



Studieplan 2013/2014

210319 Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (2013 - 2016)

Studiestart

19.08.2013

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 tekning, 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 godkjent 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



Studieleder:

[Terje Onshus](#)

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

3 år

Grad/ kompetanse

Bachelor

Opptak

Samordna opptak

Kull

2013/2016

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					
RLT1004	Samfunnsvitenskapelig metode	7,5	O		7,5					
ØKA1013/1	Markedsføring	7,5	O		7,5					
MLT1002/1	Kreative prosesser	15	O			15				
MLT1001/1	Serviceledelse	7,5	O			7,5				
ØKA1016/1	Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse	7,5	O			7,5				
	Valgfritt emne	15/30	O				30			
MLT2002/1	Entreprenørskap og bedriftsutvikling	15	O						15	
MLT2001/1	Event management	15	O						15	
RLL2003/1	Contemporary issues in tourism	7,5	O							7,5
MLT2003/RLL2004	Bacheloroppgave med metodeseminar	22,5	O							22,5
Sum:				30	30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Valgretninger for de som ikke tar delstudier i utlandet:

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
Valgretning 1:										
RLL1003/1	Nature-based tourism and ecotourism	7,5	V					7,5		
OLA1008/1	Etikk og samfunnsansvar	7,5	V					7,5		
ØKA1024/1	Brand Management	7,5	V					7,5		
ØKA1012/1	Finansregnskap 1	7,5	V					7,5		
Valgretning 2:										
BÆR1001/1	Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø	15	V					15		
RLL1003/1	Nature-based tourism and ecotourism	7,5	V					7,5		
OLA1008/1	Etikk og samfunnsansvar	7,5	V					7,5		
ØKA1024/1	Brand Management	7,5	V					7,5		
ØKA1012/1	Finansregnskap 1	7,5	V					7,5		
Valgretning 3:										
BÆR1001/1	Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø	15	V					15		
2RL30/1	Snow business	15	V					15		
FIL1001/1	Etikk og moralske problemer	15	V					15		
SOA1001/1	Cross cultural communication	15	V					15		
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 vil bli gitt fortløpende arbeidskrav gjennom hele emnet. Arbeidskravene vil variere i omfang, samt at noen vil være individuelle mens andre skal løses i grupper. Studentene må ha godkjent alle arbeidskravene før de kan gå opp til eksamen.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 4 timers

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:

Hjemmeksamen, gruppe

Muntlig, gruppe

**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:

Annet

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



RLT1004 Samfunnsvitenskapelig metode

Navn:

Samfunnsvitenskapelig metode

Kode:

RLT1004

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Formålet med emnet er å gi en innføring i de kvalitative og kvantitative samfunnsvitenskapelige forskningsmetodene. Studentene skal tilegne seg et grunnleggende begrepsapparat innenfor den samfunnsvitenskapelige metodelæren samt grunnleggende ferdigheter innenfor kvalitativ og kvantitativ dataanalyse.

Læringsutbytte:

Etter emnet skal studentene:

- kunne reflektere rundt forskning og vitenskapelig metode, forskningsetikk og redelighet
- forstå forholdet mellom teori og empiri og data
- være i stand til å definere et forskningsspørsmål og foreta avgrensning og definering av begreper og problemer
- ha innsikt i ulike forskningsdesign; kvantitative kontra kvalitative forskningsopplegg og aktuelle kombinasjoner av disse
- kjenne til ulike kvalitative og kvantitative analyse- og datainnsamlingsmetoder, og kunne anvende disse i praksis
- kunne bruke relevant dataverktøy i kvantitativ analyse
- kunne utforme og skrive strukturerte rapporter som omhandler økonomisk-administrative problemstillinger og som tilfredsstillende anerkjente akademiske standarder

Undervisnings- og læringsmetode:

Undervisningsformer:

- Teoriforelesninger
- Forelesninger med demonstrasjon av statistiske analyseprogram (kvantitativ dataanalyse)
- Seminardeltakelse med gruppevis veiledning av kvantitativt arbeidskrav

Det vil bli gitt noe opplæring i bruk av et nødvendig statistisk analyseprogram i forhold til den kvantitative dataanalysen.

