

Studieplan 2014/2015

Bachelor i serviceledelse og markedsføring

Studiepoeng: 180

Studiets varighet, omfang og nivå

Studiet er en grunnutdanning som består av 180 studiepoeng og er normert til tre års heltids studium.

Innledning

Tjenesteyting er utgangspunktet for all økonomisk aktivitet og er nødvendig for at økonomien og samfunnet skal fungere godt. Tjenesteytende sektor utgjør i dag over 80% av antall arbeidsplasser i Norge og hoveddelen av økonomien. Tjenesteytende virksomheter – for eksempel detaljhandelen, finanssektoren, opplevelsessektoren, hotell- og restaurantnæringen og offentlig sektor – skiller seg fra produksjonsorienterte virksomheter på mange viktige punkter. Det er derfor viktig å erkjenne at tjenester er ikke perifere aktiviteter, men snarere en viktig og integrert del av samfunnet. Tjenester er den sentrale funksjon i velferdssamfunnet og muliggjør en bærekraftig økonomi. I tillegg vil ikke bare tjenester lette, men også gjøre det mulig for vareproduserende virksomhet å utvikle seg videre.

Praksisen og forståelsen av tjenesteytende sektor er i rask utvikling, og vi ser også at tjenesteytende virksomheter i stadig større grad opererer på det globale markedet. Ledere i servicenæringen rapporterer at produksjonsbaserte modeller ikke alltid er like nyttige og relevante. Grunntanken i dette studiet er at tjenesteytende virksomheter skiller seg fra produksjonsbedrifter på mange viktige punkter, og at de krever en egen tilnærming, planlegging og implementering av strategier. Vi mener derfor det er viktig å forstå denne sektoren på deres egne forutsetninger, samt å utforme mål og -strategier deretter.

Service kan forstås som kompetanse gjort om til handlinger til fordel for de involverte parter. Dette innebærer kunden alltid er en aktiv del av tjenesteprosessen. Dette vises

tydelig når vi ser på tjenester som, transport, utdanning, helse, juridisk rådgivning, håarklipp og et mylder av andre tilbud som tilbys i markedet.

Dette studiet utvikler en forståelse for hvordan markedslogikken og markedsføring av tjenester fungerer, og omhandler servicerelaterte problemstillinger som utforming av tjeneste- og opplevelsesprosesser, relasjoner til kunder og andre aktører, samt ledelse og utvikling av kundeforhold. Målet er å øke virksomhetens evne til innovasjon og implementere markedsstrategier i tjenesteytende omgivelser.

Grunnlaget for studiet har vært utviklet gjennom et samarbeid med *Virke* (tidligere Handelens- og Servicenæringens Hovedorganisasjon) som er hovedorganisasjonen for handel og tjenester i Norge. *Virke* organiserer virksomheter innen varehandel, kunnskap, teknologi, reiseliv, service, helse, utdanning, kultur og frivillighet.

Læringsutbytte

Kandidaten skal ved gjennomført studium vise kunnskap og forståelse som kreves for kvalifisert og selvstendig arbeid innen service, markedsføring og ledelsesområdet. For å oppnå dette skal kandidaten ha utviklet en helhetlig tilnærming i nevnte fagområder. Kandidaten skal også ha opparbeidet kompetanse innen fagområdet til ytterligere spesialisering og til å kunne håndtere egen læring.

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

Kunnskap

Kandidaten

- har kunnskap om fagområdets vitenskapelige grunnlag og innsikt i aktuell forskning og utvikling innenfor studieområdet
- har grunnleggende kunnskaper innen økonomi og metode og en dypere kunnskap innen service, markedsføring og ledelse
- har kunnskap om næringens markedslogikk, organisasjonens forretningsstrategier og økonomiske beregninger

Ferdigheter

Kandidaten

- har evne til å samle og kritisk tolke informasjon og kritisk diskutere service-, markeds- og ledelsesrelaterte fenomener, problemer og situasjoner
- har evne til å identifisere, formulere og løse service-, markedsføring- og

ledelsesrelaterte problemstillinger samt, med passende metoder, planlegge og utføre oppgaver innenfor gitte tidsrammer

