledelse bygger videre på, utvider og kombinerer denne kunnskapen slik at man oppnår avansert og spesialisert kunnskap innenfor spesialiseringsområdet (hovedprofilen). Det er videre en progresjon i de analytiske ferdighetene som kreves innenfor spesialiseringsområdet, samt økt krav til selvstendighet og vurderingsevne utover i studiet. Ethiske problemstillinger er integrert på tvers av emnene.

Likeledes gir emnet kvantitative metoder inngående kunnskap innenfor kvantitative metoder som tas videre til et avansert nivå i Anvendt statistisk metode. De tre 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.

Valgemnet skal inngå i støtteprofilen økonomistyring. Det er mulig å velge enten et emne som gir spesialisert kunnskap innenfor økonomistyring eller et emne som gir ytterligere bredde innenfor støtteprofilen.

For å oppnå faglige progresjonen 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:

- Markedsføringsteori og Strategi og ledelse er forkunnskapskrav til emnene Verdiskaping og tjenesteyting, Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon, Tjenesteinnovasjon og Krise i markedsrelasjonene
- Økonomisk organisasjonsteori og Økonomisk styring og kontroll er forkunnskapskrav til valgemnene: Strategisk økonomistyring og Investeringer og beslutningsstøtte, Kvantitative metode er forkunnskapskrav til Anvendt statistisk metode.
- Masteroppgaven velges innenfor studiets spesialiseringsområde. Alle emner i studiet må være bestått for at man skal kunne levere masteroppgaven.

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

Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføringsledelse i et tjenesteperspektiv - Heltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester			
				Høst 2015	Vår 2016	Høst 2016	Vår 2017
Heltid							
3MMF100	<u>Markedsføringsteori</u>	7,5	O	7,5			
3MØS100	<u>Økonomisk organisasjonsteori</u>	7,5	O	7,5			
3MMF120	<u>Strategi og ledelse</u>	7,5	O	7,5			
3MØS120	<u>Økonomisk styring og kontroll</u>	7,5	O	7,5			
3MSM120	<u>Kvalitativ metode</u>	7,5	O		7,5		
3MSM100	<u>Kvantitativ metode</u>	7,5	O		7,5		
3MMF200	<u>Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon</u>	7,5	O		7,5		
3MMF220	<u>Verdiskaping og tjenesteyting</u>	7,5	O		7,5		
3MSM200	<u>Anvendt statistisk metode</u>	7,5	O			7,5	
3MMF360	<u>Krise i markedsrelasjonene</u>	7,5	O			7,5	
3MMF240	<u>Tjenesteinnovasjon</u>	7,5	O			7,5	
3MØS220	<u>Strategisk økonomistyring</u>	7,5	V			7,5	
3MES100	<u>Etikk og virksomhetens samfunnsansvar</u>	7,5	V			7,5	
3MØS240	<u>Investeringer og beslutningsstøtte</u>	7,5	V			7,5	
3MFØ20	<u>Offentlig finans- og formuesforvaltning</u>	10	V			10	
3MFØ05	<u>Forvaltningsøkonomi</u>	10	V			5	5
3MMF300	<u>Masteroppgave</u>	30	O				30
3MØS260	<u>Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon</u>	7,5	V			7,5	
Sum:				30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføring i et tjenesteperspektiv - Deltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester							
				Høst 2015	Vår 2016	Høst 2016	Vår 2017	Høst 2017	Vår 2018	Høst 2018	Vår 2019
3MMF100	<u>Markedsføringsteori</u>	7,5	O	7,5							
3MØS100	<u>Økonomisk organisasjonsteori</u>	7,5	O	7,5							
3MSM100	<u>Kvantitativ metode</u>	7,5	O		7,5						
3MSM120	<u>Kvalitativ metode</u>	7,5	O		7,5						
3MØS120	<u>Økonomisk styring og kontroll</u>	7,5	O			7,5					
3MMF120	<u>Strategi og ledelse</u>	7,5	O			7,5					
3MMF200	<u>Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon</u>	7,5	O				7,5				
3MMF220	<u>Verdiskaping og tjenesteyting</u>	7,5	O				7,5				
3MMF240	<u>Tjenesteinnovasjon</u>	7,5	O					7,5			
3MMF360	<u>Krise i markedsrelasjonene</u>	7,5	O					7,5			
3MSM200	<u>Anvendt statistisk metode</u>	7,5	O						7,5		
3MØS220	<u>Strategisk økonomistyring</u>	7,5	V						7,5		
3MES100	<u>Etikk og virksomhetens samfunnsansvar</u>	7,5	V						7,5		
3MØS240	<u>Investeringer og beslutningsstøtte</u>	7,5	V						7,5		
3MFØ20	<u>Offentlig finans- og formuesforvaltning</u>	10	V						10		
3MFØ05	<u>Forvaltningsøkonomi</u>	10	V					5	5		
3MMF350	<u>Masteroppgave</u>	30	O							15	15
3MØS260	<u>Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon</u>	7,5	V						7,5		
Sum:				15	15	15	15	15	15	15	15