Emneeier:

ÅR/BA Reiseliv

**Emne er obligatorisk for:**

Årsstudium i reiseliv og turisme, 1BARLL, 1BAMLT

Arbeidskrav:

For å få godkjent kursdeltakelse og for å få adgang til eksamen, må studentene (gruppevis) få godkjent obligatoriske arbeidskrav.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 3 timers

Eksamensform:

3 timers skriftlig individuell eksamen.

Tillatte hjelpemidler:

Ikke-programmerbar kalkulator

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Ingen

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2014

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08, revidert SN-sak 68-12 d

Dato for godkjenning:

10. mars 2008, revidert 14. des 2012

Emneansvarlig:

Monica A. Breiby

Undervisningsspråk:

Norsk

Erstatter:

Tidligere emne Samfunnsvitenskapelig metode 10 sp



ØKA1013/1 Markedsføring

Navn:

Markedsføring

Kode:

ØKA1013/1

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:

- Ha forståelse for hvordan markedsorienterte bedrifter kan utvikle sitt markedstilbud, og hvordan virksomhetene kommuniserer og leverer dette til markedet
- Ha kunnskap om og forståelse for etiske og miljømessige utfordringer i tilknytning til sentrale problemstillinger innen markedsføring og drøfte konsekvensene for bedriftenes markedsføringsaktiviteter
 - Gjengi og forklare, samt å anvende, sentrale modeller og teorier innen:
 - Markeds- og kundeorientering
 - Etikk, miljø og samfunnsansvar: Defensive og offensive strategier
 - Segmentering, differensiering og posisjonering
 - Kjøpsatferd i forbruker- og bedriftsvaremarkeder
 - Salg
 - Relasjons- og dialogmarkedsføring
 - Produkt- og tjenesteutvikling
 - Merke- og omdømmeledelse
 - Markedskanaler
 - Prissetting
 - Markedskommunikasjon (også gjennom for eksempel sosiale medier)
 - Planlegging, organisering, økonomiske analyser og kontroll
 - Utforme en markedsplan

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaveløsning i plenum, individuelt og/eller gruppearbeid med arbeidskrav, selvstudium.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA

Emne er valgbart for:

Bachelor i Økonomi og Administrasjon (Obligatorisk)

Årsstudium i Økonomi og Administrasjon (Obligatorisk)

Bachelor i Reiselivsledelse (Obligatorisk)

Bachelor Markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (Obligatorisk)

Årstudium i Reiseliv og turisme (Obligatorisk)

Bachelor i Organisasjon og Ledelse (valgemne)

Arbeidskrav:

Arbeidskrav må være godkjent for å få adgang til eksamen. Form, omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 4 timers

Eksamensform:

Fire timers individuell skriftlig eksamen med tilsyn.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

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:

Høgskolelektor Marit Elvsås

Undervisningsspråk:

Norsk

Overlapp:

ØKA1013/1 Markedsføring overlapper med emnet ØKA1006/1 Markedsføring (10 sp.) med 75%



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.

Emneeier:

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:**

Hjemmeksamen, gruppe

Muntlig, gruppe

Eksamensform:

Eksamen i faget består av en skriftlig og muntlig del. Skriftlig del gjennomføres som en gruppebasert hjemmeksamen. Hjemmeksamen vil gå over tre dager hvor gruppen kan bestå av inntil tre (3) personer. På hjemmeksamen 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:

2014

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%



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 ut 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:

Skoleeksamen, 4 timers

**Eksamensform:**

Individuell 4 timers skriftlig eksamen

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:

Monica Adele Breiby

Undervisningsspråk:

Norsk



ØKA1016/1 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Navn:

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Kode:

ØKA1016/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Dette emnet gir en første introduksjon av begrep, teorier, resonnementer og modeller i bedriftsøkonomi. Disse blir delvis utdypet og mer anvendelsesorientert i andre bedriftsøkonomiske emner. Gjennom ØKA1016 gis altså studentene en første innføring i faget bedriftsøkonomi som grunnlag for analyser, vurderinger og beslutninger. Studentene skal tilegne seg grunnleggende innsikt i, og ferdigheter om, fremskaffelse av data samt analyse og kommunikasjon av relevant beslutningsinformasjon. Emnet gir studentene faglig grunnlag for analyse og vurdering av kortsiktige beslutninger innenfor bedriftens eksisterende kapasiteter. Eksempler på slike er; produktprioritering, prising og anbudsregning. Vurdering av historisk lønnsomhet for produkter, produktgrupper og markeder er også sentralt – for å lære av historien, slik at en får bedre informasjon som grunnlag for fremtidige beslutninger.