- har evne til å redegjøre for og diskutere nærings- og bedriftsspesifikke situasjoner muntlig og skriftlig i dialog med ulike grupper
- kan oppdage, tolke og bruke forskningsresultater innen service-, markedsføring- og ledelsefag, samt å forstå hvordan disse forholder seg til eksisterende teorier og praktisk erfaring
- kan arbeide selvstendig innenfor fagområdet.
- kan yte og veilede kunder og medarbeidere innen kundebehandling, samt forstå hvordan virksomheten skal kunne møte, tilrettelegge for og dekke kundens behov.
- kan møte kunder, kollegaer og partnere med respekt og ivaretagelse

Generell kompetanse

Kandidaten

- kan foreta vurderinger med hensyn til relevante vitenskapelige og sosiale problemstillinger, herunder etiske aspekter
- viser forståelse for fagområdets vitenskapelige muligheter og begrensninger, samt fagets rolle i samfunnet
- viser forståelse for betydningen av lederskap og dets praksis
- har utviklet egen læring for raskt å kunne sette seg inn i og forstå nye problemer
- viser evne til å identifisere behov for ytterligere kunnskap og utvikle sine ferdigheter.
- kan være selvstendig og ansvarsbevisst leder som viser evne og vilje til en reflektert holdning til medarbeidere og kunder, samt tjenesteytende næring i sin helhet.

Målgruppe

Studiet retter seg mot personer som ønsker å bidra til utviklingen av kundeorienterte organisasjoner innen handel, reiseliv, hotell, kultur og opplevelser og andre typer tjenesteyting. Målgruppen til Bachelor i serviceledelse og markedsføring kan deles i tre hovedgrupper:

- Søkere som har gjennomført 3-årig videregående skole og som ønsker en utdanning innen service relaterte fagområder.
- Søkere som har fagbrev (y-veien) innen service og samferdsel. Målsettingen er å kunne gi et bidrag til livslang læring ved å etablere relevante overganger fra fagbrev til høyere utdanning.
- Søkere med yrkeserfaring, som ønsker faglig påfylling og en utdanning innen fagområdet

Kompetanse

Fullført studium gir vitnemål med tittelen "Bachelor i serviceledelse og markedsføring". Det overordnede mål med studiet er å utdanne gode medarbeidere og potensielle ledere til handels- og tjenestenæringen. Uteksaminerte kandidater vil være kvalifisert for ulike funksjoner i forskjellige type virksomheter. De vil være kvalifiserte som mellomledere. Studiet kvalifiserer spesielt for oppgaver innenfor servicemarkedsføring, forretningsutvikling og markedsorientert organisasjonsutvikling.

Studentene vil også kunne være kvalifiserte for å begynne på masterutdanninger i Norge og i utlandet innenfor fagområdene markedsføring og service.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller realkompetanse på tilsvarende nivå.
I tillegg vil søkere med fagbrev innen service og samferdsel dekke opptakskravet til studiet

Undervisnings- og læringsformer

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

Vurderingsformer

Det er lagt opp til at vurderingsformene som benyttes i studiet er varierte. Det benyttes: mappevurdering, skriftlige og muntlige eksamener, praktiske øvelser, prosjektarbeid samt bacheloroppgave. Studiet består av enkeltemner og de ulike vurderingsformene framgår av den enkelte emnebeskrivelse. Der ikke annet er oppgitt, benyttes graderte bokstavkarakterer, A-F, der E er laveste ståkarakter.

Internasjonalisering

Det legges opp til at studentene kan integrere et utenlandsopphold av ett semesters varighet i 4. semester. I tillegg benyttes engelsk pensum i flere emner. Utenlandsopphold skal være godkjent av høgskolen på forhånd og innarbeides i den enkeltes utdanningsplan.

Studiets innhold, oppbygging og organisering

Studiet er bygd opp slik det framgår av tabellen nedenfor.

I femte semester skal studenten velge mellom emnet Merkevarerledelse og Ekstern praksis.

Det nettbaserte studiestøttesystemet Fronter brukes i benyttes i undervisningen.

Emneoversikt

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
3MAR100	<u>Markedsføringsledelse</u>	7,5	O	7,5					
3ORG100	<u>Organisasjonsforståelse</u>	7,5	O	7,5					
3BED100	<u>Virksomhetens økonomi</u>	7,5	O	7,5					
3SER100	<u>Kommunikasjon og kundebehandling</u>	7,5	O	7,5					
3SER200	<u>Serviceledelse og kvalitet</u>	7,5	O		7,5				
3MET100	<u>Informasjonskompetanse og metode - metode 1</u>	7,5	O		7,5				
3JUS120	<u>Arbeidsrett</u>	7,5	O		7,5				
3MAR240	<u>Forbrukeratferd</u>	7,5	O		7,5				
3LED100	<u>Ledelse og lederrollen</u>	7,5	O			7,5			
3MET200	<u>Metode og databehandling - metode 2</u>	7,5	O			7,5			
3LED300	<u>Virksomhetsstrategi</u>	7,5	O			7,5			
3SER250	<u>Serviceloggikk</u>	7,5	O			7,5			
3MAR120	<u>Markedskommunikasjon</u>	7,5	O				7,5		
3LED140	<u>Teamledelse</u>	7,5	O				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	O				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	O				7,5		
3SER320	<u>Operasjonell serviceledelse og informasjonsteknologi</u>	7,5	O					7,5	
3SER300	<u>Kunderelasjoner og relasjonsledelse</u>	7,5	O					7,5	
3BED300	<u>Innovasjon og entreprenørskap</u>	7,5	O					7,5	
3MAR300	<u>Merkevarerledelse</u>	7,5	V					7,5	
3PRA300	<u>Ekstern praksis (Bachelor i markedsføring og Bachelor i serviceledelse og markedsføring)</u>	7,5	V					7,5	
3SER350	<u>Informasjonsøkonomi og digitale markeder</u>	7,5	O						7,5
3MET300	<u>Metode og statistikk - metode 3</u>	7,5	O						7,5
3BA300	<u>Bacheloroppgave</u>	15	O						15
Sum:				30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

3MAR100 Markedsføringsledelse

Emnekode: 3MAR100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om markeds-/kundeorientering og hvilken betydning dette har for virksomheten
- ha kjennskap til markedsføringsfagets utvikling, perspektiver og sentrale begreper
- ha kunnskap om hvordan de markedsmessige omgivelsene påvirker virksomheten
- ha kunnskap om hvordan virksomheten må segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg

- ha kunnskap om målsetting, overordnet strategi, bruken av ressurser og konkurransevirkemidler
- ha kunnskap om hvordan verdiskapningen samskapes i interaksjonen mellom virksomheten og kunden/brukeren og hvordan dette påvirker kundens/brukerens lojalitet og tillitt.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

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

Innhold

- Markedsføringens begreper og perspektiver
- Markeds- og kundeorientering
- Markedsplanleggingsprosessen
- Foretakets mål, visjon og forretningsidé
- Situasjonsanalyse
- Segmentering, målgruppeutvalgelse og posisjonering
- Markedsstrategier og bruk av konkurransevirkemidler
- Utvikling av et markedstilbud og merkevarebygging
- Markedsetikk og samfunnsansvar

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

En innleveringsoppgave i gruppe med inntil tre deltakere.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3ORG100 Organisasjonsforståelse

Emnekode: 3ORG100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å definere, analysere og reflektere over organisasjonsmessige

- dilemmaer og problemstillinger
- kunne anvende organisasjonsteoretiske begreper innenfor alle typer organisasjoner

Generell kompetanse

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

Innhold

- Grunnleggende organisasjonsprosesser som mål, strategi og effektivisering
- Formell organisasjonsstruktur
- Organisasjonskultur, makt og konflikter i organisasjoner
- Organisasjoners omgivelser
- Motivasjonsteorier og mellommenneskelige organisasjonsmessige relasjoner
- Beslutninger og kommunikasjonsprosesser i organisasjonen
- Læring og innovasjon
- Endring og organisasjonsutvikling
- Ulike teorier om ledelse i organisasjoner

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

Fire timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BED100 Virksomhetens økonomi

Emnekode: 3BED100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter endt emne skal studenten:

- ha grunnleggende ferdigheter i bruk av regneark

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsning ved hjelp av regneark (Excel).