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emnetabeller for studiet - heltid og deltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester
Sum:				

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

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

Det kreves skriftlige individuelle innleveringsoppgaver. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren i emnet) og innleveringsoppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil 3 personer (teller 40% av karakteren i emnet). 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

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, oppgaveløsing, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Skriftlige innleveringsoppgaver i gruppe på inntil 3 personer. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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

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 premissene 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 eksternt 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

Det kreves skriftlige innleveringsoppgaver i gruppe, samt en muntlig presentasjon i gruppe. Dette opplyses nærmere ved emnets start.

Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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

Det kreves obligatoriske skriftlige individuelle innleveringer og en muntlig presentasjon. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren i emnet) og innleveringsoppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil 3 (teller 40% av karakteren i emnet). 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

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

Det kreves skriftlige innleveringsoppgaver i gruppe på inntil 3 personer. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Semesteroppgave i gruppe med inntil 3 studenter. 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

3MSM100 Kvantitativ metode

Emnekode: 3MSM100

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 forskningsdesign, innhenting av empiri, analysere og tolking av kvantitative undersøkelser (k1)
- har inngående kunnskap om grafiske fremstillinger og ikke parametriske tester (k2)
- har inngående kunnskap om parametriske tester slik som multippel regresjonsanalyse og faktoranalyser (k3)
- har inngående kunnskap om personvernordninger for kvantitative analyser (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan vurdere undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet) (f1)
- kan strukturere og formulere komplekse metodiske resonnementer (f2)
- har det nødvendige vitenskapsteoretiske og metodiske grunnlaget for å

- gjennomføre kvantitative undersøkelser, samt kan vurdere andres arbeider (f3)
- behersker kvantitativ metode og forskningsopplegg gjennom å kunne designe og lage et spørreskjema, samt anvende ikke parametriske og parametriske tester i analysearbeid (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- har inngående kunnskap om forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern (g1)
- har inngående kunnskap om forskningsprosessen og kan velge forskningsmetode basert på en problemstilling (g2)
- kan på selvstendig grunnlag fortsette egen kompetanseutvikling og spesialisering i forskningsdesign og metodevalg (g3)
- har grunnlag for å kommunisere og diskutere metodiske problemstillinger, forskningsdesign og metodevalg innenfor bedriftsøkonomiske/administrative fagområder (g4)

Innhold

- Arbeidsprosessene i samfunnsvitenskapelig forskning - herunder forskningsdesign, designkriterier, problemformuleringer og analytiske kategorier.
- Rapportskriving, kilder, referanser, kunnskapsinnhenting (informasjons- og litteratursøking).
- Vitenskap, etikk og retningslinjer for datainnsamling og personvern. Forskerens ansvar i forhold til samfunn og vitenskapens rolle i samfunnet mer allment.
- Undersøkellesprosessen fra problemstilling, forskningsdesign, til ferdig spørreskjema.
- Datainnsamling gjennom eksperimenter og spørreskjema studier.
- Statistisk analyse av ikke parametriske tester (f.eks chi-test) og parametriske tester (f.eks. regresjonsanalyse, ANOVA og MANOVA og faktoranalyser)
- Dataprogram for spørreundersøkelser og statistisk analyse.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, seminar, gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det kreves skriftlige innleveringsoppgaver i gruppe på inntil 3 personer. Obligatorisk

frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF200 Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon

Emnekode: 3MMF200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår / 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 Integrert 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

Det kreves individuelle innleveringsoppgaver. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart.

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

Det kreves skriftlige innleveringsoppgaver i gruppe på inntil 3 personer og en muntlig presentasjon. Dette opplyses nærmere ved emnets start. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MSM200 Anvendt statistisk metode

Emnekode: 3MSM200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

3MSM120 Kvalitativ metode må være fullført og bestått. Studenter på spesialisering markedsføringsledelse må også ha fullført og bestått 3MSM100 Kvantitativ metode.

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

Obligatorisk muntlig presentasjon i gruppe. Tilstedeværelse på minst 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Semesteroppgave i gruppe på inntil 3 studenter. Studentene skal som del av semesteroppgaven gjennomføre analyser med dataprogram. 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

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

Det kreves skriftlige innleveringsoppgaver og muntlig presentasjon i gruppe på inntil 3 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.

Ansvarlig avdeling

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

Det kreves skriftlige individuelle innleveringsoppgaver. Dette opplyses nærmere ved emnets start. 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 (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.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS220 Strategisk økonomistyring

Emnekode: 3MØS220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

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 tjensteperspektiv som utgangspunkt

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det kreves obligatoriske skriftlige innleveringer i gruppe på inntil 3 og en individuell muntlig presentasjon. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart. 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

3MES100 Etikk og virksomhetens samfunnsansvar

Emnekode: 3MES100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

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

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

En obligatorisk muntlig presentasjon. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

Individuell hjemmeeksamen over 48 timer. Vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MØS240 Investeringer og beslutningsstøtte

Emnekode: 3MØS240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MMF120 Strategi og ledelse, 3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori og 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll må være fullført og bestått. Det anbefales at emnet 3MØS220 Strategisk økonomistyring er bestått før man begynner på emnet.

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

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

Det kreves skriftlige innleveringer og en muntlig presentasjon i gruppe på inntil 3. Dette opplyses nærmere ved emnets oppstart.

Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MFØ20 Offentlig finans- og formuesforvaltning

Emnekode: 3MFØ20

Studiepoeng: 10

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle.

Læringsutbytte

Målet for emnet er å gi kandidatene kunnskap, ferdigheter og kompetanse til å lede og delta i finans- og formuesforvaltning i offentlig sektor og da særlig kommunal og fylkeskommunal forvaltning, og utarbeide analyser av problemstillinger og tiltak knyttet til finansiering og formuesforvaltning i offentlige virksomheter.

Ved fullført emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har grundige kunnskaper om og forståelse for systemer for offentlige inntekter, herunder innsikt i skattesystemer og skatteteorier, avgifter og gebyrer og andre inntekter
- har kunnskaper om rentebegreper og renteteorier og god innsikt i offentlig finans- og formuesforvaltning, herunder finansstrategi /- reglement, kapitalplasseringer, fondsbruk og opplåning

- forstår finansiell risikovurdering og risikostyring herunder bruk av finansielle derivater.

Ferdigheter

Studenten

- har ferdigheter til å lede og delta i finansforvaltning i kommuner og annen offentlig virksomhet
- kan delta i og ivareta opplegg for finansstrategi, opplåning, finansplasseringer
- kan forhandle om og bruke derivater i risikostyring
- kan delta i og gjennomføre økonomiske analyser av offentlige investeringer og finansiering av dem

Generell kompetanse

Studenten

- kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter til å gjennomføre utredningsoppdrag knyttet til finansiering og formuesforvaltning i offentlig sektor, herunder investerings- og finansieringsanalyser
- kan delta i ledelse, gjennomføring og kontroll av finansforvaltningen i kommuner og annen offentlig virksomhet
- har innsikt i teori og teoretisk og analytisk begrepsapparat slik at hun eller han kan kommunisere om faglige og aktuelle problemstillinger så vel med eksperter som allmennheten.

Innhold

Oversikt over skatteteorier og systemer for offentlige inntekter. Kommunale inntekter og inntektssystemer, finansiering og formuesforvaltning;herunder finansstrategi/-reglement, pengeplasseringer, fondsbruk og opplåning. Utdypning av emner knyttet til finanstrategi, pengeplasseringer, opplåning, derivater og risikostyring. Metoder for å analysere investeringer og finansiering av dem.

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, arbeid i grupper og diskusjoner. Det legges stor vekt på å integrere og tematisere emner på tvers av fag og knytte undervisningen til deltakernes erfaringer. Mellom undervisningsenhetene skal deltakerne arbeide med oppgaver og selvstudier, og ha kontakt med øvrige deltakere og forelesere per e-post og et nettbasert system. Faste kollokviegrupper anbefales.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Obligatorisk oppmøte på minimum 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

10 dagers individuell hjemmeeksamen.

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MFØ05 Forvaltningsøkonomi

Emnekode: 3MFØ05

Studiepoeng: 10

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Målet for emnet er å gi kunnskaper, ferdigheter og kompetanse til å forstå og delta i økonomisk styring av offentlig virksomhet og økonomiske analyser av offentlig virksomhet.

Kunnskap

Kandidaten skal ha:

- kunnskap om og forståelse for økonomisk styring i offentlige virksomheter herunder de styrings - og analysemetoder som er tilgjengelig som metoder for budsjettstyring, økonomisk planlegging, målstyring og samfunnsøkonomiske analyser som kostnadsanalyser og nytte/kostnadsanalyser.
- kunnskap om virkemidler og sammenhenger i makroøkonomisk styring, hvordan markedsøkonomien fungerer og forholdet mellom offentlig virksomhet og markedsstyrt virksomhet.
- kunnskap om New Public Management (NPM) som synsmåte og utfordring for offentlig sektor, spesielt med hensyn til effektivitet og utvikling.

Ferdigheter

Kandidaten skal kunne:

- forstå og delta i økonomiske styringsprosesser som budsjettering, økonomisk planlegging og målstyring i offentlige sektor
- til å delta i og forstå økonomiske analyser av offentlige tiltak som kostnadsanalyser og nytte kostnadsanalyser
- til å utarbeide opplegg for økonomiske styringsprosesser i offentlig virksomhet.

Generell kompetanse

Kandidaten skal:

- kunne delta utredningsoppdrag knyttet til økonomisk virksomhet i offentlig sektor
- kunne delta i økonomisk planlegging, styring og ledelse i offentlig virksomhet.
- ha insikt i teori og teoretisk og analytisk begrepsapparat slik at hun eller han kan kommunisere om faglige og aktuelle problemstillinger så vel med eksperter som allmennheten.

Innhold

Emnet omfatter både samfunnsøkonomiske problemstillinger og økonomisk styring. Emnet tar sikte på å gi en bred forståelse for sammenhengen mellom markedøkonomien og den offentlig virksomheten. Fokus ligger på de økonomiske sammenhengene, forutsetninger for effektivitet og økonomisk styring i offentlig virksomhet. Sentrale ledelsesverktøy knyttet til økonomistyring, budsjetteori samt balansert målstyring vektlegges særlig, og problemstillinger knyttet til markedsorientering, effektivitet og konkurranseutsetting belyses.

Organisering og arbeidsformer

Undervisningen består av forelesninger, arbeid i grupper og diskusjoner. Det legges stor vekt på å integrere og tematisere emner på tvers av fag og knytte undervisningen til deltakernes erfaringer. Mellom undervisningsenhetene skal deltakerne arbeide med oppgaver og selvstudier, og ha kontakt med øvrige deltakere og forelesere per e-post og Fronter. Faste kollokviegrupper anbefales.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Obligatorisk oppmøte på minimum 50% underviste timer i emnet.

Vurderingsordning

10 dagers individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF300 Masteroppgave

Emnekode: 3MMF300

Studiepoeng: 30

Semester

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:

k1 har spesialisert empirisk og teoretisk kunnskap innenfor et område relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilen

k3 har avansert kunnskap om teori og metodisk tilnærminger som belyser en selvvalgt problemstilling som er relevant for hovedprofilen

k4 kan anvende kunnskap på nye områder innenfor hovedprofilen

Ferdigheter

Kandidaten:

f1 kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder og anvende disse til å strukturere faglige resonnementer, samt å identifisere presise og forskbare problemstillinger

f2 kan analysere eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innen hovedprofilen

f3 kan bruke relevante metoder for forskning og faglig utviklingsarbeid som setter kandidaten i stand til å gjennomføre undersøkelser basert på vitenskapelig prinsipper

f4 kan gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsarbeid i tråd med de forskningsetiske normer

f5 kan reflektere over og drøfte sentrale vitenskapsteoretiske dilemmaer

Generell kompetanse

Kandidaten:

g1 kjenner til etiske problemstillinger og krav til vitenskapelig redelighet som kreves av vitenskapelig arbeid

g2 kan gjennomføre et omfattende forsknings- og utredningsarbeid, granske et vitenskapelig arbeid og på en konstruktiv måte delta i diskusjonen i et vitenskapelig forum

g3 kan formidle masteroppgavens problemstilling og resultatet gjennom skriftlig og muntlig kommunikasjon

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 oppgaveseminar

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

3MØS260 Økonomistyring, prosjektledelse og innovasjon

Emnekode: 3MØS260

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

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.

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det kreves skriftlige individuelle innleveringsoppgaver. Dette opplyses nærmere ved emnets start. Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Vurderingsordning

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 avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MMF350 Masteroppgave

Emnekode: 3MMF350

Studiepoeng: 30

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

Læringsutbytte :

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten:

k1 har spesialisert empirisk og teoretisk kunnskap innenfor et område relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilen

k3 har avansert kunnskap om teori og metodisk tilnærminger som belyser en selvvalgt problemstilling som er relevant for hovedprofilen

k4 kan anvende kunnskap på nye områder innenfor hovedprofilen

Ferdigheter

Kandidaten:

f1 kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder og anvende disse til å strukturere faglige resonnementer, samt å identifisere presise og forskbare problemstillinger

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

Generell kompetanse

Kandidaten:

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

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 oppgaveseminar

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