Følgende tema inngår:

- Innledning; om bedriften, bedriftsøkonomi og økonomistyringen
- Innføring i regnskapets tre hoveddokumenter; resultat, balanse og likviditetsoppsett
- Kostnadsteori – om kortsiktig variabilitet i kostnader
- Markedsteori – om prising innenfor ulike markedsformer.
- Om beslutninger og relevante kostnader
- Dekningsbidragsmodellen;
 - Kostnadsklassifisering og dekningsbidrag
 - Budsjettering og risikoanalyser; nullpunkt- og følsomhetsanalyser
 - Bidragsmodellen bruk til kortsiktige lønnsomhetsanalyser og vurderinger
- Om kostnadsfordeling til kostnadsobjekt
- Produktkalkulasjon
- Introduksjon av driftsregnskap basert på normalcost



Læringsutbytte:

Studentene skal:

- Ha innsikt i økonomistyringen i bedriften;
- Om behovet for økonomistyring for å forfølge et lønnsomhetsmål
- Hvilke elementer som inngår i økonomistyringssystemet
- Kjenne og kunne anvende de sentrale begrep; Inntekt, kostnad og resultat.
- Ha innsikt i kostnadsteorien med spesiell vekt på kostnaders variabilitet
- Beherske grunnleggende markedsteori for å ha perspektiv på kostnadsbasert prissetting
- Kunne anvende kostnadsteori og bidragsmodellen i samband med: kortsiktige lønnsomhetsanalyser, risikovurderinger og beslutninger i bedriften
- Ha innsikt i og kunne analysere hvordan kostnadsstrukturen påvirker risikoen som bedriften er utsatt for
- Kunne identifisere beslutningsrelevante kostnader
- Ha en grunnleggende innsikt i driftsregnskap – herunder:
- Forstå og kunne anvende tankegangen bak normalkalkulasjon
- Kunne fordele kostnader fra kostnadsart via kostnadssted til kostnadsobjekt
- Kunne forstå og tolke den informasjonen som driftsregnskapet genererer
- Kjenne til og kunne anvende de sentrale produktkalkulasjonsmetodene:
- Bidragskalkulasjon; divisjons- og tilleggs-kalkulasjon
- Selvkostkalkulasjon; divisjons-, ekvivalens- og tilleggs-kalkulasjon

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaveløsning i plenum, individuelt og / eller gruppearbeid med arbeidskrav, selvstudium.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA/ÅØA

Emne er valgbart for:

Bachelor i Organisasjons- og ledelsesfag og Bachelor i Markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (inngår i ”valgmenepakke”)

Åpent (individuelle valg utenom ”valgmenepakker”)

Arbeidskrav:

Arbeidskrav som må være godkjent for å få adgang til eksamen. Form, antall og omfang kunngjøres ved semesterstart.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 4 timers

Eksamensform:

Fire timers individuell skriftlig eksamen under tilsyn.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Tillatte hjelpemidler:

Kalkulator i tråd med retningslinjer for kalkulatorbruk på de økonomisk / administrative studiene ved Høgskolen i Lillehammer. Oppdaterte retningslinjer foreligger og formidles til studentene ved oppstart av hvert studieår.

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:

Amanuensis Eirik Holm

Undervisningsspråk:

Norsk

Overlapp:

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



Valgfritt emne

Navn:

Valgfritt emne

Studiepoeng:

15/30

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:

Eksamensform 2:

Karaktersystem:

Semester:

Heltid/ deltid:

Antall studenter:

0

Undervisningsspråk:



MLT2002/1 Entreprenørskap og bedriftsutvikling

Navn:

Entreprenørskap og bedriftsutvikling

Kode:

MLT2002/1

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:

Hjemmeksamen, gruppe

Eksamensform:

En ukes hjemmeksamen + justerende muntlig eksamen.

Hjemmeksamen: Det skal skrives en forretningsplan for den bedriften studentene har utviklet gjennom emnet. Hjemmeksamen 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:

2014

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:

Hjemmeksamen, gruppe

Eksamensform:

En ukes hjemmeksamen, gruppe på 2-3 personer

Tillatte hjelpemidler:

Alle

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Høst

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2014

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Emneansvarlig:

Hans Holmengen

Undervisningsspråk:

Norsk



RLL2003/1 Contemporary issues in tourism

Navn:

Contemporary issues in tourism

Kode:

RLL2003/1

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:

Hjemmeksamen, gruppe

Eksamensform:

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



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Bestått/Ikke bestått

Forkunnskapskrav:

RLT1001 Innføring i reiseliv, RLT1002 Attraksjons- og opplevelsesutvikling, ØKA1013 Markedsføring.

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2016

Antall studenter:

55

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Undervisningsspråk:

Norsk



MLT2003/RLL2004 Bacheloroppgave med metodeseminar

Navn:

Bacheloroppgave med metodeseminar

Kode:

MLT2003/RLL2004

Studiepoeng:

22,5

Emnebeskrivelse:

Studentene skal individuelt, eller to og to, skrive en 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.

Emneier:

ÅR/BA Reiseliv

Emne er obligatorisk for:

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

**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

Forkunnskapskrav:

RLT1001 Innføring i reiseliv, RLT1002 Attraksjons- og opplevelsesutvikling, ØKA1013 Markedsføring, RLT1004 Samfunnsvitenskapelig metode.

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2013

Antall studenter:

120

Godkjenningsorgan:

SN-sak 51/09

Dato for godkjenning:

26. nov 2009

Undervisningsspråk:



RLL1003/1 Nature-based tourism and ecotourism

Navn:

Nature-based tourism and ecotourism

Kode:

RLL1003/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Nature-based tourism also includes ecotourism and sustainable tourism. The subject consists of a theoretical approach to these types of experience tourism, ecotourism and sustainable tourism. It is also a practical introduction to this tourism segment and its trends in Norway and abroad, plus planning and evaluation processes.

Læringsutbytte:

The aim is for the student to:

- internalise the meaning of the concepts of nature-based tourism, ecotourism and sustainable tourism and know its features.
- acquire a conceptual understanding of experience tourism, experience economy, sustainable tourism, nature-, culture- and ecotourism industry.
- acquire insights into tour operation, management, development and effect in different environments, including the tourism-environment debate within the industry.
- be able to evaluate the different nature based tourism products and their planning processes.

Undervisnings- og læringsmetode:

Lectures, seminars and field trip.

Emneier:

Arbeidskrav:

The students hold one seminar (15-45 min dependent on number of students).

Eksamensform 2:

Eksamensform:

Written final exam. (dictionary between the first language of the student and English is allowed)

Karaktersystem:

Grades A-F



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Forkunnskapskrav:

Minimum knowledge in tourism.

Semester:

Spring

Lengde:

One semester

Heltid/ deltid:**Antall studenter:**

60

Dato for godkjenning:

25. januar 2013

Emneansvarlig:

Even Tjørve

Undervisningsspråk:

Engelsk

Erstatter:

Nature-based tourism and ecotourism, 15 sp.



OLA1008/1 Etikk og samfunnsansvar

Navn:

Etikk og samfunnsansvar

Kode:

OLA1008/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

Emnets hovedsiktemål å styrke studentenes virksomhetsetiske kompetanse, forstått som deres evne til å identifisere, analysere og håndtere de spesielle moralske og ansvarsmessige utfordringer som knytter seg til virksomheters drift.

Emnet skal gi studentene grunnleggende kunnskap om moral, etikk, samfunnsansvar og mulige tiltak for ansvarlig virksomhet. Etter endt studium skal studentene kunne drøfte virksomhetsetiske grunnspørsmål og utvalgte tema som moral, lønnsomhet, bærekraft, forbruker-, klient- og brukerinteresser i lys av relevant normativ og deskriptiv teori og kunnskap.

Studentene skal være godt kjent med foretakets sosiale ansvar, globaliseringens relevans, forslaget om en tredelt bunnlinje, kunnskapskilder for virksomhetsetikk og ulike modeller for å sikre moralsk og ansvarsmessig forsvarlig adferd. De skal også kunne anvende sine teoretiske kunnskaper til å identifisere, analysere og håndtere moralske og ansvarsmessige utfordringer i konkrete yrkessammenhenger og i ulike institusjonelle og kulturelle kontekster.



Læringsutbytte:

Kunnskap

- Kandidaten kan gjøre rede for bestemte moralske og ansvarsmessige utfordringer knyttet til ulike aspekter ved privat, frivillig og offentlig virksomhet.
- Kandidaten er i stand til å bruke teori om samfunnsansvar forankret i etiske begreper, teorier og modeller for å identifisere og foreslå begrunnede løsninger på etiske og miljømessige problemstillinger.
- Kandidaten har kunnskap om et sett av begreper, teorier og rammeverk om forretningsmodeller og samfunnsansvar og forholdet mellom dem.

Ferdigheter

- Kandidaten kan anvende sine kunnskaper om overstående emner til å identifisere moralske utfordringer knyttet til konsekvenser av virksomhetens drift for ulike berørte gruppers interesser i konkrete situasjoner.
- Kandidatene kan analysere og formulere utfordringene på en måte som gjør det klart hva som moralsk sett er på spill i dem.
- Kandidaten kan bruke relevante rammeverk for å forstå sentrale mekanismer og praksiser som fremmer eller hindrer økonomisk, sosial og miljømessig måloppnåelse

Kompetanse

- Kandidaten kan analysere relevante faglige og praktiske problemer knyttet til ansvar og lønnsomhet.
- Kandidaten kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter på nye områder for å gjennomføre avanserte arbeidsoppgaver og prosjekter.
- Kandidaten kan håndtere moralske og ansvarsmessige utfordringer knyttet til innehavelse og utøvelse av økonomisk-administrative yrkesroller («profesjonsetikk»).

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, gruppe- og plenumsdiskusjoner, samt praktiske øvelser.

Emneeier:

BA Organisasjon og ledelse

Arbeidskrav:

Det er flere arbeidskrav i løpet av emnet (både gruppe og individuelt).

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 4 timers



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

Skoleeksamen, 4-timer

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2016

Antall studenter:

0

Godkjenningsorgan:

SN-sak 23-12

Dato for godkjenning:

19. april 2012

Emneansvarlig:

Sveinung Jørgensen

Undervisningsspråk:

Norsk



ØKA1024/1 Brand Management

Navn:

Brand Management

Kode:

ØKA1024/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

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

- Merkevarerledelse, inkludert verdisetting av merkevarer og analyse av merkeposisjon
 - Konsumentatferd, og hvordan konsumenter oppfatter merker, og behandler og bruker merkekunnskap i valg mellom forskjellige merker
 - Merkeposisjonering, merkeidentitet, og etablering av en troverdig merkeverdiposisjon

Læringsutbytte:

- Ha de nødvendige ferdigheter til å utvikle og lede en merkevare
- Evne til å identifisere og analysere merkeassosiasjoner, og utlede strategiske implikasjoner for posisjonering, valg av merkeelementer, og bruk av sekundære merkeassosiasjoner
- Nå en grunnleggende forståelse for forskjellige metoder for beregning av merkeverdi
- Etablere den nødvendige innsikt og ferdigheter til å vurdere vekstmuligheter for merker, deriblant strategier for merkeekspansjon
- Forståelse for, og evne til å anvende, prinsippene for ledelse av en merkeportefølje, inkludert forskjeller mellom forskjellige typer ”merkearkitektur”

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, oppgaveløsning i plenum, individuelt og/eller gruppearbeid med arbeidskrav, selvstudium.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

**Emne er valgbart for:**

Årsstudium i Økonomi og Administrasjon (Valgbart)

Bachelor i Reiselivsledelse (Valgemne)

Bachelor Markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (Valgemne))

Bachelor i Organisasjon og Ledelse (valgemne)

Andre studier

INTERNASJONALE STUDENTER (innkomne studenter)

Bachelor i Økonomi og Administrasjon (Obligatorisk)

Arbeidskrav:

Arbeidskrav må være godkjent for å få adgang til eksamen. Form, omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Normalt består arbeidskravet i at et gruppearbeid presenteres muntlig i plenum.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 3 timers

Hjemmeksamen, gruppe

Eksamensform:

Evalueringen vil bestå av to deler, og følgende vilkår:

- Studentene vil gjennomføre en skriftlig gruppeoppgave. Dette arbeidet vil bli vurdert på A-F skala, og utgjøre 70 % av karakteren for emnet.
 - Studentene skal også ha en individuell, skriftlig eksamen med tilsyn, maksimum 3 timers lengde. Denne eksamen kan bestå av flervalgsspørsmål ("multiple choice"), langsvar ("essay") eller en kombinasjon. Denne eksamen vil utgjøre 30 % av karakteren for emnet.
-
- STUDENTEN MÅ OPPNÅ MINIMUM "E" PÅ BEGGE DELER FOR Å FÅ GODKJENT EMNET.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012/2013



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Antall studenter:

70

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

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)



ØKA1012/1 Finansregnskap 1

Navn:

Finansregnskap 1

Kode:

ØKA1012/1

Studiepoeng:

7,5

Emnebeskrivelse:

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.

Følgende tema / problemstillinger inngår:

- 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 regnskapskikk
- Avslutning av regnskapet
- Presentasjon av resultat og balanse
- Kontantstrømrapport
- Enkel nøkkeltallsanalyse

Læringsutbytte:

Studentene skal

- Ha grunnleggende kunnskaper om formålet med finansregnskapet
- Kunne registrere vanlig forekommende transaksjoner i et regnskap
- Være i stand til å foreta enkle periodiseringer
- Kjenne standard kontoplan
- Med utgangspunkt i transaksjonssammendrag (saldobalanse) kunne utarbeide periodisk resultatoppstilling og balanseoppstilling ved periodeslutt
- Kunne behandle sentrale regnskapsmessige måle- og vurderingsproblemer
- Kunne utarbeide kontantstrømoppstilling

**Undervisnings- og læringsmetode:**

Forelesninger, oppgaveløsning i plenum, individuelt og / eller gruppearbeid med arbeidskrav, selvstudium.

Emneier:

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

Emne er obligatorisk for:

BØA

Emne er valgbart for:

Bachelor i Organisasjons- og ledelsesfag (inngår i "valgmenepakke")

Åpent (individuelle valg utenom "valgmenepakker")

Arbeidskrav:

Arbeidskrav som må være godkjent for å få adgang til eksamen. Form, antall og omfang kunngjøres ved semesterstart.

Eksamensform 2:

Skoleeksamen, 4 timers

Eksamensform:

Fire timers individuell skriftlig eksamen under tilsyn.

Tillatte hjelpemidler:

Kalkulator i tråd med retningslinjer for kalkulatorbruk på de økonomisk / administrative studiene ved Høgskolen i Lillehammer. Oppdaterte retningslinjer foreligger og formidles til studentene ved oppstart av hvert studieår.

Karaktersystem:

Karakter A-F

Forkunnskapskrav:

Gjennomført emnet ØKA1016 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse eller tilsvarende.

Semester:

Høst

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2012

Antall studenter:

80



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Godkjenningsorgan:

SU-sak 10-08

Dato for godkjenning:

10. mars 2008

Emneansvarlig:

Førstelektor Erik Vea

Undervisningsspråk:

Norsk

Erstatter:

ØKA1004 Finansregnskap med analyse, 10 sp



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.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emneeier:**Emne er valgbart for:**

Enkelte bachelorstudier ved HiL

Eksamensform 2:**Eksamensform:**

Essay innen selvvalgt, godkjent tema innenfor emnet (15 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:

Annet

Eksamensform:

4 hours written exam.

Karaktersystem:

Grades A-F

Forkunnskapskrav:

Generell studiekompetanse eller godkjent realkompetanse

Semester:

Vår

Heltid/ deltid:

Heltid

Antall studenter:

50

Godkjenningsorgan:

SN-sak 40-14

Dato for godkjenning:

22. aug 2014



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Emneansvarlig:

Christian Krogh

Undervisningsspråk:

Language of instruction - English



Høgskolen
i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

FIL1001/1 Etikk og moralske problemer

Navn:

Etikk og moralske problemer

Kode:

FIL1001/1

Studiepoeng:

15



Emnebeskrivelse:

Hvordan bør jeg leve livet mitt? Hva er godt? Hva er dårlig? Hvordan bør jeg handle? Hva er bra for meg? Hva er bra for samfunnet? Er min moral et produkt av min kultur? Er mine moralske oppfatninger objektive eller er de subjektive? Dette er spørsmål som mennesker har stilt, i ulike versjoner, gjennom hele sin historie og som er like aktuelle i dag.

Disse og flere beslektede spørsmål tilhører den delen av filosofien som kalles etikk, eller moralfilosofi. Moralfilosofien er en videreutviklingen av den refleksjonen som de fleste mennesker har over moralske oppfatninger og valg, og er således viktig både for individet og samfunnet: moralske oppfatninger og valg er sentrale i det som gir mening og struktur til våre liv og identitet, og samtidig er de sentrale i vår omgang med andre mennesker og institusjoner.

I dette introduksjonsemnet gir vi en systematisk innføring i etiske temaer og vi reflekterer praktisk over konkrete moralske problemer og dilemmaer. Emnet legger vekt på et samspill, og gjensidig berikelse, mellom den systematiske teorien og refleksjonen over de konkrete moralske problemene. Emnet er delt i to hovedbolker:

1. Denne bolken omhandler temaer innen det som kalles (a) verdi teori, (b) normativ etikk og (c) metaetikk. I første del av kurset, (a) diskuterer vi spørsmål om hva som gjør livet godt å leve i sammenheng med ulike typer av verdier. Vi går deretter (b) over til å diskutere teorier om hvordan vi bør handle. Vi ser på forholdet mellom religion og etikk. Vi ser på de klassiske tankeretningene som utilitarisme, pliktetikk, kontraktetikk, etisk pluralisme og dydsetikk. I denne delen diskuterer vi også et sett med moralfilosofiske teorier som er kritiske til moralen som et samfunns fenomen, hos tenkere som for eksempel Nietzsche og representanter for feministisk etikk. Innen (c) metaetikken stiller vi først og fremst spørsmål omkring moralske påstander, om disse er objektiv eller subjektiv og om etisk relativisme – er moralske påstander og råd kultur- og situasjonsavhengige? Underveis i hele denne bolken ser vi på moralpsykologiske temaer som går på menneskesyn, som for eksempel forholdet mellom følelser og rasjonalitet. I denne bolken blir de ulike temaene diskutert med bakgrunn i noen klassiske tekster fra etikkens historie samt flere av de nyeste bidragene til debattene. Eksempler på moralske problemer og dilemmaer blir flittig brukt i diskusjonen. Denne bolken utgjør 2/3 av emnet.
2. Den siste 1/3 av emnet går nærmere inn på utvalgte konkrete moralske problemer og valgsituasjoner, noen av dem dilemmaer der ingen løsning eller handlingsvalg byr seg fram som det åpenbart riktige. Den etiske refleksjonen vil her være praktisk rettet og ta for seg aktuelle etiske problemstillinger knyttet til for eksempel miljø og fattigdom, vår behandling av dyr, idrett, juss og psykologi. Hvilke konkrete problemstillinger som diskuteres vil variere, blant annet ut fra hvilke som til enhver tid er aktuelle i samfunnsdebatten. Forskjellen fra diskusjonen av moralske problem og dilemmaer i bolk 1. er fortrinnsvis at vi her går mer dyptgående inn i de utvalgte moralske problemene og dilemmaene.



Læringsutbytte:

KUNNSKAP

Etter gjennomført emne har studenten tilegnet seg grunnleggende kunnskaper om:

- Sentrale moralfilosofiske posisjoner og tradisjoner i den vestlige filosofiske tradisjonen.
- Sentrale diskusjoner innen verditeori, normativ etikk, metaetikk og moralpsykologi i den vestlige tradisjonen og i vår samtid.
- Praktisk øvelse i og erfaring med å diskutere konkrete, aktuelle problemstillinger og dilemmaer av moralsk art.

FERDIGHETER

Etter gjennomført emne har studenten fått skjerpet forståelse og blikk for hvordan etiske problemer er tilstede både i konkrete dagliglivssituasjoner og i større spørsmål av betydning for samfunnsutvikling og verdier, og vil ha utviklet sine analytiske ferdigheter og evne til kritisk etisk refleksjon over slike spørsmål.

GENERELL KOMPETANSE

Etter gjennomført emne har studenten oppnådd generell kompetanse om noen grunnleggende moralfilosofiske temaer og etisk refleksjon over konkrete tilfeller.

Undervisnings- og læringsmetode:

Gjennom å følge forelesninger, delta i veiledninger, samt levere inn skriftlige arbeider og egenstudium utvikler studenten både analytiske og kritiske etiske evner samtidig som hun både får generell kunnskap om emnets temaer og fordypninger på enkelte områder. Det legges vekt på skriftlige arbeider og student deltagelse i forelesninger for at studentens individuelle kunnskaper og evner skal utvikles.

Emneeier:

Arbeidskrav:

Det kreves innlevering av ett individuelt skriftlig arbeidskrav for godkjenning, og består flervalgsprøve. Det individuelle arbeidskravet utvikler studentens dybdekunnskap om utvalgte temaer fra emnet og studentens analytiske og kritiske evner innen etisk refleksjon. Flervalgsprøven sikrer studentens breddekunnskap om moralfilosofi.

Det individuelle skriftlige arbeidskravet skal ha en lengde på mellom 2000 og 2800 ord.

For å bestå flervalgsprøven må studenten ha svart korrekt på 15 av 25 spørsmål.

Eksamensform 2:

Eksamensform:

Hjemmeeksamen: Studenten skriver et essay med lengde mellom 4000 og 4800 ord om et tema og en problemstilling som er valgt i samråd med underviser og som emneansvarlig godkjenner.



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Tillatte hjelpemidler:

Karaktersystem:

Karakter A-F

Semester:

Vår

Lengde:

1 semester

Heltid/ deltid:

Deltid

Antall studenter:

65

Godkjenningsorgan:

SN-sak 62-12

Dato for godkjenning:

14. desember 2012

Undervisningsspråk:

Norsk



SOA1001/1 Cross cultural communication

Navn:

Cross cultural communication

Kode:

SOA1001/1

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Topic:

The course provides training in cross cultural communication with participants from different parts of the world.

Læringsutbytte:

Expected learning outcomes:

Students having completed the course will have received training in cross cultural communication, group work and in the presentation of their own work (paper on a topic of their choice), and are expected to be able to identify how culture influences communication.

Undervisnings- og læringsmetode:

Teaching methods:

The teaching will be a combination of lectures and discussion groups. The students are expected to hand in and prepare questions to be discussed in class. The course will also include excursions to relevant institutions in the Lillehammer University College area. The students will be given supervision on their final paper

The topic can be chosen by any student at LUC who are registered.

Emneier:

BA Sosialt arbeid

Arbeidskrav:

Coursework requirements:

Every other week the students are expected to present a minor paper to fellow students, in the presence of the instructor. All presentations have to be accepted before the final exam. A list of accepted students will be submitted to the exam board prior to the final exam.

Eksamensform 2:



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:**Form of assessment:**

The evaluation is based on a written paper which is presented and discussed in class. The paper is a group work. The topic of the paper can either be an in-depth study relevant to the course, or a comparative study. Choice of paper topic is made in consultation with the instructor. The size of the paper should be about 4000 words/10 pages, to be prepared at home/outside the lectures.

Karaktersystem:

Pass/Fail

Semester:

Spring

Lengde:

One semester

Heltid/ deltid:**Emneansvarlig:**

Hans Jørgen Wallin Weihe

Undervisningsspråk:

Language of instruction - English