



Studieplan 2011/2012

210319 Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (2011 - 2014)

Studiestart

16.08.2011

Faglig innhold/læringsutbytte

Studiets første år omfatter grunnleggende kunnskap om reiselivsnæringen, attraksjons- og opplevelsesproduksjon, foruten markedsføring, prosjektledelse og samfunnsvitenskapelig metode som et viktig verktøyfag. I studiets andre og tredje år føres studentene videre i studiets hovedtema som er utvikling av attraktive opplevelsestilbud, med emnene kreative prosesser, serviceledelse, event management, entreprenørskap og bedriftsutvikling, og fullføres med en bacheloroppgave innenfor temaet. I andre studieår inngår også bedriftsøkonomi som et relevant verktøyfag. I emnet contemporary issues i tredje studieår får studentene anledning til å fordype seg i aktuelle problemstillinger med tilhørende faglitteratur, som en forberedelse til den avsluttende bacheloroppgaven. Studentene gis anledning til å ha et halvt års opphold ved en utenlandsk utdanningsinstitusjon (se nedenfor).

Læringsmål/læringsutbytte for studiet:

Kunnskaper

Studiet gir grunnleggende kunnskap om reiselivsnæringen og om attraksjons- og opplevelsesproduksjon. Den videre kunnskapsoppbyggingen dreier seg om ulike emner i ledelse, markedsføring, kreative prosesser og entreprenørskap. Kandidater skal i løpet av studiet ha tilegnet seg en bred kunnskapsbase om sentrale temaer, problemstillinger og verktøy innenfor studiets fagområde. Videre skal kandidater ha god kjennskap til forsknings- og utviklingsarbeidet innenfor fagområdet.

Ferdigheter

Studentene skal i løpet av studiet ha tilegnet seg tilstrekkelig med ferdigheter til å kunne analysere, planlegge og tilrettelegge for gjennomføring av arrangementer. Studentene skal også ha ferdigheter slik at de både kan etablere og utvikle sin egen opplevelsesbedrift så vel som å utvikle opplevelsesbedrifter i samarbeid med eiere og medarbeidere. Det er også et viktig mål at studentene skal utvikle samarbeidsevne og ferdigheter i muntlig og skriftlig fremstilling og formidling, samt kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning.

Generell kompetanse

Kandidater skal etter endt studium ha tilstrekkelig kompetanse til å kunne utveksle kunnskaper, erfaringer og synspunkter med relevante aktører og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis. Således er det et mål at studentene skal utvikle evne til analytisk, systematisk og kritisk tenkning, og kunne vurdere hvilke faktorer som er relevante både i forhold til problemstillinger og utfordringer man står ovenfor, og vurdere alternative løsninger på disse problemstillingene og utfordringene.



Yrkesmuligheter

Norsk reiselivsnæring opplever i dag et økt press for å kunne hevde seg i konkurransen med andre reiselivsaktører både nasjonalt og internasjonalt. Norske reiselivs- og opplevelsesbedrifter er følgelig avhengig av å styrke evnen som tilrettelegger og produsent av individuelle reiselivsopplevelser.

Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser ved Høgskolen i Lillehammer har som mål å tilføre studentene kunnskaper og ferdigheter som er nødvendige for at reiselivsvirksomheter kan planlegge, utvikle og tilrettelegge for verdifulle opplevelser for sine markeder samtidig som krav til lønnsomhet ivaretaes. Således er Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser i samsvar med regjeringens økte fokus på reiselivet i Norge gjennom den nasjonale reiselivsstrategien hvor visjonen for strategien er ”verdifulle opplevelser”.

Etter endt utdanning, er studentene spesielt kvalifisert til å jobbe i :

- Arrangementer og arrangementsselskaper
- Aktivitets- og attraksjonsfirmaer
- Overnattingsbedrifter med egne aktivitets- og arrangementstilbud
- Museumssektoren
- Aktivitets- og arrangementsselskaper generelt med arbeidsoppgaver knyttet til prosjekt- og markedsføringsarbeid.
- Festivalledelse
- etc.

I tillegg har studentene forutsetninger for å etablere egen bedrift

Videre utdanning

Studiet gir også mulighet for opptak på masterstudier i inn- og utland. Ved Høgskolen i Lillehammer gir studiet grunnlag for å søke opptak til Master i innovasjon og næringsutvikling og til Master in Public Administration.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller realkompetanse

Undervisnings- og læringsmetode

I tillegg til tradisjonelle undervisningsformer som forelesninger og gruppearbeid, legges det vekt på studieformer som krever aktiv innsats og engasjement fra studentenes side som f.eks.:

- Seminarer
- ekskursjoner
- case-oppgaver



- workshop
- muntlige presentasjoner både individuelt og gruppevis

Undervisningsmetodene tar sikte på å fremme en helhetlig forståelse for ulike problemstillinger og utfordringer som gjør seg gjeldene på fagområdet. I tillegg til høgskolens faste stab vil det også bli benyttet forelesere fra næringslivet og andre forskningsmiljøer.

Gjesteforelesere vil også benyttes for å illustrere og virkeliggjøre de ulike arbeidssituasjonene studentene må forventes å beherske. I tillegg kan gjesteforelesere bidra med spisskompetanse innen bestemte fagområder og temaer.

Eksamen

Det brukes ulike eksamenformer, dvs en blanding av skole- og hjemmeeksamen. Skoleeksamen er valgt på de emner som har et innføringspreg, og der målet er at studentene skal vise at de behersker grunnleggende begreper, perspektiver og resonneringer i faget. I tillegg er det enkelte innføringsemner der det legges vekt på at studentene har kunnskap om utviklingsprosesser. I disse tilfellene er det valgt hjemmeeksamen av en mer analytisk karakter. I tillegg er det lagt opp til hjemmeeksamener i andre emner senere i studiet der hjemmeeksamen vil gi studentene større mulighet for å vise faglig forståelse og modenhet ved en flerdagers hjemmeeksamen enn ved en skoleeksamen.

Utenlandsopphold

Studentene har muligheten til å ta et studieopphold i utlandet i 4. semester. Høgskolen i Lillehammer har for tiden utvekslingsavtaler med universiteter i Finland, Latvia, England, Tyskland, Østerrike, Spania, Tyrkia, Australia, Hawaii og De Arabiske Emirater.

Som alternativ til utenlandsopphold, kan studentene velge emner tilsvarende 30 studiepoeng fra den tilbudte emneporteføljen over valgemner. Her kan studentene rådføre seg med studentveiledere og studieleder om sammensetning av valgemner.

Internasjonalt kontor ved Hil vil koordinere dette tilbudet om å ta ett semester i utlandet.

Informasjonskompetanse

Studentene skal utvikle ferdigheter i å finne fram til kunnskapskilder av høy kvalitet innen sine fagområder. Ved studiestart gis et innføringskurs i bruk av biblioteket og kilder i ulike formater – trykte og digitale. Faglærer og bibliotek samarbeider videre om opplegg som gir studentene nødvendig trening i å søke, vurdere hva som er god og pålitelig informasjon og å bruke informasjon på en effektiv måte. Målet er at studentene gjennom dette gis et godt grunnlag for egenlæring og livslang læring.

Kontaktinformasjon



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Studieleder:

[Terje Onshus](#)

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

3 år

Grad/ kompetanse

Bachelor

Opptak

Samordna opptak

Kull

2011/2014

Godkjenningsorgan

Studienemnda SN-sak 51/09

Godkjenningsdato

28.11.2009



Emnetabell

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
RLT1001	Innføring i reiseliv	15	O	15					
RLT1002	Attraksjons- og opplevelsesutvikling	15	O	15					
OLA1004/1	Prosjektledelse	15	O		15				
ØKA1013/2	Markedsføring	7,5	O		7,5				
ØKA1023/1	Samfunnsvitenskapelig metode	7,5	O		7,5				
MLT1001/1	Serviceledelse	7,5	O			7,5			
MLT1002/1	Kreative prosesser	15	O			15			
ØKA1016/1	Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse	7,5	O			7,5			
	Valgmenepakker eller utenlandsopphold	30	O				30		
MLT1002/1	Entreprenørskap og bedriftsutvikling	15	O					15	
MLT2001/1	Event management	15	O					15	
RLL2004/1	Contemporary issues in tourism	7,5	O						7,5
MLT2003/1	Bacheloroppgave med metodeseminar	22,5	O						22,5
Sum:				30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Aktuelle valgmenner

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
RLT1003/1	Adventure tourism	7,5	V				7,5		
BÆR1001/1	Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø	15	V				15		
2RL30/1	Snow business	15	V				15		
ØKA1024/1	Brand Management	7,5	V				7,5		
OLA1008/1	Etikk og samfunnsansvar	7,5	V				7,5		
ØKA1012/1	Finansregnskap 1	7,5	V				7,5		
Sum:				0	0	0	30	0	0

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



Emneoversikt

RLT1001 Innføring i reiseliv

Navn:

Innføring i reiseliv

Kode:

RLT1001

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Emnet har flere deltemaer som skal bidra til en grunnleggende forståelse av reiselivsproduksjonen. For det første omfatter emnet kunnskap om hva reiselivsprodukter er, og kunnskap om de sentrale produsentgruppene (bransjene) i næringen. For det andre omfatter emnet innføring i kunde- og markedsforståelse i reiselivssammenheng. Det tredje temaet legger vekt på innsikter i samspillet mellom de primære reiselivstilbydere og aktører i det omgivende samfunn som påvirker rammebetingelser og muligheter for reiselivsutvikling. Det fjerde temaet er en innføring i reiselivets økonomiske, sosiale og kulturelle virkninger på vertssamfunnet. Emnet omfatter også offentlig reiselivsstatistikk som gir et oversiktsbilde av reiselivets økonomiske betydning, og av de dominerende reisestrømmer.

Læringsutbytte:

Studentene skal tilegne seg kunnskap om de sentrale fagbegreper i reiselivsfaget, gis kjennskap til de sentrale produsentgruppene, og få en grunnleggende innføring i kunde - og markedsforståelse. I tillegg skal studentene tilegne seg grunnleggende kunnskap om reiselivets virkninger på det øvrige samfunnet.

Ferdighetsmålet er at studentene skal være i stand til å kommunisere med fagpersoner, representanter for næringen og representanter for forvaltningen på et visst faglig nivå.

Undervisnings- og læringsmetode:

Undervisningen blir lagt opp som forelesninger og seminarer

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Årstudium i reiseliv og turisme, Bachelor i reiselivsledelse, Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

**Arbeidskrav:**

Det er ett obligatorisk arbeidskrav i dette emnet. Arbeidskravet omfatter en faglig oppgave som skal løses av grupper à 3-4 studenter. Studentene må ha godkjent arbeidskravet før de kan gå opp til eksamen.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

4 timers skoleeksamen.

Tillatte hjelpemidler:

Ingen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2010

Antall studenter:

150

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51-09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Martin Rønningen

Undervisningsspråk:

Norsk

Erstatter:

RLS1011/1 Hva er reiseliv (10 sp)



RLT1002 Attraksjons- og opplevelsesutvikling

Navn:

Attraksjons- og opplevelsesutvikling

Kode:

RLT1002

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Emnet attraksjons- og opplevelsesutvikling tar for seg utviklingen av opplevelsesindustrien frem til i dag. Emnet tar også opp sentrale begreper og modeller knyttet til utvikling og ledelse av opplevelsesbedrifter og attraksjoner. Spesielt fokuseres det på hva som bidrar eller skaper en meningsfull eller verdifull opplevelse for kunder. Således er emnet ment å fremheve viktigheten av god kundeforståelse og hvordan dette kan oppnås. Det er også et mål med emnet å peke på hvordan man ved enkle beregninger kan vurdere lønnsomheten av opplevelseskonsepter.

Læringsutbytte:

Et hovedmål med emnet attraksjons- og opplevelsesproduksjon er å gi studentene innføring i hvordan opplevelser iscenesettes og dramatiseres. Studentene skal også kjenne til hvordan opplevelsesbedrifter kan foreta analyser for kunne tilrettelegge for en meningsfull opplevelse for ulike kundegrupper. Videre skal studentene etter endt emnet ha kjennskap til sentrale forhold som har betydning for kundenes valg om å besøke en attraksjon fremfor en annen. Det er også et mål med emnet at studentene skal kunne gjennomføre enkle analyser av lønnsomheten knyttet til opplevelseskonsepter.

Undervisnings- og læringsmetode:

Teoretiske emner vil bli introdusert gjennom tradisjonelle forelesninger og/eller seminarer. Det tilstrebes en praktisk tilnærming og anvendelse av teori gjennom ekskursjon og/eller gjesteforelesere og workshops.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Årstudium i reiseliv og turisme, Bachelor i reiselivsledelse, Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Arbeidskrav:

Det legges opp til et gruppebasert arbeidskrav.

Eksamensform 2:

**Eksamensform:**

Eksamen i faget består av en skriftlig og muntlig del. Skriftlig del gjennomføres som en gruppebasert hjemmeeksamen. Hjemmeeksamen vil gå over tre dager hvor gruppen kan bestå av inntil tre (3) personer. På hjemmeeksamen vil det bli gitt en veiledende karakter hva gruppen som et hele har oppnådd på det skriftlige arbeidet. Muntlig del gjøres gruppevis. Den muntlige delen er ment å teste i hvilken grad gruppen som et hele er i stand til å forsvare det skriftlige arbeidet. Gruppen er således i fellesskap ansvarlig for det sluttresultatet som oppnås. Her kan gruppen enten bli stående på samme karakter som oppgitt på skriftlig del. Alternativt kan gruppen forbedre eller forverre karakteren i forhold til skriftlig del. Det forventes at alle gruppemedlemmene deltar aktivt under den muntlige eksamineringen. I særlige tilfeller kan det, hvis en eller flere kandidater åpenbart ikke har deltatt i gruppearbeidet (gratispassasjerproblemet) være aktuelt å differensiere sluttresultatet som de enkelte gruppemedlemmene oppnår.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2010

Antall studenter:

150

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Terje Slåtten

Undervisningsspråk:

Norsk



OLA1004/1 Prosjektledelse

Navn:

Prosjektledelse

Kode:

OLA1004/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studieemnet legger vekt på å gi en innføring i prosjektarbeidsformen, og skal gi en grunnleggende forståelse av hva styring, organisering og ledelse av prosjekter innebærer.

Det vil bli lagt vekt på å forstå prosjektarbeidsformen som et verktøy til utvikling og innovasjon. Videre vil problemstillinger knyttet til prosjektstrategier og forholdet til basisorganisasjonen være tema, samt arbeidsmåter i prosjektarbeid, gruppeprosesser og teamutvikling og teamledelse. Emnet gir også en innføring i prosjektadministrasjon, med styring av framdrift og ressurser, og skal gi kunnskaper om avtaler, kontrakter og forhandlinger.

Det legges vekt på et anvendt, praktisk perspektiv, hvor faglig teori skal gi grunnlag for refleksjon knyttet til utfordringer i prosjektarbeid og prosjektledelse. Videre vil prosjektarbeidsformen bli mye benyttet som arbeidsform i dette studieemnet.

Læringsutbytte:

Studentene skal tilegne seg kunnskap og forståelse for hvordan man arbeider i prosjekt, og for hvordan man skal lede prosjekter. Dette innebærer at studenten tilegner seg innsikter i prosjektorganisering og arbeidsmåter i prosjekt, sammensetning og utvikling av team, lederrollen i prosjekter, styring av fremdrift og ressurser, kunnskaper om avtaler, kontrakter og forhandlinger.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, som følges opp med seminarer og verksteder. Øvelser i prosjektarbeidsformen og prosjektledelse

Emneeier:

BA Organisasjon og ledelse

Emne er obligatorisk for:

Årsstudium i reiseliv og turisme, Bachelor i reiselivsledelse og Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser. Emnet går også sammen med en 20 sp variant for Bachelor i organisasjon og ledelse.

**Arbeidskrav:**

Emnet vil ha flere innleveringer og obligatoriske oppgaver.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

Innlevering av gruppevis prosjektrapport og individuelt refleksjonsnotat. Disse vil veie likt ved vurdering

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

Hele semesteret

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2011

Antall studenter:

150

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget SU-sak

Dato for godkjenning:

okt 06

Emneansvarlig:

Torgeir Skyttermoen

Undervisningsspråk:

Norsk



ØKA1013/2 Markedsføring

Navn:

Markedsføring

Kode:

ØKA1013/2

Studiepoeng:

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.

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA

**Arbeidskrav:**

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

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

4-timers skriftlig individuell eksamen.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Even Lanseng

Undervisningsspråk:

Norsk

Erstatter:

ØKA1006 Markedsføring, 10 sp



ØKA1023/1 Samfunnsvitenskapelig metode

Navn:

Samfunnsvitenskapelig metode

Kode:

ØKA1023/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Formålet med emnet er å gi en innføring i de kvalitative og kvantitative samfunnsvitenskapelige forskningsmetodene.

Læringsutbytte:

Studentene skal tilegne seg et grunnleggende begrepsapparat innenfor den samfunnsvitenskapelige metodelæren samt grunnleggende ferdigheter innenfor kvalitativ og kvantitativ dataanalyse.

Undervisnings- og læringsmetode:

- Forelesninger
- Demonstrasjon av statistiske analyseprogram (kvantitativ dataanalyse)
- Kollektive øvinger i datalabb, ved behov (kvantitativ dataanalyse)
- Parvis veiledning (av arbeidskrav, se nedenfor)

Emneeier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA

Arbeidskrav:

For å få godkjent kursdeltakelse må studentene parvis bestå obligatoriske arbeidskrav rettet mot både kvalitative og kvantitative dataanalyser

Eksamensform 2:

Eksamensform:

3-timers skriftlig individuell eksamen.



Tillatte hjelpemidler:

Kalkulator i tråd med gjeldende begrensninger

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Ingen

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Christer Thrane

Undervisningsspråk:

Norsk

Overlapp:

Emnet ØKA1023 Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 sp.) overlapper med emnet OLA1007/1 Samfunnsvitenskapelig metode for BOL (10 sp.) med 75%



MLT1001/1 Serviceledelse

Navn:

Serviceledelse

Kode:

MLT1001/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet tar opp en rekke karakteristika ved servicebedrifter hvilke utfordringer disse innebærer for ledere. Vi går inn på faktorer bl.a serviceposisjonering, servicestrategi, strategi for klagebehandling og relasjonsutvikling. Sentralt i emnet står faktorer som bidrar til skaping av kundetilfredshet og lojalitet. Vi studerer fordeler og ulemper bruk av teknologi og dets innvirkning på kundenes oppfatning av servicetilbudet og selve serviceopplevelsen. Det vektlegges i emnet at ledelse av menneskelige ressurser er særlig viktig for servicevirksomheter i arbeidet med å skape konkurransefordeler.

Læringsutbytte:

Emnet skal gjøre studentene kjent med hva som kjenner seg som servicevirksomheter og hva som menes med integrert serviceledelse. Videre skal emnet gi forståelse for hvordan man kan identifisere årsaker til gap mellom kundenes forventninger og opplevelse og ut fra dette forslå konkrete forbedringstiltak. Ett hovedmål med emnet er å vise hvordan man bør organisere virksomheten for oppnå det man best kan kalle servicelederskap.

Undervisnings- og læringsmetode:

Tradisjonelle forelesninger. Arbeid med cases.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Emne er valgbart for:

Bachelor i organisasjon og ledelse, bachelor i økonomi og administrasjon, bachelor i reiselivsledelse

Arbeidskrav:

I emnet inngår et arbeidskrav som utføres som et gruppearbeid.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

Individuell 4 timers skriftlig eksamen



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Tillatte hjelpemidler:

Ingen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Innføring i organisasjon og ledelse, Innføring i markedsføring eller tilsvarende.

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2011

Antall studenter:

100

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Terje Slåtten

Undervisningsspråk:

Norsk



MLT1002/1 Kreative prosesser

Navn:

Kreative prosesser

Kode:

MLT1002/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

I emnet kreative prosesser skal studentene få forståelse for begrepet kreativitet generelt, og kreativitet knyttet til organisasjoner spesielt. Det vektlegges spesielt den rolle lederen har i arbeidet med å tilrettelegge for og fremme kreativitet i organisasjoner. I tillegg settes fokus på forholdet mellom kreativitet og innovasjon. Gjennom emnet skal studentene også tilegne seg kunnskap om kreative prosesser og teknikker, i teoretisk og praktisk forstand.

Læringsutbytte:

Å lede kreative prosesser forutsetter at studentene tilegner seg viten om kreativitet, og om hvordan kreativitet utvikles i individer, grupper og organisasjoner. Studentene skal utvikle ferdigheter slik at de selv kan lede kreativitetsprosesser. Målet med å utvikle kreative ferdigheter i denne sammenheng, er dens forutsetning for innovasjon knyttet til opplevelsesproduksjonen.

Undervisnings- og læringsmetode:

Teoretiske emner vil bli introdusert gjennom tradisjonelle forelesninger og/eller seminarer. Det legges også opp til studentarbeid gjennom teamarbeid og bruk av kreative verktøy. Det tilstrebes en praktisk tilnærming og anvendelse av teori gjennom ekskursjon og/eller gjesteforelesere og workshop.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Ba i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Emne er valgbart for:

Andre studier

Arbeidskrav:

Det legges opp til et gruppebasert arbeidskrav.

Eksamensform 2:

**Eksamensform:**

Eksamen i faget består av en skriftlig og muntlig del. Skriftlig del gjennomføres som en gruppebasert hjemmeeksamen. Hjemmeeksamen vil gå over tre dager hvor gruppen kan bestå av inntil tre (3) personer. På hjemmeeksamen vil det bli gitt en veiledende karakter hva gruppen som et hele har oppnådd på det skriftlige arbeidet. Muntlig del gjøres gruppevis. Den muntlige delen er ment å teste i hvilken grad gruppen som et hele er i stand til å forsvare det skriftlige arbeidet. Gruppen er således i fellesskap ansvarlig for det sluttresultatet som oppnås. Her kan gruppen enten bli stående på samme karakter som oppgitt på skriftlig del. Alternativt kan gruppen forbedre eller forverre karakteren i forhold til skriftlig del. Det forventes at alle gruppemedlemmene deltar aktivt under den muntlige eksamineringen. I særlige tilfeller kan det, hvis en eller flere kandidater åpenbart ikke har deltatt i gruppearbeidet (gratispassasjerproblemet) være aktuelt å differensiere sluttresultatet som de enkelte gruppemedlemmene oppnår.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

(Kommer tilbake til dette)

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

50

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09, revisjon SN-sak 24-11

Dato for godkjenning:

26. nov 2009, 31. mars 2011

Emneansvarlig:

Terje Slåtten

Undervisningsspråk:

Norsk

Overlapp:

Emnet MLT1002/1 Kreative prosesser (15 sp.) overlapper med emnet OPA1004/1 Kreative prosesser (10 sp.) med 75%



ØKA1016/1 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Navn:

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Kode:

ØKA1016/1

Studiepoeng:

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

Arbeidskrav:

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

Eksamensform 2:



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen.

Tillatte hjelpemidler:

Kalkulator i tråd med gjeldende begrensninger

Karaktersystem:

Karakter A-F

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

Overlapp:

Emnet ØKA1016/1 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse overlapper med emnet ØKA1008/1 Bedriftsøkonomisk analyse med 75%



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

Valgemnepakker eller utenlandsopphold

Navn:

Valgemnepakker eller utenlandsopphold

Studiepoeng:

30

Emneier:

Eksamensform 2:

Karaktersystem:

Semester:

Heltid/ deltid:

Antall studenter:

0

Undervisningsspråk:



MLT1002/1 Entreprenørskap og bedriftsutvikling

Navn:

Entreprenørskap og bedriftsutvikling

Kode:

MLT1002/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Formålet med emnet er å gi studentene en innføring i arbeidet med å starte egen bedrift. De ulike fasene fra idéutvikling til opprettelse av egen bedrift vil bli gjennomgått.

Studentene skal gjennom ulike analyser identifisere potensielle behov i markedet som kan gi rom for etablering av en bedrift. Basert på dette behovet skal studentene utvikle en bedrift.

Etter en kort innføring i entreprenørens rolle i samfunnet vil kurset dreie seg om å skape egen virksomhet. Tema som omhandler hvordan ideer oppstår og hvilke undersøkelser og analyser skal til før man kan starte sin egen virksomhet blir gjennomgått og diskutert. I de omtalte analysene inngår så vel markedsanalyser som finansiering og andre relevante økonomiske analyser. Grunnleggende teorier om opplevelsesproduksjon vil også bli gjennomgått.

I forbindelse med etableringen av foretaket vil også forretningsplaner bli gjennomgått. Herunder inngår også bruk av nettverk i bedriftsutviklingen samt problemstillinger knyttet til de første driftsårene.

Læringsutbytte:

Den viktigste delen av emnet er å arbeide med utvikling av en egen virksomhet – enten et eget prosjekt eller et prosjekt i samarbeid med andre. Dette skal føre frem til et forslag til forretningsplan.

Læringsutbyttet ligger derfor i det å utvikle ideer samt gjennomføre de nødvendige analysene. Dette medfører at studentene lærer seg anvendelse av markedsanalyser, finansieringsanalyser og økonomiske analyser. De lærer også hvordan man utvikler en opplevelsesbedrift og hvordan en forretningsplan skal implementeres i en slik. I dette arbeidet inngår også læringen i nettverksbygging og hvilke markedsføringskanaler som egner seg best i de ulike settinger.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminar, bedriftsbesøk, veiledning, prosjektarbeid.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

**Arbeidskrav:**

Ett arbeidskrav. Arbeidskravet er en analyse av markedet for den bedriftene studentene skal utvikle forretningsplanen for.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

En ukes hjemmeeksamen + justerende muntlig eksamen.

Hjemmeeksamen: Det skal skrives en forretningsplan for den bedriften studentene har utviklet gjennom emnet. Hjemmeeksamen kan løses enten i grupper på maksimum 3 personer eller individuelt.

Tillatte hjelpemidler:

Alle

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Kunnskaper i markedsføring og økonomistyring tilsvarende de 2 første årene på bachelorstudiet i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Hans Holmengen

Undervisningsspråk:

Norsk



MLT2001/1 Event management

Navn:

Event management

Kode:

MLT2001/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Event management er teoretisk forankret i mange fagområder, herunder juss, økonomistyring, markedsføring og personalbehandling m.m. Kurset har som mål å gi studentene ferdigheter i å bidra, utvikle og lede gjennomføringen av en event. Emnet gir et overblikk over events i et bredt perspektiv men vil i særlig grad fokusere på "Local" og "Major" events.

I kurset vil studentene få en dypere forståelse av:

- Forstå arrangementets posisjon lokalt og regionalt med særlig vekt på reiselivet i området.
- Forhandlinger og avtaleinngåelser, herunder formalisering av "rideravtaler" samt ulike ansvarsforhold i forbindelse med slike arrangementer.
- Økonomistyring. Budsjettering (likviditet), finansiering (herunder sponsoravtaler), og risikovurderinger.
- Hvordan utvikle opplevelsesdimensjonen i arrangementet.
- Markedsføring. Hvem skal eventet tilrettelegges for (målgrupper)? Profilering og salg er og aktuelle temaer.
- Planlegging og organisering av strukturen på arrangementet. Frivillighetsproblematikk og kontinuitet er sentral begreper i denne sekvensen

Læringsutbytte:

Studentene skal tilegne seg kunnskap om ulike typer events og hva som særpreger dem. Videre skal studentene tilegne seg kunnskap og forståelse for hvordan en utvikler, planlegger og gjennomfører ulike events arrangementer. Studentene skal gjennom emnet opparbeide seg en kunnskap om hvilke faktorer som er sentrale for utviklingen av suksessfulle events. I tillegg skal emnet gi studentene kunnskaper om sentrale verktøy for utvikling og gjennomføring av events og kompetanse til å arbeide med det i praksis (se arbeidskrav).

Undervisnings- og læringsmetode:

Tradisjonelle forelesninger. Utstrakt bruk av gjesteforeleser som representerer ulike typer events, fra musikkfestivaler (Øya) til litteratur, til Peer Gynt osv. Studentene skal gjennom arbeidskravet jobbe med prosjekter knyttet til ulike festivaler og til vil bli lagt opp til prosjekt- og seminararbeid.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

**Emne er obligatorisk for:**

Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Arbeidskrav:

Et arbeidskrav. Tema/problemområde det skal jobbes med knyttes til en reell festival og aktuell problemstilling for den festivalen.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

En ukes hjemmeeksamen, gruppe på 2-3 personer + muntlig eksamen

Tillatte hjelpemidler:

Alle

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Hans Holmengen

Undervisningsspråk:

Norsk



RLL2004/1 Contemporary issues in tourism

Navn:

Contemporary issues in tourism

Kode:

RLL2004/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnet tar for seg en gjennomgang av et utvalg av temaer innenfor turisme og opplevelser (eks. adventure tourism, ecotourism, special events and festivals etc.). Disse aktuelle temaene kan variere fra år til år avhengig av hvilke temaer er aktuelle og relevante. Emnet vil basere seg på fremstilling av fagstabens egne forskningsarbeider.

Læringsutbytte:

Emnet skal gi studentene dybde- og førstehåndskunnskap om noen bestemte temaer innenfor turisme og opplevelse. Emnet vil samtidig gi kunnskaper om hvordan en kommer fram til eller generer slik forskningsbasert kunnskap. På denne måten gir dette emnet også studentene et godt grunnlag for valg av et tema for sine respektive bacheloroppgaver og ikke minst gjennomføringen av sine forskningsarbeider i forbindelse med disse bacheloroppgavene.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger og seminarer

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Ba i reiselivsledelse og Ba markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

Arbeidskrav:

Her kan det bli lagt inn arbeidskrav - avhengig av hva slags tema som blir tatt opp.

Eksamensform 2:

Eksamensform:

Individuell/gruppevis hjemmeeksamen som går ut på at studentene skriver en rapport basert på litteraturgjennomgang av et tema som har blitt behandlet på emnet.

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Forkunnskapskrav:

1 og 2. år Ba markedsføring og ledelse av turismeopplevelser og Ba reiselivsledelse

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

55

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Undervisningsspråk:

Norsk



MLT2003/1 Bacheloroppgave med metodeseminar

Navn:

Bacheloroppgave med metodeseminar

Kode:

MLT2003/1

Studiepoeng:

22,5

Emnebeskrivelse:

Studentene skal skrive en individuell eller en gruppevis (2-3) bacheloroppgave over et faglig relevant tema. Oppgaven skal bygge på studentenes samlede læringsprosesser knyttet til teori og eventuelt erfaring med praksis. De skal i oppgaven vise at de har evne til å vurdere yrkesrelaterte problemstillinger og anvende viten fra studiets kunnskapsområde. Oppgavene kan både være rent akademiske eller mer praktiskorienterte. I dette emnet inngår det også en metodisk læring som bygger på tidligere metodekunnskaper.

Læringsutbytte:

Gjennom arbeidet skal studentene få erfaring i selvstendig tenkning og problemløsning på et faglig og metodisk grunnlag. Gjennom oppgaven skal studentene dokumentere at de behersker en strukturert og analytisk skriftlig framstilling av et faglig emne eller en problemstilling, samt at de har evne til kritisk refleksjon.

Undervisnings- og læringsmetode:

Det vil bli gitt forelesninger/seminarer om en metode og bacheloroppgaveskriving i begynnelsen av arbeidet. Underveis vil det også bli gitt tilbud om individuell veiledning innfor nærmere angitte rammer.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

Bachelor i reiselivsledelse og bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Arbeidskrav:

Innlevering av en skriftlig "research proposal" (prosjektskisse). Godkjent prosjektskisse er en forutsetning for tildeling av veileder og skriving av bacheloroppgaven.

Eksamensform 2:

Eksamensform:

Skriftlig innlevering (individuell/gruppevis). Oppgaven skal forsvares muntlig (individuell).

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

120

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Undervisningsspråk:



RLT1003/1 Adventure tourism

Navn:

Adventure tourism

Kode:

RLT1003/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

“Adventure tourism” comprises a cline from leisure to high adventure and expedition tourism, as well as (participation) sports tourism, including extreme sports. The subject consists of a theoretical approach to this tourism sector and its trends, as well as descriptions of different niches, within this sector and their markets. It provides a practical introduction to adventure tourism and sports tourism, and their trends, in Norway and abroad.

Læringsutbytte:

The aims include for the student conceptualize and understand the nature of adventure tourism and (participant) sports tourism. The students should internalise the meaning of central concepts as well as key definitions and typologies. They should be able to analyse the scope and nature of the global adventure- and sports tourism market as well as the understand characteristics and motives of their tourists. They should be able to put these types of tourism into their historical context, describe development, trends, operation, management, external environments (including drivers and stakeholders), and their impact on environment and on local communities. The supply side should be understood at destination level as well as through the structure of the industry (including tour operation). An important goal is to acquire knowledge about (each of) the different sectors or sub-niches of the industry. The students should be able to discuss the transition from “old tourism” to “new tourism” and the geographical dimension in these sectors, as well as how adventure tourists and sports tourists are pushing back the frontiers, making destinations and venues of undeveloped nature. New forms of activities and the stage (frontiers) of development in the different sectors of adventure- and sports tourism should be known. Also how “classic” natural wilderness adventure, leisure sports and extreme sports are being complemented by activities in man-made artificial environment. Finally, the student should acquire knowledge about and be able to discuss for different sectors and products: marketing, safety and risk management, and ethical issues.

Undervisnings- og læringsmetode:

Lectures, seminars and field excursions

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

**Arbeidskrav:**

Each student should present a sector in the form of a seminar (45 min), participate on possible excursions and approved seminar presentation

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

4 hours written exam

Tillatte hjelpemidler:

None

Karaktersystem:

Grades A-F

Forkunnskapskrav:

Minimum knowledge in tourism

Semester:

Spring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

30

Emneansvarlig:

Even Tjørve

Undervisningsspråk:

Language of instruction - English



BÆR1001/1 Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø

Navn:

Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø

Kode:

BÆR1001/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Studiet vil behandle et bredt spekter av problemstillinger knyttet til hvordan oppnå ”... en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov...” (Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, 1987)

Det vil ta opp delemner knyttet til:

- Spørsmålet: En verden i krise?
- Naturbegrepets historie og filosofi
- Vitenskap, biologi og økologi
- Etikk og økofilosofi
- Bærekraftig utvikling knyttet til økonomi, økologi, teknologisk utvikling, lovgivning og internasjonal politikk
- Norsk miljøpolitikk, samfunn og forvaltning
- Norsk utdanningspolitikk, transformativ læring, globalisering og dannelse.

Læringsutbytte:

Studentene skal utvikle en reflektert bevissthet til spørsmål som angår globalisering og bærekraftig utvikling i samfunnet:

- Hva slags problemer står vi overfor og hvordan kan de løses?
- FN og andre organisasjoners engasjement i dette arbeidet
- Utvikle kritisk forståelse for sammenhengen mellom natur, kultur, menneske og miljø
- Utvikle kritisk forståelse for vitenskapens plass
- Utvikle forståelse for nye filosofiske og etiske idéer og problemstillinger
- Behandle mulige strategier for *bærekraft* i praktiske sammenhenger, lokalt og globalt
- Presentere transformativ, økologisk læring som ny modell for å utvikle et bærekraftig samfunn

Undervisnings- og læringsmetode:

Arbeidsformen veksler mellom forelesninger, gruppearbeid og seminar. Emnet vil bli tilbudt som deltidsstudium.



Emneeier:

Emne er valgbart for:

Enkelte bachelorstudier ved HiL

Eksamensform 2:

Eksamensform:

Essay innen selvvalgt, godkjent tema innenfor emnet (10-12 s.) Det gis veiledning. Studentene må knytte problemstillingen i oppgaven til pensum.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

For studenter som kun tar dette emnet er opptakskravet generell studiekompetanse eller godkjent realkompetanse.

Semester:

Vår

Lengde:

Et semester

Heltid/ deltid:

Deltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

50

Godkjenningsorgan:

SU-sak 05/08

Dato for godkjenning:

18. jan 2008

Emneansvarlig:

Trond Gansmo Jakobsen

Undervisningsspråk:

Norsk



2RL30/1 Snow business

Navn:

Snow business

Kode:

2RL30/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

The course include the traditions of tourism studies into the regional traditions of being a snow-based recreation and sport provider.

It has four main parts:

Part 1: Introduction to the Snow Business

- Production elements in the complete Snow Business·
- History and development of Snow Business·
- The Challenges of Snow Business·
- The Winter Sports – an overview

Part 2 Production and market elements in the Snow Business

- Managing an alpine ski resort·
- Managing a cross country base ski destination area·
- Snow Business marketing·
- Skiing and Winter activities equipment·
- The economics of Snow business and other seasonal tourism production

Part 3: Cultural events / Ski sport events·

- Event management; sport management·
- Events and voluntary work·
- The Off-Snow Business – including cultural events during Winter·
- Some examples of actual events

Part 4: A case study of a snow business resort·

- Overall winter resort planning and management·
- Strategies for further development in Snow destinations·
- Marketing of winter resort products on an international market



Læringsutbytte:

By promoting a Snow Business Course we want to include the traditions of tourism studies into the regional traditions of being a snow-based recreation and sport provider. You will be invited to learn from our traditions as winter recreation and sport event host, and to include use of many types of snow-based recreation.

At the end, the students of this course should have both an in-depth knowledge of different snow businesses and the management of a winter based resort area. Lillehammer College had a test of this program in the Spring Semester 2004 - and the program has been revised since then.

Undervisnings- og læringsmetode:

Students will be charged for part of the costs related to the site visits.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er valgbart for:

Students at Bachelor of tourism at Lillehammer University College, as well as foreign students. The course is taught in English.

Arbeidskrav:

80% compulsory attendance on lectures and site visits

Eksamensform 2:

Eksamensform:

One-week examination, in groups. Grades are from A to F, with E as the minimum passing grade.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Generell studiekompetanse eller godkjent realkompetanse

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Antall studenter:

50

Emneansvarlig:

Christian Krogh

Undervisningsspråk:

Engelsk



ØKA1024/1 Brand Management

Navn:

Brand Management

Kode:

ØKA1024/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

There is increased attention on building brands, within traditional product marketing, as well as in services marketing. The course will cover theories and concepts pertaining to branding, and give the students an opportunity to apply this knowledge in an analysis of brand management.

Læringsutbytte:

The students should gain knowledge about branding and brand management. The students will gain insight into different ways of developing business and product brands, and analyse how an integrated market communication may be used in the development and marketing of branded products and services.

Undervisnings- og læringsmetode:

Lectures, group seminars, written group work.

Extensive use of supervision. Oral presentation of the written projects.

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:**

The students will be required to present part I of the semester project as an “arbeidskrav” (mandatory, ungraded work).

The students will also be required to make a oral presentation of the semester project which will be seen as an “arbeidskrav”.

Other written or oral tasks may be required as “arbeidskrav”.

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

The assessment will consist of two parts:

The students will complete a written project in groups. This project will be graded A-F and count 70 % of final grade.

The students will also complete an individual written exam, maximum 3 hours in length. The exam may be multiple choice or essay, or a combination. The exam will count 30% of the final grade.

The student must have a passing grade in both assessments in order to receive a grade for the course.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2011/2012

Antall studenter:

70

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Engelsk

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)



OLA1008/1 Etikk og samfunnsansvar

Navn:

Etikk og samfunnsansvar

Kode:

OLA1008/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnebeskrivelse kommer ...

Emneeier:

Eksamensform 2:

Karaktersystem:

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2015

Antall studenter:

0

Undervisningsspråk:

Norsk



ØKA1012/1 Finansregnskap 1

Navn:

Finansregnskap 1

Kode:

ØKA1012/1

Studiepoeng:

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 målproblemer, 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 2:

Eksamensform:

4 timers skriftlig individuell eksamen.

Tillatte hjelpemidler:

Kalkulator i tråd med gjeldende begrensninger

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Høst

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

80

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Eirik Holm og Erik Vea

Undervisningsspråk:

Norsk

Erstatter:

ØKA1004 Finansregnskap med analyse, 10 sp