



Studieplan 2008/2009

210164 Årsstudium i økonomi og administrasjon (2008 - 09)

Formålet med årsstudiet er å introdusere studenter til sentrale fagområder innen økonomi og administrasjon, og gi grunnleggende kunnskap innen bedriftsøkonomi, administrasjonsfag og matematikk/metode fagene administrasjon fagområder.

Studiet vil gi studenter med ikke-økonomisk studieløp en innføring i økonomi og administrasjon, tilgang på et begrepsapparat og grunnleggende forståelse for beslutninger tatt i bedrifter og organisasjoner.

Faglig innhold

Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA) har utarbeidet *Plan for treåring Bachelorstudium i økonomi og administrasjon*. Planen bidrar til å sikre et høyt faglig nivå og en ensartet struktur i de økonomisk administrative utdanningene i Norge. Studieplanen ved for Årsstudiet i økonomi og administrasjon ved Høgskolen i Lillehammer bygger på denne planen.

Studie gjennomføres etter følgende modell.

1. semester:

- Foretaksstrategi (7,5 st. poeng)
- Markedsføring (7,5 st. poeng)
- Informasjonsbehandling ("skills") (7,5 st. poeng)
- Finansregnskap 1 (7,5 st. poeng)

2. semester

- Merkevareledelse (7,5 st. poeng)
- Finansregnskap 2 (7,5 st. poeng)
- Organisasjonsfag (7,5 st. poeng)
- Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 st. poeng)

Yrkesmuligheter

Årsstudiet i økonomi og administrasjon er et økonomisk-administrativt studium som skal gi kandidatene grunnleggende faglig innsikt og problemforståelse.



Opptakskrav

Generell studiekompetanse / godkjent realkompetanse.

Undervisnings- og læringsmetode

Enkelte emner kan bli undervist på engelsk. Dette er spesifisert i den enkelte emnebeskrivelse.

Enkelte emner har oppsatt både engelsk og norsk som undervisningsspråk. Her kan undervisningsspråk justeres fra år til år, eller det kan være aktuelt å benytte norsk i deler av semesteret, men engelsk i andre deler av semesteret, noe avhengig av tilgang på undervisningskompetanse og behov.

I enkelte emner vil deler av pensum, eller hele pensum, være på engelsk, selv om undervisningen foregår på norsk. Det skal i prinsippet bli gitt alternativ pensumlitteratur på norsk, men det kan ikke garanteres at norsk pensum inneholder samme tematikk, vinkling, teoretisk utgangspunkt eller eksempler som foreskrevet pensumlitteratur på engelsk.

Eksamen

Se hver enkelt emnebeskrivelse.

Utenlandsopphold

Ikke aktuelt på årsstudium.

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

1 år

Grad/ kompetanse



Årsstudium

Opptak

Samordna opptak

Kull

2008/2011

Godkjenningsorgan

HiL - styret

Godkjenningsdato

30.01.2007

Emnestruktur Årsstudium i økonomi og administrasjon

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester	
				S1(H)	S2(V)
ØKA1021/1	Foretaksstrategi	0	O	7,5	
ØKA1013/1	Markedsføring		O	7,5	
ØKA1012/1	Finansregnskap 1	0	O	7,5	
ØKA1015/1	Informasjonsbehandling	0	O	7,5	
ØKA1024/1	Merkevareledelse	0	O		7,5
ØKA1017/1	Organisasjonsfag	0	O		7,5
ØKA1016/1	Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse	0	O		7,5
ØKA1014/1	Finansregnskap 2	0	O		7,5
Sum:				30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



Emneoversikt

ØKA1021/1 Foretaksstrategi

Navn:

Foretaksstrategi

Kode:

ØKA1021/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

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.

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. Sentrale tematiske tilnærminger er: Markedstilpassing/ markedsføring, forskjellige ressursperspektiv, SVIMA modellen, konkurransefortrinn og konsernstrategi.

Læringsutbytte:

Forståelse for og mulighet for å drøfte og anvende:

- 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 strategivalg
- Konsernstrategier

Undervisnings- og læringsmetode:

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



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Anbefalte kunnskaper tilsvarende:

- Markedsføring, 7,5 sp
- Organisasjonsfag, 7,5 sp

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer alle besvarelser på emnet

Semester:

Høst

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2009

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10.mars 2008

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Erstatter:

Foretaksstrategi 10 studiepoeng



ØKA1013/1 Markedsføring

Navn:

Markedsføring

Kode:

ØKA1013/1

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet vil omfatte sentrale problemstillinger og teorier, inklusiv følgende temaer:

- markedsføringens oppgave og rolle
- strategi og markedsplanlegging
- markedsanalyser og prognoser
- kjøpsatferd bedriftsmarkedet
- kjøpsatferd forbrukerne
- markedssegmentering
- produktutvikling
- distribusjonspolitik
- prispolitikk
- markedskommunikasjon
- internasjonal markedsføring
- e-markedsføring og e-handel

Læringsutbytte:

Emnet skal gjøre studentene kjent med sentrale problemstillinger og metoder i markedsføringen. Emnet vil 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:

Forelesninger

Seminarer

Gruppearbeid og prosjektarbeid, primært i form av case oppgaver.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

4-timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Ingen hjelpemidler

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer alle besvarelser på emnet

Semester:

Høst

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2008

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor

Erstatter:

ØKA1006 Markedsføring, 10 sp



ØKA1012/1 Finansregnskap 1

Navn:

Finansregnskap 1

Kode:

ØKA1012/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

- Krav til regnskapet
- Regnskapet som informasjonskilde
- Regnskapets oppbygging, kontoplan
- Registrering
- Grunnleggende regnskapsprinsipper
- Avskrivninger, periodiseringer
- Verdivurderingsregler for omløpsmidler og anleggsmidler
- Oppstillingsplanen for regnskapet, regnskapsprinsipper og god regnskapsskikk
- Avslutning av regnskapet
- Presentasjon av resultat og balanse
- Enkel nøkkeltallsanalyse

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, og foreta enkle regnskapsanalyser.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger

Øvinger under veiledning

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA

**Arbeidskrav:**

Skriftlig(e) innlevering(er).

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Kalkulator tillatt

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2008

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Eirik Holm og Erik Vea

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor

Erstatter:

ØKA1004 Finansregnskap med analyse, 10 sp



ØKA1015/1 Informasjonsbehandling

Navn:

Informasjonsbehandling

Kode:

ØKA1015/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet skal gi kunnskap i IT baserte verktøy og anvendelse av IT baserte ferdigheter, deriblant regneark, skriveprogram og presentasjonsprogram.

Læringsutbytte:

Studentene skal beherske grunnleggende elementer i Excel, Word, Powerpoint, Fronter og andre relevante programvarer.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, demonstrasjoner, øvinger, selvstudium

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

Hjemmeeksamen, en uke

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått

Sensorordning:

Ekstern sensor brukes ikke på emnet



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Semester:

Høst

Lengde:

Et semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2008

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

13. mars 2008

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor

Erstatter:

ØKA1007 Studieforberevende kurs for økonomer (10 sp)



ØKA1024/1 Merkevarerledelse

Navn:

Merkevareledelse

Kode:

ØKA1024/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

Det er øket fokus på å bygge merkevarer, innenfor tradisjonell produktmarkedsføring, så vel som innenfor service og tjenestemarkedet. Emnet vil ta for seg teorier og begreper rundt merkevarebygging, og gi studentene mulighet til å anvende disse kunnskapene i en analyse for å vurdere merkevareledelse.

Læringsutbytte:

Formålet med emnet er at studentene skal tilegne seg kunnskap om merkevarer og merkevarebygging. 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 de skriftlige prosjektene.

Valgfritt, men anbefalt:

Vår – 2. studieår (for studenter som ikke tar profileringen Økonomisk-administrative fag)

Vår – 3. studieår (for studenter som tar profileringen Økonomisk-administrative fag).

Første gang V2009

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

**Emne er obligatorisk for:**

BØA

Valgfritt, men anbefalt:

Vår – 2. studieår (for studenter som ikke tar profileringen Økonomisk-administrative fag)

Vår – 3. studieår (for studenter som tar profileringen Økonomisk-administrative fag).

Første gang V2009

Emne er valgbart for:

BRL, BOL, BAKPL

Arbeidskrav:

Studentene vil fremlegge del I av en skriftlig rapport – denne vil bli vurdert som et arbeidskrav.

Studentene skal også ha en muntlig fremføring av endelig prosjekt – denne presentasjonen vil bli vurdert som et arbeidskrav.

Andre skriftlige eller muntlige oppgaver kan bli lagt til som arbeidskrav.

Eksamensform:

Evalueringsform vil bestå av to deler –

En gruppeoppgave som er gjennomgående i hele semesteret – denne vil bli vurdert på A-F og vektet 60% av endelig karakter.

En skriftlig, individuell, eksamen på 3 timer – gjerne med bruk av flervalgsspørsmål – vil telle 40% av karakteren.

Begge evalueringsformene må være bestått for å få endelig karakter i emnet.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer eksamensoppgaver og prinsippene for karakterfastsetting på emnet

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2010

Antall studenter:

70



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Engelsk

Level of course:

Bachelor

Erstatter:

Emnet "Konsumenter og Merkevarer" 15 sp deles – Merkevaredelen videreføres i "Brand Management". Konsumentatferd – tones ned og går inn i emnet "Emner i markedsføring" (7,5 studiepoeng)



ØKA1017/1 Organisasjonsfag

Navn:

Organisasjonsfag

Kode:

ØKA1017/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

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 organisasjonsp psykologiske 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 organisasjonsp psykologiske 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:

Forelesninger og øvelser

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer alle besvarelser på emnet

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2009

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

BØA

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor

Erstatter:

Organisasjonsfag, 10 sp



ØKA1016/1 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Navn:

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Kode:

ØKA1016/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet gir en innføring i sentrale bedriftsøkonomiske prinsipper, modeller og problemstillinger knyttet til bedriftens kortsiktige beslutninger og tilpassing i markedet. Viktige tema er;

- Kostnadsteori
- Markedsteori: ulike markedsformer
- Bidragsmodellen
- Kalkulasjon
- Økonomiske beslutninger - lønnsomhet og risiko
- Lønnsomhetsanalyser og vurderinger

Læringsutbytte:

Emnet skal gi den første innsikt i bedriftsøkonomisk teori og anvendelse.

Det legges vekt på forståelse av bedriftsøkonomiske begreper, sentrale problemstillinger og modeller i bedriftsøkonomi. Emnet gir et grunnlag for videre studier i bedriftsøkonomi - både mot anvendelse og fordyping.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger

Øvinger

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer alle besvarelser på emnet

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2009

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

BØA

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor



ØKA1014/1 Finansregnskap 2

Navn:

Finansregnskap 2

Kode:

ØKA1014/1

Studiepoeng:

0

Studiepoeng_ny:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet vil bygge videre på Finansregnskap 1 ved å gå i dybden på tema som

- Utsatt skatt-modellen, skatte- og avskrivningsregler
- Overskuddsdisponering
- Kontantstrømranalyse
- Regnskapsanalyse (bransjetilpasset)
- Foretaksintegrasjon / Konsernregnskap
- Regnskapsbasert verdivurdering av foretak

Emnet vil ha et mer anvendt preg enn Finansregnskap 1 ved at det legges stor vekt på arbeid med større, integrerte oppgaver som ligger nærmere opp til årsregnskap og årsavslutning i praksis.

Læringsutbytte:

Emnet skal gi fordypning i sentrale regnskaps­temaer i forhold til Finansregnskap 1 og sette studentene i stand til så vel å bidra i utarbeidelse av som kritisk å vurdere lovpålagt regnskaps­informasjon. Et sentralt mål er å oppøve studentenes evne til å bruke regnskapet som grunnlag for analyser og verdivurderinger i ulike sammenhenger og situasjoner.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger

Øvinger under veiledning

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Arbeidskrav:

Omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved undervisningsstart.

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen under tilsyn

Kalkulator tillatt

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskaper:

Finansregnskap 1 (gjennomført)

Sensorordning:

Ekstern sensor vurderer alle besvarelser på emnet

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2009

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Eirik Holm og Erik Veia

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:

Bachelor