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

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

Vurderingsordning

4-timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER100 Kommunikasjon og kundebehandling

Emnekode: 3SER100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav

Læringsutbytte

Emnet skal gi en grunnleggende forståelse av service og betydningen av service i dagens samfunnskontekst. Studentene skal tilegne seg teoretisk innsikt og få praktisk anvendbar kunnskap om kunde-/brukerorientert samhandling

Kunnskap

Etter fullført emne skal studentene:

- ha kunnskap om service og kunde-/ brukerorientering, og hvilken betydning dette har for virksomheten
- ha kunnskap om sentrale organisasjonsmessige forhold knyttet til det å jobbe i interaksjon med kunder/brukere

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne gjenkjenne og analysere problemstillinger tilknyttet organisasjonsmessig planlegging, tilrettelegging og gjennomføring av samhandling med kunder/brukere

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

- ha et reflektert forhold til service og kunde-/brukerrelatert samhandling

Innhold

- Service som lagspill
- Servicekvalitet
- Arbeidsmiljø
- Kommunikasjon
- Samhandling
- Veiledning

Organisering og arbeidsformer

Selvstudium, forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

48 timer skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER200 Serviceledelse og kvalitet

Emnekode: 3SER200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- Kunne avdekke årsaker til gap i servicekvaliteten.
- Kunne forslå tiltak slik at servicekvalitet kan integreres i alle ledd av

organisasjonen.

- Kunne identifisere og foreslå konkrete tiltak for å øke en bedrifts servicekvalitet.

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

- Ha økt sine skriftlige presentasjonsevner.

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning. Det vil bli satt av tid til veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

48 timers individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET100 Informasjonskompetanse og metode - metode 1

Emnekode: 3MET100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

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

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- forstår forskjellige perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning og vitenskapsteoretiske problemstillinger
- kan trinnene i den overordnede forskningsprosessen, herunder operasjonalisering

- av problemstillinger og valg av forskningsdesign
- forstår begrepene validitet og reliabilitet
- forstår hvordan vitenskapelige oppgaver/artikler er oppbygd, søke og gjenfinne faglige tekster og relevant forskning, samt å kunne bruke dette som utgangspunkt for egen faglig skriving
- kjenner til og forstår forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern.

Ferdigheter

Studenten

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

Generell kompetanse

Studenten

- har forståelse for både praktiske og etiske problemstillinger knyttet til bruken av forskningsmetode
- kan formidle faget skriftlig
- kan gjøre en kritisk vurdering av egen fremgangsmåte og forskningspraksis, samt kritisk tolke andres undersøkelser

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

En skriftlig gruppeoppgave.

Vurderingsordning

48 timers hjemmeeksamen i gruppe.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3JUS120 Arbeidsrett

Emnekode: 3JUS120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om rettsreglene i den individuelle arbeidsretten og arbeidslivets organisasjoner.

Kunnskap:

Etter fullført emne skal studenten:

- ha kunnskap om rettsreglene i den individuelle arbeidsretten – forholdet mellom den enkelte arbeidsgiver og den enkelte arbeidstaker
- ha kunnskap om rettsreglene for arbeidslivets organisasjoner og forholdet mellom en fagforening og arbeidsgiver/arbeidsgiverforening.

Ferdigheter:

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne løse praktiske problemstillinger, særlig knyttet opp mot arbeidsmiljøloven og diskrimineringslovgivningen og også annen arbeidsrettslig lovgivning.

Generell kompetanse:

Etter fullført emne skal studenten

- ha økt forståelse for juridiske problemstillinger.

Innhold

- tilsetting
- arbeidsgivers styringsrett og arbeidstakers lydighetsplikt
- medbestemmelse
- arbeidsmiljø
- lønn, arbeidstid, ferie og permisjon og
- permittering
- oppsigelse og avskjed
- overføring av virksomhet
- håndheving, tilsyn
- organisasjonene og tariffavtale

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen. Hjelpemidler: Norges lover.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR240 Forbrukeratferd

Emnekode: 3MAR240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

English

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet omhandler faktorer som påvirker forbrukerens adferd og beslutningsprosess.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne benytte ulike teorier og modeller for å forstå prosessene som leder frem til

- forbrukerens valg av et produkt eller en tjeneste
- kunne stille kritiske spørsmål til, og reflektere over sentrale forutsetninger og antakelser innen forbrukeradferd

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Individuell semesteroppgave.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED100 Ledelse og lederrollen

Emnekode: 3LED100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper i ledelsesteori og ledelsesfaglige problemstillinger.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

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

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Det vil bli stilt krav om én innlevering.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET200 Metode og databehandling - metode 2

Emnekode: 3MET200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

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

Innhold

- Gjennomføring av samfunnsvitenskapelige undersøkelser
- Utforming av forskningsspørsmål, forskningsdesign og datainnsamling
- Kvalitative og kvantitative innsamlingsteknikker herunder observasjon, intervju, gruppesamtaler og spørreskjemaer
- Praktisk bruk av spørreprogram og statistikkprogram
- Bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative og kvantitative data og slutningsstatistikk
- Treveis tabeller
- Signifikanstesting av toveistabeller
- Intervjuteknikker og tekstanalyse
- Perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Det vil bli krevd obligatoriske oppgaver. Dette konkretiseres senest ved emnets oppstart.
- Oppmøte på opplæring i bruk av statistikkprogrammer.

Vurderingsordning

4-timers skriftlig, individuell eksamen

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED300 Virksomhetsstrategi

Emnekode: 3LED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studentene:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studentene:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

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

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, oppgaveløsninger, gruppearbeid og diskusjoner.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Individuell Multiple Choice oppgave.

Vurderingsordning

Semesteroppgave i grupper.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER250 Servicelogikk

Emnekode: 3SER250

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

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

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én refleksjonsoppgave.

Vurderingsordning

7 dagers hjemmeeksamen i grupper.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR120 Markedskommunikasjon

Emnekode: 3MAR120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

English

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- ha evne til å analysere og reflektere over en organisasjons

markedskommunikasjon.

- kunne definere kommunikasjonsstrategier
- kunne utvikle en integrert kommunikasjonsplan relatert til forskjellige typer organisasjoner.

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

En innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED140 Teamledelse

Emnekode: 3LED140

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnet 3ORG100 Organisasjonsforståelse eller tilsvarende må være fullført og bestått

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper om team som arbeidsform.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- ha innsikt i hva som kjenner team som arbeidsmåte i organisasjoner, effektivt teamarbeid og team som strategisk verktøy for læring/endring, inkludert virtuelle team.

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- gjenkjenne og analysere organisasjonsfaglige problemstillinger
- kunne vurdere seg selv og andre i teamarbeid

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha en mer kritisk og reflekterende holdning til teamarbeid og teamledelse.

Innhold

- Gruppeprosesser
- teamstruktur
- teamkultur
- teamledelse
- roller
- kommunikasjon
- konflikter
- virtuelle team.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én innleveringsoppgave.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

Valgemne 7,5 sp

Emnekode:

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Læringsutbytte

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Innhold

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Organisering og arbeidsformer

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Vurderingsordning

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER320 Operasjonell serviceledelse og informasjonsteknologi

Emnekode: 3SER320

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse og 3SER200 Serviceledelse og kvalitet eller tilsvarende. Emnet 3SER250 Servicelogikk er anbefalt forkunnskapskrav.

Læringsutbytte

Etter fullført emne skal studentene ha opparbeidet et reflektert forhold til grunnleggende forhold rundt operasjonell serviceledelse og -drift, samt hvordan man kan bidra til god design for funksjonell interaksjon med hensyn til IT-baserte informasjonssystemer.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- forstå sammenhengen mellom teorien om servicesystems og operasjonell serviceledelse
- kjenne til verktøy for utvikling av serviceprosesser
- vite hvordan en kan benytte seg av teknologi for å øke kvaliteten av en service
- forstå at design/utforming av en tjeneste påvirker kvaliteten ved bruk og levering
- forstå viktigheten av å delta i utforming av systemer, samt kjenne til metoder for å

kunne delta i slik utvikling

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne analysere og evaluere eksisterende serviceprosesser i organisasjoner
- kunne utvikle nye serviceprosesser
- kunne foreta enkelte beregninger ved de enkelte elementer i serviceprosessen
- kunne delta i utviklingsprosesser som omfatter utvikling/tilpassing av (data-)systemer til bruk innen service

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha oppøvd en mer selvstendig og reflekterende holdning til drift av en tjenesteorganisasjon

Innhold

- Servicesystems og operasjonell serviceledelse
- Prosessdesign (planlegging og forbedring)
- Selv service og interaksjonsdesign
- Service facility design – layout and flow
- Prosjektplanlegging og – styring
- Leveransesystemet: Kapasitesplanlegging og venting
- Leveransesystemet: Service encounter og job design
- Systemutvikling: systemutviklingsprosessen og UML (utvalgte deler)

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

Mappevurdering i grupper. Studenter skal arbeide med 2 oppgaver i løpet av semesteret.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER300 Kunderelasjoner og relasjonsledelse

Emnekode: 3SER300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse og 3SER200 Serviceledelse og kvalitet eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, forståelse og innsikt til å kunne håndtere forskjellige kunderelasjoner, slik at disse blir etablert, utviklet og ivaretatt på en god måte.

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

- kunnskap om hvordan organisere kunderelasjonene slik at de blir en kilde til komparativ fortrinn for bedriften
- kunnskap om hvordan tiltrekke seg, vedlikeholde og øke kundemassen
- kunnskap om kjernemodeller og verktøy innenfor relasjonsmarkedsføring, som er utviklet for å håndtere utfordringene når målet er å skape en lojal og lønnsom kundebase

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

- kunne anvende verktøy for å imøtekomme og håndtere tjenesteytende bedrifters utfordringer når det gjelder å knytte relasjoner til kundene
- hvordan lede kunderelasjoner over tid

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studentene:

- kunne formidle relevante problemstillinger og løsninger om utfordringer virksomheten har når det gjelder å knytte relasjoner og lojalitet til sine kunder, medarbeidere og partnere, samt ivareta et økt fokus på etiske problemstillinger og samfunnsansvar

Innhold

- Relasjonsperspektivet sett i lys av andre markedsperspektiver
- Kundeprosesser og kundefokus som fundament for virksomheten
- Relasjonens livssyklus
- Utvikling og ledelse av verktøy som fremmer relasjonstilknytningen til kunder og andre aktører
- Utvikle forskjellige aktiviteter i relasjonen
- Hvordan skape verdier i relasjonen til kunder og andre involverte aktører
- Hva skaper kundetilfredshet og -lojalitet

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

En ukes individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BED300 Innovasjon og entreprenørskap

Emnekode: 3BED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse i praktisk arbeid med innovasjon og entreprenørskap i ulike virksomheter og bransjer. Begrepet innovasjon knyttes både til endringsarbeid og til nye aktiviteter i bestående virksomheter, mens entreprenørskap rettes mot kunnskap om oppstart av nye bedrifter og nye prosjekter. Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap Studenten

- har bred teoretisk kunnskap og forståelse for arbeid med innovasjon og entreprenørskap som viktig del av dagens arbeids- og næringsliv
- har tilegnet seg forståelse for betydningen av selvutvikling og humankapital i nyskappingsprosesser
- har forståelse for viktige prosesser og arbeidsmetoder i nyskappingsarbeid, herunder produktutvikling, prosessforbedring og utvikling av markedsrelasjoner i både eksisterende og ny virksomhet

Ferdigheter Studenten

- kan anvende faglig kunnskap i idéutvikling, kreativitet og nyskappingsarbeid
- kan knytte kunnskapen opp mot utviklingsarbeid og aktuelle case
- kan reflektere over egen faglig utøvelse i innovasjonsprosesser og entreprenørskap

Generell kompetanse Studenten

- har kunnskaper og ferdigheter som grunnlag for en generell utviklings- og endringskompetanse
- kan reflektere over egen rolle i en gruppeprosess
- viser bevisste holdninger knyttet til å kunne håndtere endringsprosesser mer generelt

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, seminarer og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Én skriftlig gruppeoppgave og muntlig fremføring i gruppe på tre-fem personer, hvor gruppemedlemmene kommer fra minst to ulike studieprogram.

Vurderingsordning

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR300 Merkevareledelse

Emnekode: 3MAR300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

English

Forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse og 3MAR120 Markedskommunikasjon eller tilsvarende.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Ingen.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

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

Emnekode: 3PRA300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

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

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Dokumentasjon på gjennomført praksis fra praksisorganisasjonen.

Vurderingsordning

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER350 Informasjonsøkonomi og digitale markeder

Emnekode: 3SER350

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3BED100 Virksomhetens økonomi eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om grunnleggende markedsteori og samfunnsøkonomisk effektivitet
- forstår informasjon som et økonomisk gode
- har kunnskap om hvorfor manglende informasjon i et marked og spesielle forutsetninger i markeder for digitale produkter kan føre til markedssvikt, samt samfunnsøkonomiske konsekvenser av dette
- har kunnskap om grunnleggende mikroøkonomiske modeller som er spesielt relevant for å analysere digitale markeder og kan anvende disse til å belyse valg av prisstrategi, konkurransestrategi, innovasjoner og trender i markeder for digitale produkter i et samfunnsøkonomisk perspektiv
- har kjennskap til hvordan reguleringer av markeder for digitale produkter kan

begrunnes ut i fra mikroøkonomisk teori

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende grunnleggende mikroøkonomisk teori og modeller til å drøfte praktiske og teoretiske problemer knyttet til informasjon i markeder og markeder for digitale produkter, samt foreslå begrunnede løsninger
- kan innhente informasjon og fagstoff og framstille dette for å belyse problemstillinger innenfor informasjonsøkonomi og digitale markeder

Generell kompetanse

Studenten

- kan formidle grunnleggende mikroøkonomisk teori, problemstillinger og løsninger ved hjelp av en kombinasjon av grafiske modeller og skriftlig framstilling
- kan utveksle faglige synspunkter med andre studenter og samarbeide med andre om å løse praktiske og teoretiske problemer innenfor emneområdet

Innhold

- Informasjon som et økonomisk gode
- Fullkommen konkurranse og samfunnsøkonomisk effektivitet
- Monopolistisk konkurranse, oligopol og naturlig monopol
- Prisdiskriminering
- Transaksjonskostnader
- Fastlåsing og byttekostnader
- Kollektive goder
- Nettverksøkonomi
- Samarbeid og kompatibilitet
- Konkurranseloven og Konkurransetilsynets rolle
- Grunnleggende ikke-kooperativ spillteori
- Asymmetrisk informasjon

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, gruppearbeid og selvstudier. Det gis mulighet til å få én skriftlig tilbakemelding på utkast til besvarelse av mappeoppgavene underveis i semesteret, forutsatt at utkastet er levert innen frist angitt i undervisningsplanen.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

Refleksjonsnotat i gruppe om arbeidsprosessen i forbindelse med mappeoppgavene (ca. 1 side).

Vurderingsordning

Mappe i gruppe på 2-3 studenter. Mappa består av 3 skriftlige arbeider med et samlet omfang på inntil 30 sider.

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

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET300 Metode og statistikk - metode 3

Emnekode: 3MET300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

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

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- Ha forståelse for etiske problemstillinger rundt bruken av forskningsmetode
- Kunne gjøre en kritisk vurdering av egn fremgangsmåte og vurderinger rundt egen forskningspraksis, samt kritisk tolke andre undersøkelser

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- To gruppeoppgaver.

Vurderingsordning

48 timers individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BA300 Bacheloroppgave

Emnekode: 3BA300

Studiepoeng: 15

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Bestått 135 studiepoeng fra bachelorstudiet, herunder metodeemnene.

Læringsutbytte

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

Kunnskap

Etter fullført emne skal studenten:

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

Ferdigheter

Etter fullført emne skal studenten:

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

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- ha innsikt i vitenskapelig redelighet og forståelse for etiske utfordringer som er relevante for problemstillingen
- ha bevissthet om problemstillingens og arbeidets konsekvenser for enkeltmennesker, virksomheten og samfunnet

Innhold

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

Organisering og arbeidsformer

Studentene vil i 5. semester bli gitt nærmere orientering om arbeidet.

Bacheloroppgaven skrives normalt av to studenter. Bare unntaksvis skriver en student bacheloroppgaven alene. Studentene får individuell og/eller gruppebasert veiledning oppad begrenset til maks 4 timer per oppgave. 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 styrker på bacheloroppgaven har vedkommende ikke krav på å få tildelt nye veiledningstimer.

Obligatoriske krav som må være godkjent før man kan avlegge eksamen

- Oppmøte på oppgaveseminar
- Forskningstema med tilhørende litteraturgjennomgang skal leveres før 1. desember
- Oppmøte på avtalte veiledningsmøter
- Innlevering av prosjektbeskrivelse

Veiledningen og oppgaveseminar vil bli gjennomført i løpet av oktober og november. Dette opplyses nærmere om ved emnets start.

Vurderingsordning

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

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag