



Studieplan 2005/2006

BØADM Bachelor i økonomi og administrasjon (kull 2005 - 08)

Formålet med BØA-studiet er å utdanne brukerorienterte og reflekterte yrkesutøvere som er kvalifisert for å ivareta spesialist-, utrednings- og lederoppgaver innenfor det økonomiske og administrative området - i privat næringsliv, i organisasjoner og innen offentlig sektor. De økonomiske og administrative fagene innbefatter følgende emneområder:

- Bedriftsøkonomisk analyse
- Samfunnsøkonomiske fag
- Administrasjonsfag
- Metodefag

Studieplanen er utarbeidet innenfor de nasjonale rammene av [Plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon](#). Emnene i studiet er spesielt tilpasset førstegangstudenter som kommer rett fra videregående skole. Studiet er fleksibelt og gir studentene mulighet til å ta studiet over flere år, dersom man har behov for å tilpasse studiet til f.eks jobb eller idrettssatsing.

Faglig innhold

Studiet gir tilsammen 180 studiepoeng fordelt på:

1. Obligatoriske emner (105 sp.)
2. Profilemner inkl. Bacheloroppgaven (60 sp.)
3. Valgfrie emner (15 sp)

Første semester - introduksjon til studiet: Vi vil være opptatt av å knytte studentene til studiet og mot faglig arbeid - dette er spesielt viktig i et førstesemester. Det legges opp til mappeevaluering/arbeidskrav som skal sikre tempo og progresjon. Omfanget av fellesundervisning med andre studier begrenses, for å skape klassefølelse og et godt sosialt/faglig miljø.

I de første tre semestrene etableres en bred basisinnsikt med progresjon og studiepoengfordeling innen emnene, i tråd med den nasjonale planen. Det er lagt vekt på å etablere et første studieår som er tilpasset unge og førstegangsstuderende. I løpet av de første tre semestre avvikles 90 av de 105 obligatoriske studiepoengene. De resterende 15 obligatoriske studiepoengene tas i 4. semester - mikroøkonomi og konkurransestrategi, bacheloroppgaven gjennomføres i 6. semester (se tabellen under).



BØA har to profileringer (se under punktet fordypning/spesialisering).

Yrkesmuligheter

Studiet er tverrfaglig og yrkesrettet og kvalifiserer for ulike jobber i næringsliv eller forvaltning. Med valgfrihet i fordypningen (profilvalg) kan studentene til en viss grad skreddersy sin bachelor grad til ønsket yrkesvalg etter utdanning.

Fordypning/spesialisering

Siste tre semestre - profilering/fordypning (45 studiepoeng profil emner + 15 studiepoeng bacheloroppgave). Det legges det opp til følgende profileringer innenfor BØA (med forbehold om at profileringene kan bli endret eller at det blir utviklet nye) :

- Kandidater som følger hovedløpet i BØA-studieplanen får tittelen **Bachelor i økonomi og administrasjon med profilering i økonomi og marked** . Studentene skal velge tre av følgende profilemner: Internasjonal økonomi (15 sp), markedsanalyse i praksis (15 sp), konsumenter og merkevarer (15 sp), økonomi styring (15 sp). Profileringen avsluttes med en Bacheloroppgave (15 sp) innen profilen.
- Det er også mulig å studere til **Bachelor i økonomi og administrasjon med profilering i ledelse, organisasjon og personalfag**. Studentene skal velge tre av følgende profilemner: Arbeids- og organisasjonspsykologi (sp 15), personal og kompetanseledelse (15 sp), organisasjonsendring og endringsledelse (15 sp), arbeidsrett og det kollektive arbeidslivet (15 sp). Profileringen avsluttes med en Bacheloroppgave (15 sp) innen profilen.

Det er også mulig å velge en profil sammensatt av emner fra ulike studier ved høgskolen, eller fra andre høgskoler i Norge og utlandet. Velger man denne varianten kan ikke høgskolen garantere for at de valgte emnene lar seg gjennomføre i form av et forutsigbart studieløp. Det må søkes om forhåndsgodkjenning ved [Studenttorget](#) i forhold til om løpet lar seg gjennomføre og hvorvidt det kan godkjennes som en profilering.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller vurdering på grunnlag av realkompetanse.

Undervisnings- og læringsmetode

Se under hver enkelt emnebeskrivelse.

Eksamen

Eksamensformene i studiet varierer. Se under det enkelte emne for detaljer.



Utenlandsopphold

Studenten anbefales å ta et studieopphold i utlandet i 4. og/eller 5. semester. Høgskolen i Lillehammer er med i utvekslingsprogrammet Erasmus (for studier i EU-land) og Nordplus (for studier i Norden) og har også andre samarbeidsavtaler innen flere av høgskolens studier. Du kan også reise uavhengig av høgskolens avtaler.

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

3 år

Grad/ kompetanse

Bachelorstudium

Opptak

Samordna opptak

Kull

2005/2008

Godkjenningsorgan

HiL-styret (S-sak 19 d/03)

Godkjenningsdato

08.12.2003



Bachelor i økonomi og administrasjon (kull 2005 - 08): Emneoppbygging/struktur

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
2HØ16	Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse og grunnleggende regnskap	12	O	12						
2ØK02	Matematikk	6	O	6						
2ØK07	Grunnleggende markedsføring	6	O	6						
2ØK05	Informasjonsbehandling	6	O	6						
2ØK09	Finansregnskap m/analyse	6	O		6					
2HØ14	Organisasjonsfag	12	O		12					
2HØ19	Statistikk og samfunnsvitenskapelig metode (BØA)	12	O		12					
2HØ20	Investering og finansiering/Driftsregnskap og budsjettering	12	O			12				
2HØ22	Anvendt bedriftsøkonomi	6	O				6			
2HØ23	Foretaksstrategi	6	O				6			
2HØ08	Makroøkonomi	6	O				6			
2HØ24	Mikroøkonomi og konkurransestrategi	15	O					15		
VALG01	Valgfritt emne	15	V						15	
	Profilenmer Bachelor i øk. adm. (Minimum 45 sp i profilmenner + bacheloroppgave 15 sp)	45	O					15	15	15
2HØ28	Bacheloroppgave (BØA)	15	O							15
Sum:				30	30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

BØA med profilemner i Økonomi og Marked (velg 3 av 4 emner)

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
2HØ27	Internasjonal økonomi	15	V						15	
2HØ25	Markedsanalyse i praksis	15	V			15			15	
BØA04	Konsumenter og merkevarer	15	V				15			15
2HØ26	Økonomistyring	15	V				15			15
Sum:				0	0	0	15	30	15	15

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

BØA med profilemner i Ledelse, organisasjon og personalfag (velg 3 av 4 emner)

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
OLA2003	Arbeidsrett og det kollektive arbeidslivet	15	V					15		15
OLA2001	Arbeids- og organisasjonspsykologi	15	V						15	
OLA2002	Personal- og kompetanseledelse	15	V						15	
OLA2004	Organisasjonsendring og endringsledelse	15	V					15		15
Sum:				0	0	0	15	30	15	15

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

BØA med profilemner i reiselivs-fag (velg 2 av 3 emner)

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
2RL41	Project management - RLS	15	O						15	
2RL32	Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1	30	V						15	15
2RL33	Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2	30	V						15	15
Sum:				0	0	0	0	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



Emneoversikt

2HØ16 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse og grunnleggende regnskap

Navn:

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse og grunnleggende regnskap

Kode:

2HØ16

Studiepoeng:

12

Emnebeskrivelse:

Grunnleggende regnskap - BAR1:

- Regnskapets oppbygging og prinsipper - sammenheng og presentasjon
- Registrering og systematisering av forretningstransaksjoner.
- Etablering av en grunnleggende forståelse for regnskap og de sentrale regnskapsmessige begrep og sammenhenger

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse - BAB1:

- Modellering av inntekter og kostnader - kostnadsteori og bidragsmodell
- Grunnleggende markedsteori - om pris og etterspørsel, modellering og analyse
- Kalkulasjon og driftsregnskap.
- Kortsiktige økonomiske beslutninger og usikkerhet

Læringsutbytte:

I dette emnet presenteres foretaket som en økonomisk enhet med en bedriftsøkonomisk målsetting; størst mulig fortjeneste. Emnet skal gi de første basiskunnskaper i finansregnskap og bedriftsøkonomisk teori. Det legges vekt på forståelse av grunnleggende bedriftsøkonomiske begreper samt endel sentrale problemstillinger og modeller i bedriftsøkonomi. Emnet gir et grunnlag for videre studier i bedriftsøkonomi - både mot anvendelse og fordyping.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaveregning

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Mappeinnlevering i grupper med anbefalt størrelse 3 studenter, maks. størrelse 5 studenter (individuell innlevering kan unntaksvis godkjennes av faglærer hvis spesielle grunner/behov/hensyn taler for det)

Eksamensform:

5 timers individuell dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:**Sensorordning:****Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Erik Vea/Eirik Holm

Undervisningspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Boye, Knut & al.: *Kostnads- og Inntektsanalyse*. August 2004-utgaven – Universitetsforlaget

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Boye, Knut & al.: *Kostnads- og Inntektsanalyse. Oppgavesamling og løsningsforslag*.

August 2004-utgaven – Universitetsforlaget

Level of course:



2ØK02 Matematikk

Navn:

Matematikk

Kode:

2ØK02

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

- Funksjonsdrøfting
- Likninger
- Eksponential og logaritmefunksjoner
- Rekker og finansmatematikk
- Funksjoner med flere variable
- Optimeringsproblemer

Læringsutbytte:

Emnets mål er å gi studentene et matematisk grunnlag som vil lette forståelsen av og arbeidet med bedriftsøkonomiske fag.

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger og veiledet arbeid på datalab hvor oppgaver er lagt ut i læringsplattformen (Classfrontier).

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

4 obligatoriske innleveringer. Vurderes godkjent/ikke godkjent

Eksamensform:

4 timers dagseksamen (eksamen avholdes i vårsemesteret).

Karaktersystem:

Karakter A-F



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Forkunnskaper:

Det anbefales sterkt at studenter som kun har førsteårskurset (1MA/1MX/1MY) fra videregående, gjennomfører forkurset i matematikk.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Steinar Hov

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Bjørnstad et. al: *Matematikk for økonomi og samfunnsfag*, 6. utgave, HøyskoleForlaget.

Level of course:



2ØK07 Grunnleggende markedsføring

Navn:

Grunnleggende markedsføring

Kode:

2ØK07

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

Emnet gir en introduksjon til sentrale problemstillinger, teorier og metoder i markedsføring. Emnet legger opp til å gi studentene noe bransjeinnsikt ved gjennomgang/presentasjon av eksempler fra bransjer og bedrifter, for å se anvendelse av teorier og metoder.

Læringsutbytte:

Emnet skal gjøre studentene kjent med sentrale problemstillinger og metoder i markedsføringen. Emnet bør gi studentene noe bransjeinnsikt ved gjennomgang/presentasjon av eksempler fra bransjer og bedrifter, herunder en grunnleggende forståelse for markedsføringens virkeområder, slik at studentene kan delta i løsning av enkle markedsføringsproblemer i praksis.

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger, gruppeseminarer, skriftlig gruppearbeid – med veiledning, diskusjon i forelesning/seminar setting.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Et arbeidskrav (mappe) – godkjent/ikke godkjent

Eksamensform:

4 timers dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Semester:

Høst



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Framnes, Runar / Tjømmøe, Hans Mathias: Markedsføringsledelse, 6. utgave.
Universitetsforlaget, Oslo 2001.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Supplerende litteratur (ikke obligatorisk):

Framnes, Runar / Johansen, Arne Stokke: Oppgavesamling med svar og løsningsmomenter til
Markedsføringsledelse (interessant og god studiehjelp, men ikke obligatorisk)

Level of course:



2ØK05 Informasjonsbehandling

Navn:

Informasjonsbehandling

Kode:

2ØK05

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

4 moduler fra Datakortet inngår:

- Generell IT-forståelse
- Grunnleggende Word
- Grunnleggende Excel
- Videregående Excel

Siden faget skal være et støttefag i et økonomisk studium settes hovedfokus på bruk av regneark.

Læringsutbytte:

Formålet med emnet er å gi en forståelse for informasjonsteknologiens muligheter og begrensninger innenfor økonomiske og administrative anvendelser. Emnet skal også bidra til at kandidaten tar IT i bruk i sitt studiearbeid og i samband med obligatoriske innleveringer på studiet.

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger og veiledet/selvstudium arbeid på datalab hvor oppgaver er lagt ut i læringsplattformen (Classfrontier).

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA 1

Arbeidskrav:

4 obligatoriske innleveringer ved krav om at 4 ettertester i Datakortet er bestått.

Eksamensform:

Hjemmeeksamen med varighet 1 uke

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Forkunnskaper:

Det anbefales at studentene har grunnleggende kunnskaper i bruk av PC (tekstbehandling, internett, utforsker)

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Steinar Hov

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Det benyttes ikke trykt pensum på dette emnet. Materialet tilknyttet Datakortet blir å betrakte som pensum.

Level of course:



2ØK09 Finansregnskap m/analyse

Navn:

Finansregnskap m/analyse

Kode:

2ØK09

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

- Krav til regnskapet
- Regnskapet som informasjonskilde
- Oppstillingsplanen for regnskapet, regnskapsprinsipper og god regnskapsskikk
- Lover og regler knyttet til verdsettelse av eiendeler, gjeld, inntekter og kostnader
- Kontantstrømoppstillingen
- Sammenhengen mellom regnskap og skatt
- Regnskapsanalyse og nøkkeltallsanalyse av lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet

Læringsutbytte:

Emnet skal gi en grunnleggende innsikt i finansregnskapets oppbygging og rammebetingelser. Videre skal det gi en forståelse for og nødvendige kunnskaper i å behandle sentrale regnskapsmessige måleproblemer, utarbeide kontantstrømanalyse og foreta regnskapsanalyse.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgavegjennomgang

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Mappeinnlevering i grupper med anbefalt størrelse 3 studenter, maks. størrelse 5 studenter (individuell innlevering kan unntaksvis godkjennes av faglærer hvis spesielle grunner/behov/hensyn taler for det).

Eksamensform:

Individuell 4 timers skriftlig eksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

**Forkunnskaper:**

Anbefalt kunnskaper tilsvarende emnet Grunnleggende regnskap - BAR1 - se emnebeskrivelsen for Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse og grunnleggende regnskap.

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Erik Vea/Eirik Holm

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Trond Kristoffersen, Årsregnskapet - en grunnleggende innføring 2. utgave, Fagbokforlaget, Bergen, 2005

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Kristoffersen, Trond, Årsregnskapet - en grunnleggende innføring, Oppgavesamling med løsninger , 2. utgave, Fagbokforlaget, Bergen, 2005

Level of course:



2HØ14 Organisasjonsfag

Navn:

Organisasjonsfag

Kode:

2HØ14

Studiepoeng:

12

Emnebeskrivelse:

Dette emnet integrerer grunnleggende og videregående organisasjonsfag fra nasjonal rammeplan (AOR1/AOR2)

- **Grunnleggende organisasjonsfag** : Emnet skal gi en innføring i hvordan organisasjoner fungerer, og hvordan mennesker påvirker og påvirkes av organisasjoner som de arbeider og samspiller i.
- **Videregående organisasjonsfag** : Emnet skal gi fordypning i sentrale organisasjonsteoretiske og organisasjonspsykologiske temaer som kan brukes til å analysere, forstå og forklare organisasjonsatferd.

Læringsutbytte:

Grunnleggende organisasjonsfag : Studentene skal få grunnleggende teoretisk kunnskap om og overblikk over sentrale organisasjonsteoretiske og organisasjonspsykologiske temaer, samt praktisk innsikt i sentrale strukturer og prosesser i og mellom organisasjoner som påvirker og regulerer organisasjonsatferd.

Videregående organisasjonsfag : Gjennom kunnskap om og innsikt i bruk av teorier, begreper, modeller og praktiske eksempler skal studentene utvikle evnen til å analysere og forstå organisasjonsfaglige problemstillinger og drøfte mulige løsninger. Dette skal gi studentene trening i praktisk anvendelse av den teoretiske innsikten.

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger, gruppearbeid, veiledning og diskusjon i klasse.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Mappeinnlevering, gruppevis (Godkjent/ikke godkjent)



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

5 timers individuell dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:**Sensorordning:****Semester:**

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Sveinung Jørgensen

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Busch og Vanebo: Organisasjon og ledelse - Et integrert perspektiv. 5. utgave. Universitetsforlaget.

Kaufmann og Kaufmann: Psykologi i organisasjon og ledelse. 3. utgave. Fagbokforlaget.

Level of course:



2HØ19 Statistikk og samfunnsvitenskapelig metode (BØA)

Navn:

Statistikk og samfunnsvitenskapelig metode (BØA)

Kode:

2HØ19

Studiepoeng:

12

Emnebeskrivelse:

Statistikk - MES 1:

- Beskrivende statistikk
- Sannsynlighetsregning og kombinatorikk
- Binomisk og hypergeometrisk fordeling
- Normalfordeling og t-fordeling
- Estimering og hypotesetesting
- Enkel regresjon

Samfunnsvitenskapelig metode - MSV2:

- Praktisk forskningsmetode
- Metodisk gjennomgang av utvalgte forskningseksempler
- Statistiske analysemetoder
- Bruk av PC-basert statistikkssystem

Læringsutbytte:

Statistikken skal gi studentene grunnleggende kunnskaper i sannsynlighets-regning og statistikk. Ved oppgaveregning skal studentene får innsikt og trening i bruk av viktige statistiske metoder.

Målet med den **samfunnsvitenskapelige** metoden er å utvikle en kritisk forståelse av muligheter og begrensninger ved sentrale samfunnsfaglige metoder og forskningsteknikker.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger og praktiske øvelser med statistikkssystem.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Arbeidskrav:

Et obligatorisk arbeidskrav i statistisk metode



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

5 timers dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Anbefalt kunnskaper tilsvarende Grunnleggende matematikk (MEM1).

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

ca. mars 2006

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

50

Emneansvarlig:

Steinar Hov/Christer Thrane

Undervisningsspråk:

Norsk



Obligatorisk pensum:

Samfunnsvitenskapelig metode

Johannessen, A., Tufte, P. A. og Kristoffersen, L. (2004). Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode. Oslo: Abstrakt Forlag.

Thrane, C. (2003). Regresjonsanalyse i praksis. Kristiansand S: Høyskoleforlaget.

Statistikk

Gunnar g. Løvås: Statistikk - for universiteter og høyskoler, Universitetsforlaget

- Kap 1 (unntatt 1.1, 1.3, 1.4)
- Kap 2 (unntatt 2.6, 2.7, 2.9)
- Kap 3 (unntatt 3.7)
- Kap 4
- Kap 5 (unntatt 5.4, 5.5, 5.6, 5.9.3 - 5.9.5, 5.10)
- Kap 6 (unntatt 6.6, 6.7)
- Kap 7 (unntatt 7.4, 7.5, 7.6)
- Kap 8 (unntatt 8.3, 8.4 samt 8.5.2 og ut kapittelet)

Level of course:

Bachelor



2HØ20 Investering og finansiering/Driftsregnskap og budsjettering

Navn:

Investering og finansiering/Driftsregnskap og budsjettering

Kode:

2HØ20

Studiepoeng:

12

Emnebeskrivelse:

Investering og finansiering - BAI2:

- Kontantstrømbudsjettering
- Finansmatematikk
- Kapitalkostnaden - risikjusteringen
- Analyse og lønnsomhetsvurdering av investeringer - nåverdi og internrente
- Lønnsomhetsvurdering av lån og analyse av opplåning - finansiell risiko

Driftsregnskap og budsjettering -BAD2:

- Inntekts- og kostnadskontroll
- Driftsregnskapsmodeller; normal- og standardkost
- Kritikk av og alternativer til tradisjonelle modeller for kalkulasjon og driftsregnskap
- Budsjettering

Læringsutbytte:

Investering og finansiering - BAI2:

Skal gi grunnleggende innføring i og forståelse av foretakets investerings- og finansieringsbeslutninger.

Driftsregnskap og budsjettering -BAD2:

Innføring i økonomistyring med vekt på systemer for vedlikehold og oppdatering av interne kostnadsdata (driftsregnskap) samt budsjettering.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaveregning (Mye av relevante regneøvelser foregår i emnet anvendt bedriftsøkonomi. Det anbefales derfor at emnene tas samme semester).

**Emneier:**

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Ingen (relevante arbeidskrav inngår i Anvendt bedriftsøkonomi, som bør tas i samme semester som Driftsregnskap og budsjettering)

Eksamensform:

Skriftlig, individuell 5 timers dagseksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Det anbefales at studentene har forkunnskaper tilsvarende: Grunnleggende bedriftsøkonomi - BAB1, Finansregnskap med analyse - BAF1 og Matematikk - MEM1.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Eirik Holm/Erik Vea

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:**Investering og finansiering:**

Bøhren, Øyvind og Gjærum, Piggen: Prosjektanalyse - Skarvet Forlag - Siste utgave

Driftsregnskap og budsjettering

Hoff, Kjell Gunnar med bidrag av Trond Bjørnenak; Driftsregnskap og budsjettering, 4. utgave, Universitetsforlaget, Oslo, 2005, 472 s.



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Hoff, Kjell Gunnar; Arbeidsbok til Driftsregnskap og budsjettering – oppgaver og løsningsforslag, 4. utgave, Universitetsforlaget, Oslo, 2005, 345 s.

Level of course:



2HØ22 Anvendt bedriftsøkonomi

Navn:

Anvendt bedriftsøkonomi

Kode:

2HØ22

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

Emnet er en anvendelse av de grunnleggende bedriftsøkonomiske fagene.

Større cases – foretakspill – plenumspresentasjoner i klasse.

Læringsutbytte:

Hensikten er å bidra til et anvendelsenperspektiv på de grunnleggende bedriftsøkonomiske fagene også de som behandles i samme semester - Investering og finansiering og Driftsregnskap og budsjettering. Emnet skal også tjene til å gi en integrering mellom bedriftsøkonomiens ulike disipliner.

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeid i grupper under veiledning og moderat med forelesninger.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Tre case (inngår i mappe) som må vurderes godkjent/ikke godkjent

Eksamensform:

Mappeevaluering

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått

**Forkunnskaper:**

Anbefalte kunnskaper tilsvarende:

- BAR1/BAB1 - Grunnleggende regnskap og grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse
- BAF1 - Finansregnskap med analyse

Emnet tas i samme semester som BAI1/BAD2 - Investering og finansiering/Driftsregnskap og budsjettering

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

80

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:



2HØ23 Foretaksstrategi

Navn:

Foretaksstrategi

Kode:

2HØ23

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

Emnet skal gjøre studentene kjent med begrepsapparatet innen foretaksstrategi, gi innsikt i den strategiske ledelsesprosessen, samt en innføring i aktuelle strategiske muligheter (generiske strategier). Studentene skal få bransjeinnsikt ved gjennomgang/presentasjon av eksempler fra bransjer/bedrifter, gjerne tilpasset studiets spesialisering.

Emnet skal belyse sammenhengen i de øvrige emner i studiet, altså virke som en overbygning. Dette vil danne et grunnlag for generelt å øve opp til strategisk tenkning. Spesielt vektlegger vi strategi i relasjon til bedriftens produktmarked og markedstilpassing/markedsføring.

Læringsutbytte:

- Strategibegrepet i et historisk perspektiv. Strategiprosesser - den strategiske ledelsesprosessen
- Strategisk markedsføring
- Formål (misjon), visjon, forretningsidé(er), verdier og mål
- Strategiske forretningsområder
- Strategianalyser (eksterne faktorer – omgivelser, interne faktorer – ressurser) og strategiske muligheter
- Differensiering, valg av målgrupper, posisjonering og profilering, samt porteføljeanalyser
- Strategievalueringer og- valg
- Konsernstrategier

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger, gruppearbeid, diskusjoner i klasse og veiledning av presentasjoner.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA), årsstudiet i markedsfag (da med endret eksamensform)

Arbeidskrav:

Klassepresentasjon av selvvalgt strategicase (10-15 minutter). Innlevering av presentasjonen og tilhørende rapport (2-3 sider). Gjennomføres i gruppe eller individuelt.

**Eksamensform:**

4 timers dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Anbefalt kunnskaper tilsvarende:

- Grunnleggende markedsføring
- Organisasjonsfag

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

100

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Sveinung Jørgensen

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Roos, von Krogh, Roos (med Fernstrøm)(2005): Strategi - en innføring. 4. utgave. Fagbokforlaget Bergen.

Kompendium: Innhold vil bli klart i august

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Johnson og Scholes, 2002 : Exploring Corporate Strategy. Prentice Hall. Sixth edition.

Level of course:



2HØ08 Makroøkonomi

Navn:

Makroøkonomi

Kode:

2HØ08

Studiepoeng:

6

Emnebeskrivelse:

Emnet gir en innføring i makroøkonomiske emner som; Arbeidsledighet, inflasjon, økonomisk vekst, konkurransevne og økonomisk politikk. Oppbygningen og forståelsen av ISLM-modellen er viktig.

Læringsutbytte:

Studentene skal få innsikt i hvordan en vurderer et lands økonomiske tilstand og utviklingstendenser. De skal forstå årsaken til og virkningene av konjunktursvingninger på kort sikt, blant annet hvordan endringer i etterspørselen i en del av økonomien får ringvirkninger og kan påvirke det generelle økonomiske aktivitetsnivået i landet. Myndighetenes penge- og finanspolitikk er viktig i denne sammenheng, herunder hvordan politikken virker i ulike valutakursregimer.

Hensikten er å gjøre studentene bedre i stand til å følge med i media og diskusjoner om landets generelle økonomiske utvikling og dens betydning for den enkelte bedrift. Samfunnsøkonomiske makromodeller skal inngå som analyseverktøy.

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeidsformen baseres på egenstudier støttet av forelesninger/veiledning

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Opptil 5 innleveringer. Godkjent/ikke godkjent

Eksamensform:

4 timers dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Forkunnskaper:

Anbefalte kunnskaper tilsvarende grunnleggende matematikk.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Førsteamanuensis Ole Gunnar Austvik

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Dedekam, Anders jr., Makroøkonomi. Samfunnsøkonomi og økonomisk politikk, 4. utgave, Fagbokforlaget, Bergen, 2004

Dedekam, Anders jr. og Bredeesen, Ivar, Hjelper til makroøkonomi, 3. utgave, Fagbokforlaget, Bergen, 2004.

Level of course:



2HØ24 Mikroøkonomi og konkurransestrategi

Navn:

Mikroøkonomi og konkurransestrategi

Kode:

2HØ24

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Mikroøkonomisk del drøfter økonomiens etterspørselsside, tilbudsside, frikonkurransemarkedet, ufullkommen konkurranse, monopol, skatter, kollektive goder, eksterne virkninger, nytte-kostnadsanalyse, fordelingsproblematikk.

Emnet gir studentene innføring i grunnleggende mikro- og markedsteori, samt øvelse i anvendelse av teorien på flere områder - anvendt mikroøkonomi. Emnet består av to fagblokker; Mikroøkonomi og konkurransestrategi. Viktige tema er Produksjonsteori, Konsumentteori, Markedsteori, Effektiv ressursbruk, Virkninger av skatter/subsidier, Konkurransestrategier, Næringsøkonomi

Læringsutbytte:

Studentene skal gis innsikt i hvordan en kan beskrive og analysere enkeltaktørers økonomiske tilpasning og samspillet mellom disse i ulike markedsformer. De skal beherske det grafiske og matematiske analyseapparatet for konsumentens beslutninger og for produsentens driftsbeslutninger under ulike målsettinger og markedsformer. Studentene skal også øves i forståelsen av hvordan ulike former for politikk virker på enkeltaktørenes tilpasning og prisdannelsen i markedet.

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeidsformen baseres på egenstudier støttet av forelesninger/ veiledning/ paper-innlevering. Det er svært viktig å arbeide med oppgaver.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i økonomi og administrasjon (BØA)

Arbeidskrav:

Ett obligatorisk paper på min 15 sider enkel linjeavstand (godkjent / ikke godkjent)

Eksamensform:

Skriftlig eksamen – fem timer

**Karaktersystem:**

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Det anbefales sterkt at studenter som kun har førsteårskurset (1MA/1MX/1MY) fra videregående, gjennomfører forkurset i matematikk.

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2007

Antall studenter:

50

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Pindyck, Robert S. Og Rubinfeld, Daniel L., Microeconomics, 6. utgave (International Edition), Pearson Education, Inc., New Jersey 2005

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Besanco, David & Braeutigam, Ronald R., Microeconomics, Wiley, 2005

Mikroøkonomi:

Ringstad, Vidar, Mikro- og markedsøkonomi, Cappelen 2002,

Ringstad, Vidar, Offentlig økonomi og økonomisk politikk, Cappelen 2003

Dedekam, Anders jr., Mikroøkonomi, Fagbokforlaget, 2002

Arild Sæther Mikroøkonomi, Høgskoleforlaget 2003;

Konkurransestrategi:

Grønn, Erik, Anvendt mikroøkonomi, Cappelen, 2005

Sørgard, Lars, Konkurransestrategi, Fagbokforlaget, 2003



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Level of course:



VALG01 Valgfritt emne

Navn:

Valgfritt emne

Kode:

VALG01

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studentene kan velge et emne fra høgskolens emnetorg (som regel er emnene 15 studiepoeng, ta kontakt med studieleder for opplysninger om relevante emner).

Ved enkelte studier kan det også være mulig å ta deler av utdanningen ved utenlandske utdanningsinstitusjoner. Høgskolen i Lillehammer er med i utvekslingsprogrammet Erasmus (for studier i EU-land) og Nordplus (for studier i Norden) og har også andre samarbeidsavtaler innen flere av høgskolens studier. Ta kontakt med **Internasjonalt kontor** om du vil vite mer om mulighetene for å studere utenlands.

Emneeier:

Karaktersystem:

Sensorordning:

Semester:

Vår og høst

Heltid/ deltid:

Antall studenter:

0

Undervisningsspråk:

Level of course:



Profilemner Bachelor i øk. adm. (Minimum 45 sp i profilemner + bacheloroppgave 15 sp)

Navn:

Profilemner Bachelor i øk. adm. (Minimum 45 sp i profilemner + bacheloroppgave 15 sp)

Studiepoeng:

45

Emnebeskrivelse:

Siste tre semestre - profilering/fordypning (45 studiepoeng profil emner + 15 studiepoeng bacheloroppgave). Det legges det opp til følgende profileringer innenfor BØA (med forbehold om at profileringene kan bli endret eller at det blir utviklet nye) :

- Kandidater som følger hovedløpet i BØA-studieplanen får tittelen **Bachelor i økonomi og administrasjon med profilering i økonomi og marked** . Studentene skal velge tre av følgende profilemner: Internasjonal økonomi (15 sp), markedsanalyse i praksis (15 sp), konsumenter og merkevarer (15 sp), økonomi styring (15 sp). Profileringen avsluttes med en Bacheloroppgave (15 sp) innen profilen.
- Det er også mulig å studere til **Bachelor i økonomi og administrasjon med profilering i ledelse, organisasjon og personalfag**. Studentene skal velge tre av følgende profilemner: Arbeids- og organisasjonspsykologi (sp 15), personal og kompetanseledelse (15 sp), organisasjonsendring og endringsledelse (15 sp), arbeidsrett og det kollektive arbeidslivet (15 sp). Profileringen avsluttes med en Bacheloroppgave (15 sp) innen profilen.
- En tredje mulighet er **Bachelor i økonomi og administrasjon med profilering i internasjonal økonomi og utvikling** . (NB! Denne profileringen er under vurdering og vil derfor foreløpig ikke tilbys høsten 2005) Studentene skal velge tre av følgende profilemner: europeiske relasjoner (15 sp), internasjonale relasjoner (15 sp), internasjonal økonomi (15 sp), globalisering og nye konflikter (15 sp). Profileringen avsluttes med en Bacheloroppgave (15 sp) innen profilen.

Det er også mulig å velge en profil sammensatt av emner fra ulike studier ved høgskolen, eller fra andre høgskoler i Norge og utlandet. Velger man denne varianten kan ikke høgskolen garantere for at de valgte emnene lar seg gjennomføre i form av et forutsigbart studieløp. Det må søkes om forhåndsgodkjenning ved [Studenttorget](#) i forhold til om løpet lar seg gjennomføre og hvorvidt det kan godkjennes som en profilering.

Emneier:

Karaktersystem:

Sensorordning:

Semester:

Heltid/ deltid:



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Antall studenter:

80

Undervisningsspråk:

Level of course:



2HØ28 Bacheloroppgave (BØA)

Navn:

Bacheloroppgave (BØA)

Kode:

2HØ28

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studiet avsluttes med en bacheloroppgave. Valg av bacheloroppgave vil være avhengig av hvilken profilering som studenten tar. F. eks i profilen (fordypningen) i ledelse, organisasjon og personalfag, må studenten skrive en bacheloroppgave innen LOP-fagene

Emneier:

Eksamensform:

Bacheloroppgaven (15 studiepoeng) er et selvstendig skriftlig arbeid som skrives sammen med en medstudent (altså gruppe på 2), eller individuelt.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Studieleder Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Level of course:



2HØ27 Internasjonal økonomi

Navn:

Internasjonal økonomi

Kode:

2HØ27

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Emnet drøfter internasjonale økonomiske tema som er viktig for utviklingen av Norges åpne økonomi og gir bl.a. innføring i handelsteori, handelspolitikk og internasjonal makroøkonomi. Institusjonelt er særlig Den europeiske union (EU) og Verdens handelsorganisasjon (WTO) viktig. Studentene skal forstå de næringsøkonomiske, regionaløkonomiske, fordelingsmessige og internasjonale økonomiske forhold Norge står overfor i dag.

Læringsutbytte:

Studentene skal forstå de økonomiske og politiske integrasjonsprosesser som nå omgir Norge og andre land, og som danner grunnlaget for konkurransesituasjonen for import- og eksportkonkurrerende næringer, internasjonale økonomiske strukturer, fordeling mellom rike og fattige land og for utformingen av norsk politikk.

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeidsformen baseres på egenstudier støttet av forelesninger/ veiledning/ paper-innlevering. Det er svært viktig å arbeide med oppgaver.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er valgbart for:

Bachelor i økonomi og administrasjon med profileringene i international økonomi og utvikling og økonomi og marked. Kan også velges av andre.

Arbeidskrav:

Ett obligatorisk paper på min 15 sider enkel linjeavstand (godkjent / ikke godkjent)

Eksamensform:

5 timers dagseksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F



Forkunnskaper:

2. studieår i Bachelor i økonomi og administrasjon eller tilsvarende forkunnskaper i matematikk og samfunnsøkonomi.

Sensorordning:

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Ole Gunnar Austvik

Undervisningspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Austvik, Ole G., 2002: "Internasjonal handel og økonomisk integrasjon", Gyldendal akademisk. Hele boka + evt tillegg.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Cohn, Theodore H., 2005: "Global Political Economy", Pearson Longman. Chapters. 1, 2, 6, 8, 9, 10, 12

Level of course:



2HØ25 Markedsanalyse i praksis

Navn:

Markedsanalyse i praksis

Kode:

2HØ25

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Vi går gjennom et forskningsprosjekt "i miniatyr".

Følgende temaer dekkes i undervisningen parallelt med at studentene gruppevis arbeider frem sine egne forskningsprosjekt:

1. Analyse av forskningsproblemsituasjonen og evaluering av informasjonsbehov.
2. Konstruksjon av spørreskjema basert på tidligere forskning/utredning innen markedsføring eller konsumentatferd (vidt definert), eller med utgangspunkt i en praktisk problemstilling. Finnes det foreliggende data som dekker et av disse premissene, kan også disse benyttes etter nærmere avtale.
3. Gjennomføring av datainnsamling (inkludert punching) samt av nødvendige statistiske analyser.
4. Presentasjon av funn fra de statistiske analysene i form av en prosjektrapport.

Læringsutbytte:

Formålet med emnet er at studentene skal få en mer praktisk fortrolighet med noen av de temaene de har vært innom tidligere i studiet.

Emnet skal også bidra til at studentene ser markedsanalytiske resultater som en vesentlig beslutningsstøtte for vurderingen av ulike markedsmessige tiltak og se muligheter for anvendelse av markedsinformasjon i markedsrelaterte beslutninger.

Undervisnings- og læringsmetode:

Pensumforelesninger og veiledning på gruppearbeidene. Eventuelt også studentpresentasjoner og praktisk oppgaveløsning eller workshops.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Årsstudiet i markedsfag

Eksamensform:

Et prosjektarbeid i gruppe (teller 50% av total karakter) + en 3-timers dagseksamen (teller 50% av total karakter).



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Anbefalt grunnleggende markedsføring, samfunnsvitenskaplig metode, konsumenter og merkevarer

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Antall studenter:

50

Emneansvarlig:

Christer Thrane

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Gripsrud, H. og Olsson, U. H. (2000): *Markedsanalyse* (2. utgave). Kristiansand S: Høyskoleforlaget.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Thrane, C. (2003). *Regresjonsanalyse i praksis*. Kristiansand S: Høyskoleforlaget.

Level of course:



BØA04 Konsumenter og merkevarer

Navn:

Konsumenter og merkevarer

Kode:

BØA04

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Emnet gir først studentene en innføring i konsumentadferd. Innsikten i konsumentadferd legges til grunn for arbeidet med merkevarer og merkevareproblematikk. Emnet består altså av to fagblokker; Konsumentadferd og merkevarer. Engelskspråklig litteratur vil bli benyttet.

Læringsutbytte:

Formålet med emnet er at studentene skal opparbeide seg innsikt i konsumentadferd som fagfelt. Videre skal studentene tilegne seg kunnskap om merkevarer og merkevarebygging, der blant annet kunnskap om konsumentadferd skal legges til grunn.

Studentene vil få innsikt i forskjellige måter å utvikle bedrifts- og produktmerker, og selv analysere hvordan en mangesidig markedskommunikasjon kan bli anvendt i utviklingen og formidlingen av merkevaren.

Undervisnings- og læringsmetode:

Plenumsforelesninger, gruppeseminarer, skriftlig gruppearbeid.

Utstrakt bruk av veiledning. Muntlig presentasjon av prosjektene.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

Årsstudiet i markedsfag

Arbeidskrav:

Prosjektarbeid i gruppe. Vurderes godkjent/ikke godkjent.

**Eksamensform:**

1. Prosjektarbeidet videreføres i en gruppebasert prosjektoppgave som sensureres til bokstavkarakter A-F. Prosjektoppgaven teller 50% av den *individuelle* totalkarakteren. Muntlig presentasjon av prosjektoppgaven er obligatorisk for å få bestått, men det presentasjonstekniske vil ikke bli vektlagt i fastsetting av karakter.
2. 3-timers dagseksamen som vurderes med bokstavkarakter (teller 50% av den *individuelle* totalkarakteren).

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Anbefalt grunnleggende markedsføring og foretaksstrategi

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2007

Antall studenter:

50

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Norsk



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Obligatorisk pensum:

Peter, J. Paul og Olson, Jerry C.

Consumer behavior and marketing strategy 7th ed.

McGraw-Hill/Irwin, Boston, 2005.

578 s - ISBN: 0-07-286487-7 (ib.), 0-07-111177-8 (h.)

Riezebos, Rik; Kist, Bas og Kootstra, Gert

Brand management : a theoretical and practical approach

Financial Times/Prentice Hall, Harlow, 2003.

331 s. : ill.

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Hans Mathias Thjømøe og Erik L. Olson, Forbrukeratferd 7. utg., Oslo : Universitetsforl., Oslo, 2001
323 s. ISBN: 82-15-00016-9 (h.)

Level of course:

Bachelor



2HØ26 Økonomistyring

Navn:

Økonomistyring

Kode:

2HØ26

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

- Beslutninger under usikkerhet
- Porteføljeteori og finansiell økonomi
- Kapitalverdimodellen
- Økonomistyring som verktøy for utforming, iverksetting og oppfølging av strategi.
- Strategiske lønnsomhetsanalyser (kundelønnsomhet, målkostnader, verdikjedeanalyser, m.fl.)
- Prestasjonsmåling, finansielle (ROI og EVA) og ikke-finansielle (balanced scorecard) målinger

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er valgbart for:

BØA 2 og BØA 3

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2007

Antall studenter:

60

Emneansvarlig:

Eirik Holm

Undervisningsspråk:

Norsk



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Obligatorisk pensum:

Bøhren Ø, Michalsen D; Finansiell Økonomi

Skarvet Forlag, 2006, 616 sider

Simons, Robert; Performance Measurement & Control Systems for Implementing Strategy,

Prentice Hall 2000, 348 s.

Kompendium våren 2007. Økonomisk styring – Strategisk økonomistyring (2HØ26). Tilrettelagt av Erik Vea.

Level of course:

Bachelor



OLA2003 Arbeidsrett og det kollektive arbeidslivet

Navn:

Arbeidsrett og det kollektive arbeidslivet

Kode:

OLA2003

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studieemnet skal gi innsikt i rettsregler som er gjeldende i arbeidsforhold, og en oversikt over statsforfatningen og samfunnsinstitusjoner av betydning i arbeidslivet og partsforholdene i arbeidslivet.

Sentrale tema vil være:

Arbeidsrett som juridisk disiplin, innføring i rettskildelære, skillet mellom private og offentlige arbeidsforhold, likebehandling i arbeidslivet, rettigheter og plikter i løpende arbeidsforhold, medbestemmelse i arbeidslivet, arbeidsmiljø og inkluderende arbeidsliv, opphør av arbeidsforhold, omstilling og endringer i et dynamisk arbeidsliv, partsforholdene i det organiserte arbeidslivet, grunnleggende emner innen statsforfatningsretten, tariffavtaler og prinsipper i kollektiv arbeidsrett, tariffforhandlinger og lønnsdannelse, inntektspolitisk samarbeid.

Læringsutbytte:

Studentene skal:

- tilegne seg kunnskap om innsikt i rettsreglene som gjelder i arbeidsforhold
- tilegne seg oversikt over statsforfatningen og samfunnsinstitusjoner av betydning i arbeidslivet og partsforholdene i arbeidslivet
- oppøve erdigheter i å framstille og anvende arbeidsrettslige regler.
- oppøve forståelse for samspillet mellom aktørene i arbeidslivet og for lønnsdannelsen

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger og seminarer, ekskursjoner og verksteder med basis i problembasert læring.

Emneier:

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i organisasjon og ledelse, Påbygningsstudium i LOP

Emne er valgbart for:

Emnet kan velges av andre studenter ved HIL, men studenter ved Bachelor i organisasjon og ledelse, påbygningsstudium LOP og BØA profil har fortrinnsrett ved opptak.

**Arbeidskrav:**

Emnet vil ha flere innleveringer og obligatoriske oppgaver

Eksamensform:

Individuell, skriftlig eksamen over 6 timer

Ved eksamen kan tas med trykte offisielle utgivelser av lover og forskrifter, samt Hovedavtalen LO-NHO.

Anbefales: Norges Lover 1687-2005, studentoppgave, Gyldendal Akademisk, 3570 sider.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Førsteår Bachelor i organisasjon og ledelse eller tilsvarende

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

Januar - mai/juni

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2007

Antall studenter:

100

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Emneansvarlig:

Berulf Vaagan

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor



OLA2001 Arbeids- og organisasjonspsykologi

Navn:

Arbeids- og organisasjonspsykologi

Kode:

OLA2001

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Arbeids- og organisasjonspsykologi tar opp tema fra generell psykologi, men også psykologisk teori, forskning og arbeidsmetoder spesielt rettet inn mot organisasjoner og jobbsituasjoner i arbeidslivet (se læringsmål). Det faglige innholdet kan derfor kategoriseres i tre:

- Innføring i ulike områder av generell psykologi som er relevant for å forstå og arbeide med mennesker og prosesser i organisasjoner og arbeidsmiljø.
- Innføring i aktuelle tema innen psykologisk forskning og teori utviklet gjennom studiet av arbeid og samspill i arbeidslivet.
- Innføring i praktisk anvendelse av teori og metoder overfor aktuelle oppgaver og utfordringer i arbeidslivet.

Læringsutbytte:

Emnet skal gi studentene kunnskap om og bidra til å utvikle innsikt i psykologisk kunnskap som er relevant for ulike oppgaver i organisasjons- og arbeidsliv. Det gis innføring i generelle psykologiske tema, som motivasjon, persepsjon, emosjoner, kognisjon, læring, personlighet og intelligens, holdninger, grupper m.v., og spesielt hvilken betydning dette har for å forstå aktuelle prosesser og utfordringer i arbeidsorganisasjoner.

Ut over dette, vil emnet spesielt ta opp psykologisk teori og forskning om forhold i organisasjon og arbeidsmiljø, spesielt psykososiale dimensjoner ved arbeidsmiljø. Det vil også inkludere teori om jobbutforming, organisasjonsutforming, relasjonelle aspekter ved arbeid (relasjoner mellom medarbeidere, leder-medarbeider, relasjoner til kunder/ brukere), stressteori m.v. Psykologiske problemstillinger knyttet til fysisk miljø og ergonomi (menneske-maskin-interaksjon) blir berørt, og til ulike utfordringer i ulike sektorer av arbeidslivet, f.eks. industri, ulike typer service/ tjenesteyting og kunnskapsbasert arbeid. Forebyggende helsearbeid i arbeidslivet og sykefraværarbeid med utgangspunkt i psykologi blir også et sentralt tema. Dessuten blir ulike problemstillinger knyttet til forholdet arbeid-hjem i moderne arbeidsliv.

Det blir også innføring i bruk av aktuelle praktiske arbeidsmetoder i arbeids- og organisasjonspsykologi. Det vil i videste forstand omfatte metoder i arbeidsmiljøutvikling (kartlegging og tiltak), dessuten kan det omfatte aktuelle tema: konflikt- og krisehåndtering, veiledning, integrering/ inkludering av medarbeidere, team og teambygging mv.

**Undervisnings- og læringsmetode:**

Forelesninger, seminarer, oppgaveskriving. Kjennskap til aktuelle utfordringer i arbeidslivet blir integrert i forelesning eller seminarer.

Emneeier:**Emne er obligatorisk for:**

Bachelor i organisasjon og ledelse og Årsstudium LOP

Emne er valgbart for:

Emnet er valgbart for andre studenter ved HIL, men studenter ved Bachelor i organisasjon og ledelse har fortrinnsrett ved opptak

Arbeidskrav:

En skriftlig innlevering. Oppgaven skal utgjøre 7-10 sider som omfatter et eller flere sentrale tema i pensum. Kan gjennomføres av to studenter sammen, eller individuelt.

Eksamensform:

Individuell, skriftlig seks timers eksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Første år fra Bachelor i organisasjon og ledelse eller tilsvarende.

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

August - desember

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

140

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Emneansvarlig:

Sveinung Berild



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Undervisningsspråk:

Norsk

Supplerende/anbefalt litteratur (ikke obligatorisk):

Level of course:

Bachelor



OLA2002 Personal- og kompetanseledelse

Navn:

Personal- og kompetanseledelse

Kode:

OLA2002

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studieemnet består av delemnene personalledelse og kompetanseledelse. Dessuten inngår utvalgte områder innenfor nyere ledelsesteori. Emnet skal gi kunnskap og forståelse av sentrale fagområder innenfor ledelse av menneskelige ressurser (LMR) i ulike typer av moderne organisasjoner.

Det legges vekt på et anvendt, praktisk perspektiv hvor faglig teori skal gi grunnlag for bredde i forståelse og refleksjoner knyttet til sentrale utfordringer innenfor personal- kompetansearbeid. Sosiale, økonomiske og samfunnspolitiske forhold med relevans for nyere utvikling innenfor arbeidslivet vil bli belyst. Internasjonalisering, etnisk mangfold og likebehandling vil på samme måte vektlegges som gjennomgående fagtema.



Læringsutbytte:

Formålet er studentene tilegner seg:

- innsikt og forståelse av sentrale begreper, modeller og teorier innenfor fagområdene personalledelse og kompetanseledelse
- forutsetninger for å kunne beskrive, analysere og forstå den strategiske betydningen av ledelse av menneskelige ressurser (LMR) i ulike typer organisasjoner
- innsikt i organisering, arbeidsformer og metoder i praktisk personal- og kompetansearbeid

Sentrale emner innen personalledelse:

- personalfagets utvikling innenfor nyere organisasjons- og ledelsesteori
- strategisk styring og ledelse av menneskelige ressurser
- personalpolitikk og personalplanlegging
- etiske problemstillinger
- personaløkonomi og ulike typer lønns- og belønningssystemer
- likebehandling, likestilling og etnisk mangfold
- internasjonale utfordringer innenfor personalarbeid og ledelse
- sentrale verktøy og metoder

Sentrale emner innen kompetanseledelse:

- perspektiver på kompetanse innenfor nyere organisasjons- og ledelsesteori
- kunnskaps- og kompetanseledelse som sentral strategisk utfordring i organisasjoner
- læringsmiljø og organisasjonslæring
- kompetansepolitikk og planlegging med vekt på organisasjoners kjernekompetanse
- kartlegging av kompetanse
- karriereutvikling i individuelt og organisatorisk perspektiv
- utvikling og praktisk gjennomføring av kompetansetiltak i ulike typer organisasjoner
- læringsmål, vurdering og effekter av kompetansetiltak
- sentrale verktøy og metoder

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeidsformene vil variere mellom forelesninger, verksted, oppgaver individuelt og i gruppe, veiledning og studiebesøk

Emneier:

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i Organisasjon og ledelse (BOL) og Påbygningsstudium i Ledelse, organisasjon og personal (LOP)

Emne er valgbart for:

Emnet er valgbart for andre studenter ved HIL, men studenter ved Bachelor i organisasjon og ledelse, og Påbygningsstudium i Ledelse, organisasjon og personal og BØA profil har fortrinnsrett.

Arbeidskrav:

Opp til 5 mindre arbeidskrav i løpet av semesteret (må være godkjent for å kunne gå opp til eksamen).

**Eksamensform:**

Individuell skriftlig oppgave, varighet en uke (ca. 12 sider).

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Første år Bachelor i organisasjon og ledelse eller tilsvarende

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

August - desember

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

140

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Emneansvarlig:

Liv Murud

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:**Bøker (Kjøpes Mjøs bok)**

Lai, L. (2004): **Strategisk kompetansestyring** . 2. utgave; Bergen: Fagbokforlaget

Grimlø, R.E. (2005): **Personaladministrasjon - teori og praksis** . 4. utgave; Oslo: Gyldendal Akademisk (Kap. 20 og 23 er ikke pensum)

I Kompedium (Kjøpes Storkopi):



1. Nordhaug, O. (2002). LMR – Ledelse av menneskelige ressurser; Måltrettet personal- og kompetanseledelse. 3. utgave. Kapittel 11. **Ledelse i det nye arbeidsliv** . 265 – 303. Oslo: Universitetsforlaget.
2. Nesheim, T. (2002). "**Outsourcing**" og **bedriftens effektive grenser** . I Nordhaug, Odd. Strategisk personalledelse. Utvalgte emner. 2. utgave. Kapittel 7, 115 – 126. Oslo: Universitetsforlaget.
3. Sandervang, A. og E. Skjalstad (2001). Humankapital og Kompetanseøkonomi. Kapittel 2. **Humankapital, intellektuell kapital og investering i kompetanse – utviklingstrekk** . 13 – 40. Oslo: Kommuneforlaget.
4. Grønhaug, K., O. Hellesøy og G. Kaufmann (2001). Ledelse i teori og praksis. Kapittel 4. **Lederutvelgelse** . 73 – 93. Bergen: Fagbokforlaget.
5. Einarsen, S. og A. Skogstad (red.). (2005). Den dyktige medarbeider. Kapittel 6. **Den dyktige medarbeider: Høy kompetanse eller bare velvilje ?** 147 – 164. Bergen: Fagbokforlaget.
6. Haaland, F.H. og F. Dale (2005). På randen av ledelse – en veiviser i førstegangsledelse. Kapittel 2. **Fra fagperson til leder: et identitetsskifte**. 21 – 32. Oslo: Gyldendal Akademisk.
7. Colbjørnsen, T. (2003). Fleksibilitet og forutsigbarhet. Arbeid og organisasjoner i endring. Kapittel 4. **Kompetente og selvbevisste arbeidstakere**. 72 – 89. Oslo: Universitetsforlaget.
8. Levin, M. og R. Klev (2002). Forandring som praksis. Læring og utvikling av organisasjoner. Fra del IV: **Arbeidsformer i organisasjonsutvikling** : Kapittel 15. **Søkekonferanser** . 179 – 186. Kapittel 16. **Dialogkonferanser** . 187 – 196. Kapittel 18. **Verdenskafeen** . 207 – 213. Kapittel 22. **Læringshistorier** . 243 – 250. Bergen: Fagbokforlaget.
9. Mikkelsen, A.(2002). Medarbeidersamtaler i det nye arbeidslivet. Kapittel 9. **Utforming og revisjon av medarbeidersamtaler** . 158 – 186. Oslo: Cappelen Akademisk.
10. Marnburg, E. (2005). **Etikk og verdivalg i arbeidslivet** . I Einarsen, Ståle og Anders Skogstad (red.). Den dyktige medarbeider. Kapittel 8. 191 – 220. Bergen: Fagbokforlaget.
11. Nyeng, F. (2002). Etikk og økonomi – en innføring. Kapittel 22. **Næringslivetikk – ettertankens kontra følsomhetens etikk**. 299 – 308. Bergen: Fagbokforlaget.
12. Wilson, F.M.(2004). Organizational Behaviour and Work – a critical introduction. 2. utgave. Kapittel 7. **When Organizational Behaviour is not so 'Good'** . 105 – 125. Oxford: Oxford University Press.
13. Drake, I. og A.G.Solberg (1995). Kvinner og ledelse – gjennom glasstaket? Kapittel 1. **Kvinnelig ledelse i organisasjoner**. 19 – 43. Oslo: TANO.
14. Richardsen, A.M. (2004). **Kvinner og ledelse i Norge**. I Martinsen, Øyvind L. (red.). Perspektiv på ledelse. Kapittel 12. 281 – 292. Oslo: Gyldendal Akademisk.
15. Brandi, S. m.fl. (2004). Inkluderingsledelse. Utnyttelse av mangfold i arbeidslivet. Kapittel 13. **Ledelse, verdier og kultur** . 63 - 84. Oslo: Universitetsforlaget.



Høgskolen
i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

16. Brandi, S. m.fl. (2004). Inkluderingsledelse. Utnyttelse av mangfold i arbeidslivet. Kapittel 13. **Oslo kommune: Verdenssamfunn i miniatyr** . 207 – 221. Oslo: Universitetsforlaget.

17. Løwendahl, B. og O.Nordhaug m.fl. (1994). OL1994 Inspirasjonskilde for fremtidens næringsliv? Kapittel 19. **Kompetanse i LOOC**. 251 – 268. Oslo: Tano.

Level of course:

Bachelor



OLA2004 Organisasjonsendring og endringsledelse

Navn:

Organisasjonsendring og endringsledelse

Kode:

OLA2004

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studieemnet skal gi en videreføring av de organisasjons- og ledelseskunnskaper som studentene har tilegnet seg i løpet av de foregående emner, med en spissing mot å få større innsikter og forståelse av fenomenet organisasjonsendringer, og ledelse av endringsprosesser i organisasjoner, såkalt endringsledelse.

Sentrale temaer vil være kjennskap til hva organisasjonsendringer er, og ulike teorier som viser hvordan man kan forstå organisasjonsendringer på forskjellige måter. Emnet fokuserer på drivkrefter til endring i så vel markedsavhengige, offentlige, som frivillige organisasjoner. I denne forbindelse vil studieemnet belyse ulike internasjonale trender knyttet til reformer, utviklings- og endringsarbeid i formelle organisasjoner. Emnet vil videre gi innblikk i ulike diagnoseverktøy for å forstå organisasjonsproblemer, og gi innblikk i ulike typer endringsarbeid og metoder i endringsarbeidet. Ulike teorier om implementerings-problematikk vil bli presentert, samt teorier om reaksjoner på endringsinitiativer, internt og eksternt i forhold til organisasjoner.

Studieemnet er derfor delt i fem hovedtemaer:

- Ulike teorier og innfallsvinkler til å forstå organisasjonsendring og endringsledelse
- Drivkrefter til organisasjonsendringer og reformer
- Diagnoseverktøy, og ulike tilnærminger til endringsarbeid i organisasjoner
- Ulike teorier og innfallsvinkler til å forstå implementering/ iverksetting av endring
- Ledelse av endringsprosesser

Læringsutbytte:

Studentene skal tilegne seg følgende:

- Ulike teorier og innfallsvinkler til å forstå organisasjonsendring og endringsledelse
- Forståelse for ulike drivkrefter til organisasjonsendringer og reformer, i ulike typer av organisasjoner, og i ulike samfunnsmessige kontekster
- Kunnskaper om verktøy, for å analysere og diagnostisere organisasjonsproblemer.
- Kunnskaper om ulike tilnærminger til endringsarbeid, og ulike metoder i endringsarbeid, og forståelse av deres sterke og svake sider
- Kunnskaper og forståelse av ledelse av endringsprosesser
- Ulike teorier og innfallsvinkler til å forstå implementering av konsepter og reformer i formelle organisasjoner.

**Undervisnings- og læringsmetode:**

Forelesninger, seminarer, gruppearbeid og oppgaveskriving

Emneeier:**Emne er obligatorisk for:**

Bachelor i organisasjon og ledelse, Påbygningsstudium i LOP

Emne er valgbart for:

Studieemnet kan velges av andre studenter ved HIL, men studenter ved BOL og LOP og BØA profil har fortrinnsrett

Arbeidskrav:

Emnet vil ha flere innleveringer og obligatoriske oppgaver

Eksamensform:

Individuell, skriftlig eksamen over 6 timer

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Første år av bachelor i organisasjon og ledelse eller tilsvarende

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

Januar - mai/juni

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2007

Antall studenter:

120

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Emneansvarlig:

Torgeir Skyttermoen

Undervisningsspråk:

Norsk



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Level of course:
Bachelor



2RL41 Project management - RLS

Navn:

Project management - RLS

Kode:

2RL41

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

The course will deal more closely with:

- Project management
- Group and team processes
- Event Management
- Contracts and negotiations
- The project's economy
- Goal, planning, implementation and follow-up
- PC-based project tools.

Læringsutbytte:

The students will acquire knowledge and understanding of important aspects of project as a working method. They will also acquire skills in the use of methods for planning and follow-up of projects. When the course is finished, the students will be able to participate in project work in different businesses with leader responsibility and/or as project collaborator.

Undervisnings- og læringsmetode:

The course material will be presented through lectures and day seminars. External lecturers will present their experiences from specific projects. The students will be given exercises during the course.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Studenter på Bachelor i Kulturprosjektledelse og Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

One of the written assignments is compulsory and group-based.

Eksamensform:

The course is completed by an individual written examination of 5 hours.

**Karaktersystem:**

Grades A-F

Forkunnskaper:

Before starting the third academic year, the students must have passed the four first semesters of the Bachelor in Tourism or the Bachelor in Culture project management.

The students must have passed the courses Introduction to organisation and market and Introduction to business administration or the course Introduction to economics, organisation and marketing (BKPL) before they can take the course Project management.

Sensorordning:**Semester:**

Autumn

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3rd year

Antall studenter:

80

Emneansvarlig:

Hans Holmengen og Bent Kure

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Westhagen, Harald: *Prosjektarbeid, Utviklings- og endringskompetanse*. Gyldendal Akademisk, Oslo, 5. utgaven 2002

Elstad, Beate: Kompendium/artikkelsamling i grupper., team, forhandlinger, event management. Til salgs i Storkopi ved semesterstart.

Hanssen, Asbjørn: Kompendium i strategi, samarbeid og prosjektledelse. Til salgs i Storkopi ved semesterstart.

Kure, Bent: Kompendium/artikkelsamling i prosjektledelse. Til salgs i Storkopi ved semesterstart

Vaagan, Berulf: Kompendium i "Juss og prosjektledelse". Til salgs i Storkopi ved semesterstart

I tillegg vil noe pensumstoff bli delt ut i forbindelse med forelesningene.

Level of course:

Bachelor



2RL32 Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1

Navn:

Innovasjon og ledelse av små reiselivsbedrifter - fordypning 1

Kode:

2RL32

Studiepoeng:

30

Emnebeskrivelse:

Emnet "Innovasjon og ledelse i små reiselivsbedrifter" har som mål å gi studentene innsikt i hvordan små reiselivsbedrifter faktisk fungerer. Videre skal studentene tilegne seg kunnskap og forståelse for hvordan man kan drive innovasjonsarbeid i disse bedriftene.

Emnet er teoretisk forankret i fagene økonomi, marked og ledelse, med innovasjon og små servicebedrifter som referansepunkt. Et overordnet perspektiv blir innovasjon gjennom en markedsorientert prosess.

Læringsutbytte:

En viktig målsetting for emnet er å trene studentene i reflektert anvendelse av teoretisk kunnskap på praktiske problemstillinger. Arbeidsformen som er valgt skal nettopp stimulere til å binde teori og praksis, for derigjennom gi kunnskap og forståelse som studentene senere kan anvende i en konkret arbeidssituasjon.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, deltakelse i et nettbasert beslutningsspill, feltarbeid og veiledning.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er valgbart for:

Ett av to obligatoriske fordypningsemner, tredje studieår.

Arbeidskrav:

Innlevering av 2-3 arbeidskrav, obligatorisk feltarbeid i en til to uker.

(Arbeidskravet er knyttet til første del av kurset som slutføres i løpet av 5. semester (høstsemesteret). Hvis arbeidskravet ikke godkjennes, gis det nytt arbeidskrav som må godkjennes i løpet av januar. Hvis dette heller ikke godkjennes, så gjelder paragraf 3 punkt 3 om at vedkommende student ikke får anledning til å gå opp til eksamen.)

**Eksamensform:**

Hele emnet avsluttes med en ukes hjemmeeksamen, der to og to studenter arbeider sammen. Eksamen avsluttes ved at studentene en og en presenterer oppgaven muntlig i et auditorium.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

De to første årene av Bachelor i reiseliv (eller tilsvarende) må være avlagt og bestått før en kan starte på emnene på tredje studieår.

Sensorordning:**Semester:**

Vår og høst

Lengde:

18 uker 2006/2007

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3. studieår

Antall studenter:

45

Emneansvarlig:

Randi Bredvold

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Beaver, Graham (2002) *Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development*, Prentice Hall, London (Denne boka vil dekke mange sentrale tema, inkludert deler av økonomiundervisningen)

Løwendahl, Bente og Wenstøp, Fred ((2003) *Grunnbok i strategi*, N.W. Damm & Søn, 2.utgave, Oslo

Sundbo, Jon m.fl. (2001) *Innovation med omtanke*, systime, Århus

Skivik, Hans Morten (2004) *Relasjonell ledelse. Å lære lederskap i praksis*. Gyldendal Akademiske, Oslo,

Kompendium (kjøpes Storkopi)

1. Markedsorientering
2. Økonomi
3. Kvalitativ metode



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Level of course:



2RL33 Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2

Navn:

Utvikling og ledelse av reisemål - fordypning 2

Kode:

2RL33

Studiepoeng:

30

Emnebeskrivelse:

Modulen er en av de to fordypningsmulighetene på Bachelor i reiseliv. Studentene må fortsette på den samme fordypningen i 6. semester.

Emnet er delt inn i 3 kurs:

- Reisemålsteori og planlegging
- Reisemålsledelse
- Et integrert reisemålscase



Læringsutbytte:

Emnet har som mål å gi studentene innsikter innen områdene:

1. REISEMÅLSTEORI OG PLANLEGGING

Hvordan et reisemål er definert

Hvordan et reisemål er bygd opp

Hva slags ressurser et reisemål bruker

Hvordan reisemålet drives

Hvordan reisemål utvikles

Hvordan et reisemål fungerer sammen med samfunnet

Hvordan samfunnet planlegger og legger til rette for reisemål

2. DESTINASJONSLEDELSE

Hvordan få til en helhetlig utvikling og ledelse av reisemål

Hva kjennetegner de beste reisemålene

Hvordan tilrettelegge for kontinuerlig forbedring av reisemålets tilbud

Hvordan tilrettelegge samhandlingsprosesser som hever konkurransevnen og verdiskapningen

Hvordan tilrettelegge markedsorienterte og kundefokuserte utviklingsprosesser som fremhever innovasjon og nyskaping

Hvordan posisjonere reisemålet for å skape fortrinn i et meget konkurranseutsatt marked

3. CASET

Hovedhensikten med caset er å utvikle studentenes evner til å omsette teori til praksis og føle at de behersker helhetsgrepet

Undervisnings- og læringsmetode:

I høstsemesteret vil arbeidsformen variere mellom forelesninger og seminarer.

I vårsemesteret vil arbeidsformen variere mellom forelesninger og seminarer.

I caset vil arbeidsformen være veiledning av studentgrupper.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er valgbart for:

Ett av to valgfrie spesialiseringsemner i 3. år på Bachelor i reiseliv

Arbeidskrav:

For del 1 skal de utarbeides et paper etter trukket problemstilling(er) som må godkjennes for å få lov til å gå opp til eksamen. Hvis arbeidskravet ikke godkjennes, så gis det et nytt arbeidskrav som må godkjennes i løpet av januar. Rett før del 2 er det lagt inn en 3 dagers obligatorisk studietur. Deltakelse i caset er obligatorisk. Dette gjelder både forelesningene, gruppearbeidet, feltarbeidet og utarbeiding av caserapporten.

**Eksamensform:**

Emnet avsluttes med en caserapport (i gruppe) som evalueres. Gruppekarakteren justeres etter individuell muntlig høring. Høringen baseres på pensum og caserapport.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Det kreves at de fire første semestrene i Bachelor i reiseliv eller bachelor i kulturprosjektledelse (eller tilsvarende) er bestått før en kan starte på emnene på tredje studieår.

Sensorordning:**Semester:**

Vår og høst

Lengde:

2006/2007

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

3. studieår

Antall studenter:

90

Emneansvarlig:

Dag Ørjansen

Undervisningsspråk:

Norsk

Obligatorisk pensum:

Yvonne von Friedrichs Grängsjö, "Destinationsmarknadsføring – en studie av turism ur ett producentperspektiv", Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet. 2001

Ernie Heath og Geoffrey Wall, John, "Marketing Tourism Destinations – a Strategic Planning Approach" Wiley & Sons, Inc. 1991.

Rapporter:

"Towards quality urban tourism",

"Towards quality coastal tourism",

"Towards quality rural tourism"

alle utgitt av European Commission i 2000.



Kompendium 1

”Regionaløkonomiske sammenhengar” Kap. 3 i Regional økonomi og politikk av Håvard Teigen

1. ”Grunnleggende prosesser i organisasjon” i Organisasjon og ledelse: et integrert perspektiv av T Busch og J. O. Vanebo.
2. ”What is stakeholder thinking? Av Juha Näsi
3. Stakeholder Analysis utdra fra Strategic Planning for Public and nonprofit Organizations av John M. Bryson
4. ”Stakeholder Assessment and Collaborative Tourism Planning” av L. Medeiros de Araujo og Bill Bramwell.
5. ”Assessing the Economic Impacts of Travel and Tourism” Kap. 31, kap. 32 og kap. 33 av Douglas C. Frechtling
6. ”Partnerskap den nye universalløsningen” av Peter Arbo
7. ”Fylkeskommunane – regionale utviklingsaktører i klemme” av Oddbjørn Bukve
8. ”Perspektiver på regionale partnerskap: Keiserens nye klær eller ”entrepreneurial governance” ?” av Einar Leknes
9. ”Samfunnsplanlegging” kap 2 av Nils Aarsæther og ”Planlegging på lokalt nivå” kap. 4 av Torill Nyseth fra boka Planlegging. No redigert av Nils Aarsæther og Aksel Hagen
10. ”Mennesker og steder” av Nina Gunnerud Berg
11. ”Tettstedsprogrammet – noe nytt” av Terje Skjeggedal
12. ”Regionalpolitiske snuoperasjoner og lokale handlingsmiljø” av Peter Arbo og Oddbjørn Bukve.
13. ”Melbu – prosesser og medvirkning for mobilisering” av Liv Aune
14. ”Avtaler som styringsredskap i kommunal planlegging” av August E. Røsnes
15. ”Strategies for Tourism Destinations” Kap. 10 fra boka Tourism, Technology and Competitive Strategies av Aulania Poon

Kompendium 2:



Utdrag fra bøker:

- Robinson, Leigh 14 "Quality Management in Public Leisure Services" in "Leisure Management; Issues and Applications" edited by M. F. Collins and I. S. Cooper, CAB INTERNATIONAL 1998
- Kotler, Philip, Haider, Donald H. og Rein, Irving 8 "Attracting the Tourism and Hospitality Business Markets" i "Marketing Places; Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations" The Free Press 1993
- Eggen, Nils Arne "Godfot-teorien" i "Godfoten; samhandling – veien til suksess" Aschehoug psykologi 2003
- Morgan, Gareth 10 "Metaforenes utfordring" og kommentert bibliografi i "Organisasjonsbilder" Universitetsforlaget 1998
- Andreassen, Kjell Schou og Wadel, Cato 4 "Utfordringer og ferdigheter" i "Ledelse, teamarbeid og teamutvikling" SEEK A/S 1990

Artikler:

- Christensen, Annemarie G. "Turisten som miljøbevidst (for)bruger" i Ledelse & Erhvervsøkonomi 63 årgang nr. 2 juni 1999
- Bolman, Lee G. og Deal, Terrence E. Kap 1 Innledning: Fordelen ved å kunne variere fortolkningsramme. i boka "Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse – strukturer, sosiale relasjoner, politikk og symboler" Ad Notam.
- Go, Frank M. og Govers, Robert "Integrated Quality Management for Tourist Destinations: a European perspective on achieving competitiveness" i Tourism Management 21/2000
- Woods, Megan og Deegan, Jim "A Warm Welcome for Destination Quality Brands: the Example of the Pyrenean Region" I International Journal of Tourism Research Vol 5 (4) 2003.
- Echtner og Ritchie "The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment" I Journal of Travel Research Spring 1993
- Tuppen, John "The Restructuring of Winter Sports Resorts in the French Alps: Problems, Processes and Policies" I International Journal of Tourism Research
- Barsky, Jonathan D. og Labagh, Richard "A Strategy for Customer Satisfaction" i The Cornell Quarterly Vol. 33, No. 5 October 1992
- Cadotte, Ernest R. Og Turgeon, Normand "Key Factors in Guest Satisfaction" i The Cornell Quarterly

Level of course: