

# Studieplan 2015/2016

## Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (2015 - 2018)

### Kull

2015/2018

### NUS-kode

644110

Er du interessert å arbeide med planlegging, utvikling og tilrettelegging for verdifulle opplevelser innen reiseliv? Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser (BAMLT) gir deg en utdanning innen markedsføring og ledelse med hovedfokus på utvikling og drift av turismeopplevelser kan da være et utdanningsalternativ for deg.

Gjennom studiet får du en god og framtidsrettet kompetanse som næringen har behov for.

Utdanningen gis en bred og grundig innføring i fagområder knyttet til arbeidet med ideutvikling, planlegging og drift av en opplevelsesbedrift samt planlegging, organisering og ledelse av arrangementer og events. I studiet kombineres innsikter fra opplevelsesproduksjon, prosjektstyring, markedsføring, bedriftsøkonomi og innovasjon/nyskapning. Entreprenørskap er en integrert del av studiet.

Gjennom den flerfaglige tilnærmingen vil du også tilegne deg kunnskap, holdninger og analytiske ferdigheter og som gjør deg i stand til å starte og drive en opplevelsesbedrift hvor krav til lønnsomhet ivaretas.

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".

### Praksis

I flere studieemner vil en del av aktivitetene på studiet være knyttet til praktiske problemstillinger. I studieemnet prosjektledelse skal studentene gjennomføre prosjekter på vegne av eksterne oppdragsgivere i reiselivsnæringen. I emnet event management jobber studentene med prosjekter knyttet til et eller flere arrangementer i regionen.

Utdanningen vil på denne måten bidra til å utvikle studentenes ferdigheter. Relevante gjesteforelesere fra næringen bidrar til at undervisningen er dagsaktuell.

### **God studiekvalitet**

Studiet gjorde det veldig bra i en stor nasjonal studiekvalitetsundersøkelse - Studiebarometeret . [Se resultatene fra undersøkelsen her](#)

### **Dobbeltgrad og mulighet for delstudier i utlandet**

HiL har avtale med og tilbyr [dobbeltgrader ved Universitetet i Normandie i Frankrike](#) . Studenter fra denne institusjonen kan ta andre studieår ved HIL og alle emner går da på engelsk. Mange av våre studenter tar et semester i utlandet og vi forventer at noen tar en dobbeltgrad fra høsten 2015.

### **Videre studier**

Høgskolen i Lillehammer tilbyr fra høsten 2015 Master i Innovasjon, med spesialisering i organisasjon og ledelse og i økonomi. Studiet gir mulighet til å søke opptak på andre masterstudier i Norge og utlandet.

### **Jobbmuligheter**

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

- Arrangementer og arrangementsselskaper
- Utviklings- og markedsarbeid ved attraksjoner
- Drift og utvikling av aktivitetstilbud i overnattings- og aktivitetsbedrifter
- Rådgivningsarbeid
- Starte eget foretak innenfor opplevelser.

Arbeidsoppgaver: Viktigste arbeidsoppgaver: Salg, markedsføring, rådgivning, produktutvikling, økonomi og prosjektarbeid. Du er kvalifisert for mange jobber innen markedsarbeid og salg innenfor tjenesteytende sektor generelt.

### **Traineeordning for reiselivet**

Høgskolen i Lillehammer har avtale med tre fylkeskommuner om tilskudd til et traineeprogram for ferdige reiselivskandidater. Ordningen går ut på at traineen arbeider

et år i en reiselivsvirksomhet i fylkeskommunen med et konkret utviklingsprosjekt. Traineen har faglig støtte til løsning av oppgaven gjennom en veileder fra høgskolen.

Meld deg inn i studiets [Facebookgruppe](#) og møt studenter, ansatte og søkere.

## 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.

## Faglig innhold/læringsutbytte

Første semester tar for seg emnene innføring i reiseliv, markedsføring og attraksjons- og opplevelsesutvikling. I andre semester fortsetter studiet med verktøyfag som prosjektledelse, organisasjonsfag og regnskap/budsjettering. Prosjektledelse gir en grundig innføring i prosjektarbeid og omhandler styring, organisering og ledelse i forbindelse med prosjektarbeidsformen. Akademisk skriving som tilbys i første semester vil ha et fokus gjennom hele utdanningsløpet.

I tredje semester tilbys de fire emnene digital markedsføring bedriftsøkonomisk analyse, innovasjon og foretaksstrategi som alle er relevante verktøyfag.

I fjerde semester velger studentene valgbare emner fra høgskolens emneportefølje eller fra andre universiteter og høgskoler i inn- og utland.

I studiets tredje år føres studentene videre i studiets hovedtema som er utvikling av attraktive opplevelsestilbud gjennom emnene entreprenørskap og bedriftsutvikling, event management og den avsluttende bacheloroppgaven. I femte semester tilbys emnet samfunnsvitenskapelig metode.

I sjette semester gis ved siden av bacheloroppgaven tilbud om emnene etikk og samfunnsansvar og økonomiske effekter av arrangementer.

Studiet kombinerer teoretiske kunnskaper fra ulike emner med praksisnære undervisningsopplegg for at studentene skal komme nærmere den praktiske virkeligheten de skal jobbe i etter endt utdanning.

### Kandidatens læringsutbytte:

#### Kunnskaper

- Studentene skal ha kunnskap om opplevelsesproduksjon, kreative prosesser, marked og markedsføring.
- Studentene skal ha kunnskap om bedriftsetablering.
- Studentene skal ha kunnskap om hvordan man utvikler, planlegger og gjennomfører ulike events og arrangementer.
- Studentene skal ha kjennskap til forsknings- og utviklingsarbeidet innenfor fagområdet

#### Ferdigheter

- Studentene skal kunne utvikle, bidra og lede gjennomføringen av arrangementer og events.
- Studentene skal kunne anvende faglig kunnskap og relevante resultater fra

forsknings- og utviklingsarbeid på praktiske og teoretiske problemstillinger.

- Studentene skal kunne beherske relevante faglige verktøy, teknikker og uttrykksformer.

#### Generell kompetanse

- Kandidater skal kunne utveksle erfaringer og synspunkter med relevante aktører med bakgrunn fra fagområdet og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis.
- Studentene skal kunne planlegge og gjennomføre varierte arbeidsoppgaver og prosjekter som strekker seg over tid, alene og som deltaker i en gruppe.
- Studentene skal kunne formidle fagstoff som teorier, problemstillinger og løsninger både muntlig og skriftlig.

## Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller opptak på grunnlag av godkjent realkompetanse.

## Undervisnings- og læringsmetode

Studiet kombinerer teoretiske kunnskaper fra ulike emner med praksisnære undervisningsopplegg for at studentene skal komme nærmere den praktiske virkeligheten de skal jobbe i etter endt utdanning. Studiet har varierte arbeids- og evalueringsformer. Ved siden av forelesninger bruker vi veiledning, case, seminarer og workshops i undervisningsopplegget. Vi har arbeidskrav i de fleste emner.

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 resonnementer 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

HiL har avtale med og tilbyr [dobbeltgrader ved Universitetet i Normandie i Frankrike](#). Studenter fra dinne institusjonen kan ta andre studieår ved HIL og alle emner går da på engelsk. Mange av våre studenter tar et semester i utlandet og vi forventer at noen tar en dobbeltgrad fra høsten 2015.

Studentene har også 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.

## Studiestart

17.08.2015

## Kontaktinformasjon

Studieleder:  
[Terje Onshus](#)

## Informasjonskompetanse

Studentene skal utvikle ferdigheter i å finne fram til kunnskapskilder av høg 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.

## Antall studiepoeng

180

## Heltid/ deltid

Heltid

## Studielengde

3 år

## Grad/ kompetanse

Bachelor

## Avdeling

Avdeling for økonomi og organisasjonsvitenskap

## Fagområde

Reiseliv- og kulturfag

### Emnetabell

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
RLT1005/1	<u>Innføring i reiseliv</u>	7,5	O	7,5						
RLT1002	<u>Attraksjons- og opplevelsesutvikling</u>	15	O	15						
ØKA1013/1	<u>Markedsføring</u>	7,5	O	7,5						
ØKA1017/1	<u>Organisasjonsfag</u>	7,5	O		7,5					
MLT1003/1	<u>Regnskap og budsjettering</u>	7,5	O		7,5					
OLA1004/1	<u>Prosjektledelse</u>	15	O		15					
ØKA1021/1	<u>Strategy</u>	7,5	O			7,5				
ØKA1016/1	<u>Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse</u>	7,5	O			7,5				
OLA1010/1	<u>Innføring i innovasjon og entreprenørskap</u>	7,5	O			7,5				
MLT2004/01	<u>Digital markedsføring</u>	7,5	O			7,5				
	<u>Valgfritt emne</u>	15/30	O				30			
RLT1004/1	<u>Samfunnsvitenskapelig metode</u>	7,5	O					7,5		
MLT2001/1	<u>Event management</u>	15	O					15		
MLT2002/1	<u>Entreprenørskap og bedriftsutvikling</u>	15	O					7,5	7,5	
MLT2006/1	<u>Økonomiske effekter av arrangementer</u>	7,5	O						7,5	
MLT2005/1	<u>Bacheloroppgave</u>	15	O							15
Sum:				30	30	30	30	30	30	30

\*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

### Valgkombinasjoner for de som ikke tar delstudier i utlandet

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester						
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)	
Valgkombinasjon 1:										
ØKA1012/1	<u>Finansregnskap 1</u>	7,5	V				7,5			
ØKA1024/1	<u>Brand Management</u>	7,5	V				7,5			
OLA1008/1	<u>Etikk og samfunnsansvar</u>	7,5	V				7,5			
ØKA2004/1	<u>Økonomi og organisasjon</u>	7,5	V				7,5			
Valgkombinasjon 2:										
RLL1003/1	<u>Nature-based tourism and ecotourism</u>	7,5	V				7,5			
ØKA1024/1	<u>Brand Management</u>	7,5	V				7,5			
2RL30/1	<u>Snow business</u>	15	V				15			
Valgkombinasjon 3: Velg to av tre emner										
2RL30/1	<u>Snow business</u>	15	V				15			
BÆR1001/1	<u>Bærekraftig samfunn - nye perspektiver på utvikling, utdanning, menneske og miljø</u>	15	V				15			
FIL1001/1	<u>Etikk og moralske problemer</u>	15	V				15			
				Sum:	0	0	0	30	0	0

\*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



# Emneoversikt

## RLT1005/1 Innføring i reiseliv

Kode: RLT1005/1

Studiepoeng: 7,5

### Undervisningsspråk

Norsk

### Emnebeskrivelse

Emnet har flere deltemaer som skal bidra til en grunnleggende forståelse av reiselivsproduksjon. For det første omfatter emnet kunnskap om hva reiselivsprodukter er og de sentrale produsentgruppene (bransjene) i næringen. For det andre gir emnet innføring i en kunde- og markedsforståelse i reiselivssammenheng. Det tredje temaet legger vekt på innsikter i samspillet mellom de primære reiselivstilbydere og aktører i samfunnet som påvirker rammebetingelser og muligheter for reiselivsutvikling. Det siste temaet er en innføring i reiselivets sosiale og kulturelle virkninger på vertssamfunnet.

### Læringsutbytte

Kunnskaper:

- Kan identifisere reiselivsprodukter og sentrale produsentgrupper i næringen
- Har kunnskaper om kunde- og markedsforståelse
- Har kunnskaper om reiselivets plass og virkninger på det øvrige samfunnet

Ferdigheter:

- Kan analysere samspillet mellom primære reiselivstilbydere og aktører i samfunnet som påvirker rammebetingelser og muligheter for reiselivsutvikling
- Kan anvende reiselivsfaglig kunnskap og relevante resultater fra forsknings- og

utviklingsarbeid på praktiske og teoretiske problemstillinger

Generell kompetanse:

- Kan formidle sentralt fagstoff både skriftlig og muntlig
- Kan kommunisere med fagpersoner, representanter for næringen og forvaltningen på et faglig nivå

## Undervisnings- og læringsmetode

Undervisningen blir lagt opp som forelesninger og seminarer

## Emne er obligatorisk for

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

## Arbeidskrav

Det vil bli gitt to arbeidskrav i emnet, hvorav det ene er individuelt og det andre en gruppebesvarelse. Studentene må ha godkjent begge arbeidskravene før de kan gå opp til eksamen.

## Eksamensform

4 timers skoleeksamen.

## Tillatte hjelpemidler

Ingen

## Erstatter

RLS1011/1 Hva er reiseliv (10 sp) og RLT1001 (15 sp)

## Overlapp

100 % med RLT1001 på 15 sp og RLS 1011 på 10 sp

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Martin Rønningen

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# RLT1002 Attraksjons- og opplevelsesutvikling

**Kode: RLT1002**

**Studiepoeng: 15**

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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.

## 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

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

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Terje Slåtten

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# ØKA1013/1 Markedsføring

Kode: ØKA1013/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Emnet vil gi en innføring i sentrale problemstillinger og teorier, inklusiv følgende temaer:

- Strategi og markedsplanlegging
- Kjøpsatferd bedriftsmarkedet
- Kjøpsatferd forbrukermarkedet
- Tjenestemarkedsføring
- Markedssegmentering og posisjonering
- Markedsføringsmiksen
- Internasjonal markedsføring
- E-markedsføring og e-handel

## Læringsutbytte

Kunnskaper (etter fullført emne skal studenten kunne):

- Redegjøre for hvordan bedrifter og organisasjoner kan utvikle sitt markedstilbud, og forklare hvordan virksomhetene kommuniserer og leverer dette til markedet.
- Beskrive markedsplanleggingsprosessen og tilhørende begreper, teorier og prosesser.
- Gjøre rede for ulike verktøy som kan brukes for å løse markedsutfordringene i bedrifter.
- Kjenne til utfordringer tilknyttet bedriftens samfunnsansvar innen markedsføring

Ferdigheter (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Vurdere tiltak for å gjøre produkter og tjenester tilgjengelige i markedene.

- Fatte strategiske beslutninger i bedrifter om valg av markeder, produkter og tjenester.
- Utarbeide markedsplaner basert på analyser av utfordringer og muligheter virksomheter står overfor
- Evaluere bedrifters faktiske markedsaktiviteter opp mot gjeldende teori

Generell kompetanse (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Forstå hvordan virksomhetens markedsaktiviteter påvirker virksomhetens totale drift

## Undervisnings- og læringsmetode

Forelesninger, individuelt og/eller gruppearbeid med arbeidskrav, selvstudium

## 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)

Årsstudium 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

Fire timers individuell skriftlig eksamen med tilsyn.

## Overlapp

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

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Høgskolelektor Marit Elvsås

## Emneier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon



# ØKA1017/1 Organisasjonsfag

Kode: ØKA1017/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Studentene skal gis kunnskaper om sentrale organisasjonsmessige fenomener. Det overordnede målet er at studentene skal kunne anvende denne kunnskapen for å forstå det som skjer i organisasjoner.

## Læringsutbytte

Kunnskaper (etter fullført emne skal studenten kunne):

- Beskrive grunnleggende organisasjonsprosesser som målsettings-, beslutnings-, kommunikasjons- og informasjonsprosesser.
- Gjengi forskjellen mellom formell og uformell organisasjonsstruktur
- Forstå hvilken rolle organisasjonskultur, makt og konflikter i organisasjoner har.
- Beskrive sentrale motivasjons- og belønningsteorier.
- Gjøre rede for ulike teorier om læring og endring på individnivå og organisasjonsnivå
- Beskrive ulike teorier om ledelse.
- Gjøre rede for sammenhengen mellom organisasjonen og dens interesser og omgivelser

Ferdigheter (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Anvende ulike teoretiske tilnærminger og perspektiver for å forstå organisasjoners virkemåter.
- Skissere løsninger på typiske organisatoriske problemer og dilemmaer beskrevet i enkle case.
- Diskutere organisasjonstemaer både skriftlig og muntlig på en systematisk måte.

Generell kompetanse (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Vurdere på selvstendig faglig grunnlag foreslåtte løsninger, prioriteringer og valg av organisasjonsmessige sammenhenger.

## Undervisnings- og læringsmetode

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

## Emne er obligatorisk for

BØA/ÅØA

## Arbeidskrav

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

## Eksamensform

Fire timers individuell skriftlig eksamen under tilsyn.

## Erstatter

Organisasjonsfag, 10 sp

## Overlapp

Emnet ØKA1017/1 Organisasjonsfag overlapper med emnet ØKA1009/1 Organisasjonsfag (10 sp.) med 75%

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

BØA

## Emneier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

# MLT1003/ 1 Regnskap og budsjettering

Kode: MLT1003/ 1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Temamessig er emnet delt inn i fire deler; regnskapsforståelse, tolking av regnskap, budsjettering og kalkulasjon.

Emnet skal gi studentene en forståelse av finansregnskapets grunnleggende regnskapsprinsipper, oppbygging og rammebetingelser. Å lese et regnskap og forstå sentrale regnskapsanalytiske forholdstall vil ha et særlig fokus. Å kunne sette opp budsjetter med utgangspunkt i regnskap og annen informasjon er sentralt. Resultat-, og likviditetsbudsjettering med underliggende budsjetter vil bli behandlet.

Undervisningsopplegg med eksempler og oppgaver vil gjennomgående være skreddersydd/tilpasset tjenesteytende sektor og reiselivs- og opplevelsesnæringen spesielt.

## Læringsutbytte

Kunnskaper:

- Forstå regnskapets innhold, oppgaver og oppbygging.
- Gjøre rede for viktige grunnleggende regnskapsprinsipper og rammer.
- Forklare sentrale inndelinger av bedriftens kostnader
- Gjøre rede for ulike kalkylemetoder som kan brukes i prissetting av produktene

Ferdigheter:

- Avslutte et regnskap og stille opp en enkel resultat-, og balanseoppstilling.
- Analysere en bedrifts likviditet, lønnsomhet, finansiering og soliditet.

- Drøfte og vurdere tiltak med utgangspunkt i en regnskapsanalyse bygd på nøkkeltall
- Utarbeide et resultatbudsjett.
- Utarbeide et likviditetsbudsjett
- Gjennomføre produktkalkulasjon med anerkjente kalkylemetoder.

Generell kompetanse:

Forstå hvordan regnskapet kan brukes som informasjonskilde, men også dets begrensninger og svakheter.

## Undervisnings- og læringsmetode

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

## Forkunnskapskrav

Ingen

## Emne er obligatorisk for

Bachelor i reiselivsutvikling og Bachelor i markedsføring og ledelse av turismeopplevelser

## Arbeidskrav

Et arbeidskrav

## Eksamensform

4 Timers skoleeksamen

## Tillatte hjelpemidler

Kalkulator uten innebygd minnekapasitet. Formelsamling

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Christian Krogh

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# OLA1004/1 Prosjektledelse

Kode: OLA1004/1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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

## **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**

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

## **Karaktersystem**

Karakter A-F

## **Lengde**

Hele semesteret

## **Heltid/ deltid**

Heltid

## **Emneansvarlig**

Torgeir Skyttermoen

## **Emneeier**

BA Organisasjon og ledelse



# ØKA1021/1 Strategy

Kode: ØKA1021/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Language of instruction - English

## Emnebeskrivelse

The course will cover central issues and theories, among which will be:

- Strategic planning, analysis and management.
- Strategic thought and historic development of the field.
- Industry analysis.
- Analysis of resources and capabilities.
- Integration of insight and findings from fields of accounting and finance, as well as economics.
- Corporate social responsibility

## Læringsutbytte

Learning outcomes:

Knowledge (upon completion of the course, the student shall):

- Describe the strategic planning process
- Explain fundamental theories, models and analytical tools used in strategic analysis
- Outline the main strategic choices and the generic strategies
- Understand the various questions related to corporate social responsibilities (CSR).
- Be familiar with current trends and newer research in the field.

Skills (upon completion of the course the student shall be able to):

- Participate in rudimentary strategic analysis of a corporation, including evaluate strategic alternatives and give recommendations.
- Utilize academically relevant information from a variety of sources to explain the firms' competitive condition and the competitive environment of the industry.
- Gain sufficient insight in problems related to ethics, environment and corporate social responsibility to be able to discuss CSR.
- Appraise the strategy process and evaluate results beyond traditional economic measures.

General competence (upon completion of the course the student shall be able to):

- Be aware of the connection between strategy and other business topics.
- Be able to acquire knowledge in English.

## Undervisnings- og læringsmetode

Lectures, individual and group work with mandatory hand-ins and presentations, independent study.

## Forkunnskapskrav

**Recommended prerequisites:**

Marketing, organizational science, and methods

## Emne er obligatorisk for

BØA

## Emne er valgbart for

Bachelor i Økonomi og Administrasjon (Obligatorisk)

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 (Juss?)

## Arbeidskrav

Mandatory hand-ins that must be passed in order to be allowed to take the exam. Specific form, number and other details will be announced during course start-up.

## Eksamensform

Four hours written exam under attendance.

**NB:** Kull 2015 vil som en overgangsordning ha mulighet til å svare på både norsk og engelsk på eksamen på emnet.

## Erstatter

Foretaksstrategi 10 studiepoeng

## Karaktersystem

Grades A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Assistant professor Marit Elvsås

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

# ØKA1016/1 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Kode: ØKA1016/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Dette emnet gir en første introduksjon av begrep, teorier, resonnementer og modeller i bedriftsøkonomi. 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. Ambisjonen med emnet er altså å gi en teoretisk og anvendbar innsikt i bedriftens kortsiktige beslutninger - hvordan utnytte bedriftens kapasitet på en lønnsom måte. Noen aktuelle problemstillinger;

- Bedriftens markedstilpasning - om pris og etterspørsel
- Kalkulasjon og prising
- Produktvalg og produktprioritering
- Lønnsomhetsanalyser og lønnsomhets- og risikovurderinger

## Læringsutbytte

Kunnskaper (etter fullført emne skal studenten kunne):

- Ha basiskunnskap om økonomistyring og strukturen i en virksomhets økonomistyringssystem; Hovedvekt på kortsiktige beslutninger og på rapportering og oppfølging
- Kjenne og forstå de sentrale begrepene inntekt, kostnad og resultat

- Ha innsikt i kostnadsteorien med spesiell vekt på kostnadsvariabilitet
- Beherske grunnleggende markedsteori som bakgrunn for å forstå hvordan prissetting av varer og tjenester bør ta hensyn til både kostnads- og markedsforhold

Ferdigheter (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Anvende bidragsmodellen i kortsiktige lønnsomhetsanalyser, beslutninger og risikovurderinger i en bedrift
- Utarbeide kostnadskalkyler etter både bidrags- og selvkostmodell
- Identifisere beslutningsrelevante kostnader
- Tolke informasjon fra en virksomhets driftsregnskap
- Se sammenhengene mellom en virksomhets kostnadsstruktur og risikoen som virksomheten er utsatt for
- Utarbeide beslutningsgrunnlag for kortsiktige beslutninger med vekt på lønnsomhets- og risikovurderinger

Generell kompetanse (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Bidra i et foretaks økonomistyring med modellbasert innsikt knyttet til kortsiktige driftsbeslutninger, kalkulasjon og driftsregnskap

## Undervisnings- og læringsmetode

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

## 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 "valgemnepakke")

Åpent (individuelle valg utenom "valgemnepakker")

## Arbeidskrav

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

## 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.

## Overlapp

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

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Amanuensis Eirik Holm

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

# OLA1010/ 1 Innføring i innovasjon og entreprenørskap

Kode: OLA1010/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Innovasjonsevne anses i dag for å være en av de sentrale forutsetningene for konkurransevne, økonomisk vekst og velferd. Emnet dreier seg om viktige aspekter ved denne samfunnsmessige utfordringen.

Emnet gir en bred innføring i innovasjonsfaget. Det legges vekt på å gi studentene forståelse av begrepet innovasjon og en innføring fagfeltets utvikling i ulike teoretiske retninger. I tillegg inkluderer emnet kunnskap om den praktiske anvendelsen av innovasjon i ulike samfunnssektorer. Faget fokuserer på innovasjon i organisasjoner, relatert til endrings- og utviklingsprosesser. Prosessen fra ideutvikling og kreativitet til implementering står sentralt. Emnet vektlegger innovasjon som interaksjonsprosess avhengig av interne og eksterne aktører.

Emnet gir i tillegg en innføring i entreprenørskap, entreprenørskapets karakteristiske trekk og hvilke utfordringer og muligheter som møter entreprenøren. Her behandles entreprenøren som starter egen virksomhet, men også nyere forståelser som sosialt entreprenørskap.

## Læringsutbytte

**Kunnskap** (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Kunne bruke sentrale begreper og teorier om innovasjon og entreprenørskap og kunne skille mellom begrepene og de teoretiske perspektivene.
- Forstå innovasjonsprosesser og hvordan ideer kan utvikles i organisasjoner.

- Forstå entreprenørrollen, deres rolle i samfunnet og prosessen fra ide til etablering.

**Ferdigheter** (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Kunne analysere relevante faglige og praktiske problemer knyttet til innovasjon og entreprenørskap

**Generell kompetanse** (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Kunne anvende sine kunnskaper til å identifisere muligheter for innovasjon

## Undervisnings- og læringsmetode

Forelesninger, seminarer og workshops der det arbeides med konkrete eksempler

NB: Førstegangs gjennomføring av emnet skjer høsten 2015 og da kun for Bachelor i organisasjon og ledelse

## Forkunnskapskrav

Ingen

## Emne er obligatorisk for

Bachelorutdanningene i hhv. Økonomi og administrasjon, Organisasjon og ledelse, Sports Management, Reiselivsutvikling og Markedsføring og ledelse av turismeopplevelser. NB: Førstegangs gjennomføring av emnet skjer høsten 2015 og da kun for Bachelor i organisasjon og ledelse.

## Arbeidskrav

Normalt gis det 2-3 arbeidskrav. Antall arbeidskrav spesifiseres ved undervisningsstart. Studentene må ha godkjent alle arbeidskravene før de kan gå opp til eksamen.

## Eksamensform

Skriftlig skoleeksamen, 4 timer



## Tillatte hjelpemidler

Ingen

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Marit Engen

## Emneeier

# MLT2004/01 Digital markedsføring

Kode: MLT2004/01

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Målet med emnet er å gi innsikt i hvilke muligheter ulike kanaler gir for en bedrift til å drive informasjon og kommunikasjon med eksisterende og nye kunder. Et særlig fokus vil være hvordan forbrukerne bruker de ulike kanalene. Dette gjelder:

1. bedriftens egne kanaler som hjemmeside og facebook,
2. betalte kanaler og
3. andre kanaler som forbrukere bestemmer innholdet på som trip advisor og ulike sosiale medier.

Det blir gitt kunnskap om kanalenes egenart og hvordan de fungerer og hvilke kundegrupper som bruker de ulike sosiale mediene. Et annet hovedfokus er å gi innsikt i bruken av mobile tjenester både til formidling og dialog. Digital formidling ved hjelp av film og bilder i markedsføringen av opplevelser og arrangementer er sentralt. I denne sammenhengen vil storytelling bli knyttet til det visuelle.

I emnet vektlegges hvordan en virksomhet skal kunne koble de sosiale verktøyene opp mot sin strategiske plan og markedsplan og hvordan man kan skape et samspill mellom tradisjonelle medier og sosiale medier og skreddersy i sin budskapsformidling.

## Læringsutbytte

Kunnskaper:

- Gjøre rede for til hvordan ulike kanaler og sosiale medier fungerer.
- Forklare hvilke muligheter internett og sosiale medier gir en virksomhet til å drive informasjon og kommunikasjon med forbrukerne.

- Gjøre rede for hvordan informasjon, bilder kan brukes utformes på bedriftens hjemmeside og andre medier.
- Forstå hvordan mobile tjenester kan brukes både til formidling og dialog. Gjelder bruk av film og bilder sammen med storytelling.

Ferdigheter:

- Kunne drifte og oppdatere bedriftens egne kanaler som hjemmeside og andre.
- Vurdere sosiale medier og andre brukte kanaler i bedriftens strategi og markedsplaner.
- Planlegge, iverksette og evaluere digitale markedskommunikasjonstiltak.

Generell kompetanse

- Vurdere etiske dilemmaer knyttet til markedskommunikasjonen.

## Undervisnings- og læringsmetode

Forelesninger, gruppearbeid, lab øvelser, oppgaveløsning, prosjektarbeid, veiledning

## Forkunnskapskrav

Innføring i reiseliv, Attraksjons- og opplevelsesutvikling og Markedsføring

## Arbeidskrav

Et arbeidskrav som omfatter skriftlig innlevering og muntlig fremføring med medstudentevaluering.

## Eksamensform

3 dagers individuell hjemmeeksamen.

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Christian Krogh

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# Valgfritt emne

**Kode:**

**Studiepoeng: 15/30**

**Undervisningsspråk**

## 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.

## Karaktersystem

**Heltid/ deltid**

**Emneeier**

# RLT1004/ 1 Samfunnsvitenskapelig metode

Kode: RLT1004/ 1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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. Emnet skal legge grunnlaget for senere å kunne skrive en eventuell prosjekt- eller bacheloroppgave.

## Læringsutbytte

Kunnskaper:

- Kan reflektere rundt forskning og vitenskapelig metode, forskningsetikk og redelighet
- Har innsikt i ulike forskningsdesign som kvalitative kontra kvantitative forskningsopplegg, og aktuelle kombinasjoner av disse
- Kan anvende forsknings- og utviklingsarbeid innenfor samfunnsvitenskapelig metode

Ferdigheter:

- Kan anvende ulike kvalitative og kvantitative analyse- og datainnsamlingsmetoder
- Kan bruke relevant dataverktøy (kvantitativ analyse)
- Kan utforme og skrive rapporter som omhandler problemstillinger og som

tilfredsstillende anerkjente akademiske standarder

Generell kompetanse:

- Kan arbeide selvstendig med kvalitative og kvantitative forskningsmetoder
- Kan anvende kunnskap om samfunnsvitenskapelig metode som grunnlag for å skrive en prosjekt- og/eller bacheloroppgave.

## 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.

## Forkunnskapskrav

Ingen

## Emne er obligatorisk for

Reiselivsstudiene

## Arbeidskrav

For å få godkjent kursdeltakelse og for å få adgang til eksamen, må studentene (gruppevis) få godkjent 2 obligatoriske arbeidskrav i kvalitativ og kvantitativ metode.

## Eksamensform

3 timers skriftlig individuell eksamen.

## Tillatte hjelpemidler

Alle kalkulatorer er lovlige å benytte på eksamen.

## Erstatter

Tidligere emne Samfunnsvitenskapelig metode 10 sp

## Overlapp

100 % overlapp til ØKA1023 Samfunnsvitenskapelig metode.

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Monica A. Breiby

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon



# MLT2001/ 1 Event management

**Kode:** MLT2001/1

**Studiepoeng:** 15

## Undervisningsspråk

Language of instruction - English

## Emnebeskrivelse

### Content:

Event Management is theoretically anchored in many professional fields, such as law, accounting, marketing, and personnel managing just to name a few. The course aims to provide students with skills to contribute, develop, and manage the execution of an event. While the course surveys events on a broad scale, it pays particular attention to local and major events.

The course gives students an extensive understanding of:

- Arrangements' position locally and regionally with an emphasis on tourism in specific areas
- Negotiations and legal agreements, including the formalisation of rider contracts as well as various responsibilities associated with such events
- Financial management. Budgeting (liquidity), financing (including sponsorship), risk assessment
- How to develop the experience element for an event
- Marketing. Who should the event target (target groups)? Profiling and sales are also pertinent topics
- Event planning and structural organisation. Volunteer issues and continuity are key concepts in this sequence

## Læringsutbytte

Expected learning outcomes:

## Knowledge

Students should:

- become familiar with a variety of events and their characteristics
- gain an understanding of how to develop,
- to plan, and
- to execute different events.

## Abilities

- To be able to develop a business model for an event. In doing so, they should be able to execute customer surveys, budgeting and risk analysis.
- to provide students with the practical skills to develop and execute events
- to recognise the factors that contribute to a successful event (see coursework).

## Competences in general

After finished the course the students should be able to give significant contribution in developing and performing events of different kinds

# Undervisnings- og læringsmetode

Teaching methods:

Lectures, as well as guest speakers representing different types of events, from music festivals (Øya Festival) to literature- and culture festivals (Peer Gynt Festival), etc. The coursework helps students work on different sized projects tied to the various festivals and events.

## Forkunnskapskrav

### Background requirements

ØKA1013 Markedsføring (Marketing)

### Recommended requirements:

ØKA1016 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

## Arbeidskrav

Coursework requirements:

Students will work on issues/topic areas related to an actual event/festival.

75% mandatory in lectures, seminars and event visits.

## Eksamensform

Form of assessment:

One week home exam , individual

## Karaktersystem

Grades A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Hans Holmengen

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# MLT2002/ 1 Entreprenørskap og bedriftsutvikling

Kode: MLT2002/ 1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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.

## **Forkunnskapskrav**

ØKA1013 Markedsføring og MLT1003 Regnskap og budsjettering.

## **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**

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

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Hans Holmengen

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# MLT2006/ 1 Økonomiske effekter av arrangementer

Kode: MLT2006/ 1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Emnet vil gi oversikt og innsikt i ulike økonomiske virkninger for en region som følge av et arrangement eller av reiseliv allment. Økonomiske ringvirkninger vil ha et spesielt fokus. Metodene som kan anvendes for å måle de ulike inntektsvirkningene blir grundig behandlet. Studenten vil også gis en dypere forståelse av de metodeproblemer som man møter i slike undersøkelser. Emnet har en praktisk-teoretisk innretning der konkrete forskningsarbeider brukes. Opplegg og metode fra tidligere undersøkelser av lokaløkonomiske effekter både for kultur- og idrettsarrangementer blir kritisk vurdert og drøftet.

## Læringsutbytte

- Gjøre rede for ulike inntektsvirkninger for en region av et arrangement.
- Gjøre rede for ulike målemetoder og forstå hver metodes muligheter og begrensninger.
- Forklare hvordan økonomiske verdier kan skapes i en region gjennom produksjon/arrangement og hvordan verdiskapningen kan anvendes.
- Forklare eksportbasemodellen.
  
- Anvende faglig kunnskap og resultater om økonomiske effekter av arrangementer
- Vurdere og drøfte forskningsarbeider med utgangspunkt i forutsetninger som er tatt, undersøkelsesopplegg, måleinstrumenter, utvalg og metodevalg.
- Beregne inntektsvirkninger og økonomiske ringvirkninger.

- Kan formidle sentralt fagstoff som modeller og målemetoder.
- Kan vurdere kritisk opplegg og resultater fra lokaløkonomiske studier.

## Forkunnskapskrav

Kommer...

## Emne er valgbart for

Bachelor i reiselivsutvikling

## Arbeidskrav

Presentasjon i plenum av opplegg og metode av en studie som har kartlagt lokaløkonomiske effekter av et arrangement. Studentene skriver sammen to og to blir tildelt et arrangement,

## Eksamensform

Individuell 3 dagers hjemmeksamen

## Tillatte hjelpemidler

Alle

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Terje Onshus

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv



# MLT2005/ 1 Bacheloroppgave

Kode: MLT2005/ 1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Studentene skal individuelt eller parvis skrive en bacheloroppgave over et faglig relevant tema. Oppgaven skal bygge på studentenes samlede læringsprosesser knyttet til teori og eventuelt erfaring med praksisfeltet. De skal i oppgaven vise at de har evne til å belyse yrkesrelaterte problemstillinger og anvende viten fra studiets kunnskapsområde. Oppgavene kan både være rent akademiske eller mer praktiskorienterte

Emnet har fokus på sentrale problemstillinger og faglige perspektiver knyttet til utvikling og ledelse av konkurransedyktige turistdestinasjoner. Primært vektlegges organisasjons- og ledelsesutfordringer knyttet til en markedsorientert og bærekraftig destinasjonsutvikling hvor både private og offentlige aktører deltar.

## Læringsutbytte

Kunnskaper:

- Forstå hva det innebærer å skrive en akademisk oppgave.
- Utvikle og opparbeide fordypningskompetanse innenfor selvvalgt tema

Ferdigheter:

- Utarbeide en akademisk og faglig problemstilling innenfor selvvalgt tema.
- Kunne utarbeide en projektskisse

- Kan velge og anvende relevant teori
- Anvende hensiktsmessig metode i forhold til problemstilling

Generell kompetanse:

- Formidle sitt faglige bidrag i skriftlig form gjennom de formkrav som stilles til en vitenskapelig publikasjon
- Utvikle selvstendig tenkning og problemløsning på et faglig og metodisk grunnlag.
- Beherske en strukturert og analytisk skriftlig framstilling av et faglig emne eller en problemstilling, samt at de har evnen til kritisk refleksjon.
- Planlegge og gjennomføre et prosjekt som strekker seg over tid i samsvar med avtale med veileder og i tråd med etiske retningslinjer for akademisk skriving.

## Undervisnings- og læringsmetode

Det vil i begynnelsen av arbeidet bli gitt et seminar om bacheloroppgaveskriving. Underveis vil det bli gitt tilbud om individuell veiledning innfor nærmere angitte rammer.

## Forkunnskapskrav

ØKA1013 Markedsføring, RLT1005 Innføring i reiseliv, RLT1002 Attraksjons- og opplevelsesutvikling og MLT2004 Digital markedsføring.

## Emne er obligatorisk for

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

## Arbeidskrav

Innlevering av en skriftlig projektskisse. Godkjent projektskisse er en forutsetning for tildeling av veileder og skriving av bacheloroppgaven.

## Eksamensform

Skriftlig innlevering individuelt eller parvis. Oppgaven skal forsvares muntlig og individuelt.

## Erstatter

MLT2003/RLL2004 22,5 sp

## Overlapp

100 % med MLT2003/RLL2004

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

# ØKA1012/1 Finansregnskap 1

Kode: ØKA1012/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Emnet skal gi en grunnleggende innsikt i finansregnskapets oppbygging og rammebetingelser. Videre skal det gi grunnlag for å registrere transaksjoner, avslutte enkle regnskap, 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 regnskapsskikk
- Avslutning av regnskapet
- Presentasjon av resultat og balanse
- Kontantstrømrapport
- Enkel nøkkeltallsanalyse

## Læringsutbytte

Kunnskaper (etter fullført emne skal studenten kunne):

- Gjøre rede for formålet med finansregnskapet og krav som stilles til det
- Skille mellom begrepene utgift - kostnad - utbetaling og inntekt - innbetaling som

- grunnlag for korrekt regnskapsmessig behandling
- Klassifisere regnskapsposter i tråd med standard kontoplan
- Begrunne verdivurderinger av vanlig forekommende omløps- og anleggsmidler

Ferdigheter (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Registrere vanlig forekommende transaksjoner i et regnskap
- Foreta periodiseringer og verdivurderinger av vanlig forekommende omløps- og anleggsmidler som ledd i utarbeiding av årsregnskap
- Utarbeide resultatregnskap for en periode og balanseoppstilling ved periodeslutt med utgangspunkt i transaksjonssammendrag / saldobalanse
- Utarbeide kontantstrømoppstilling etter direkte metode
- Vurdere en bedrifts lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet ut fra nøkkeltall fra finansregnskapet

Generell kompetanse (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Medvirke i løpende regnskapsregistrering samt utarbeiding av årsregnskap i tråd med god regnskapsskikk, standarder og lovgivning
- Samarbeide med ekstern revisor i.f.m. regnskapsavleggelse

## Undervisnings- og læringsmetode

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

## Forkunnskapskrav

Gjennomført emnet ØKA1016 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse eller tilsvarende.

## Emne er obligatorisk for

BØA

## Emne er valgbart for

Bachelor i Organisasjons- og ledelsesfag (inngår i "valgemnepakke")  
Åpent (individuelle valg utenom "valgemnepakker")

## Arbeidskrav

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

## 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.

## Erstatter

ØKA1004 Finansregnskap med analyse, 10 sp

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Førstelektor Erik Vea

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

# ØKA1024/1 Brand Management

Kode: ØKA1024/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Engelsk

## Emnebeskrivelse

The students will become familiar with central issues, theories and models within brand management.

- Brand building, including measuring brand value and analysis of brand positioning.
- Composition of brand loyalty and how consumers perceive brands, and use brand knowledge in the decision process
- Brand associations, brand identity and establishing brand resonance.

## Læringsutbytte

Knowledge (upon completion of the course, the student shall):

- Describe central theories for developing and managing brands
- Explain the function of brands for companies and consumers
- Be familiar with various methods for measuring brand value
- Be familiar with current trends and newer research in the field.

Skills (upon completion of the course the student shall be able to):

- Collect necessary information to perform a structured analysis of a brand («brand audit») using correct theories and terminology.
- Evaluate firms strategic brand decisions, use of brand elements, brand associations and positioning.
- Recommend feasible growth strategies, inclusive strategies for brand expansion.
- Present scholarly insight using English, written and orally

General competence (upon completion of the course the student shall be able to):

- View brand management in context with other strategic and tactical business decisions.

## Undervisnings- og læringsmetode

Lectures, individual and group work with mandatory hand-ins and presentations, independent study.

## 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

Mandatory hand-ins that must be passed in order to be allowed to take the exam. Specific form, number and other details will be announced during course start-up.

## Eksamensform

Written group project/exam– Counts 70% of final grade

Three hours written exam under attendance - Counts 30% of final grade

The student must receive at least a passing grade in each exam in order to receive a grade for the course.

## 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)



## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Marit Elvsås

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon

# OLA1008/1 Etikk og samfunnsansvar

Kode: OLA1008/1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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.

## **Emne er obligatorisk for**

Bachelor i økonomi og administrasjon, Bachelor i Sport Management

## **Emne er valgbart for**

Bachelor i organisasjon og ledelse

## **Arbeidskrav**

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

## **Eksamensform**

Skoleeksamen, 4-timer

## **Karaktersystem**

Karakter A-F

## **Lengde**

1 semester

## **Heltid/ deltid**

Heltid

## **Emneansvarlig**

Erlend Aas Gulbrandsen

## **Emneeier**

BA Organisasjon og ledelse

# ØKA2004/ 1 Økonomi og organisasjon

Kode: ØKA2004/ 1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Norsk

## Emnebeskrivelse

Emnet retter fokus mot styring og kontroll i virksomheter med utgangspunkt i en «Management Control» tilnærming. Tilnærmingen er tverrfaglig ved at den bygger på teori fra både økonomiske styringsfag og atferdsfag. Emnet kan sees på som et integrasjonsemne for siste studieår. Temaer som inngår er:

- Ulike mekanismer for styring og kontroll i virksomheter: Resultatstyring, handlingsstyring, styring av personell og kultur
- Utforming av styrings- og kontrollsystemer: Stram eller løs styring, kontrollkostnader
- Resultatstyring med vekt på økonomisk ansvar, formelle planleggingssystemer og motivasjonskontrakter
- Prestasjonsmåling
- Styrings- og kontrollsystemer som en «pakke» av virkemidler
- Virksomhetsstyring, etikk og samfunnsansvar
- Virksomhetsstyring, strategi og omgivelser

## Læringsutbytte

Kunnskaper (etter fullført emne skal studenten kunne):

- Beskrive hovedtrekk ved resultatorientert, handlingsorientert og kulturorientert styring og kontroll i virksomheter
- Forklare under hvilke vilkår henholdsvis resultatorientert, handlingsorientert og kulturorientert styring og kontroll anses å være særlig godt egnet i styring og kontroll av virksomheter

- Gjøre rede for sentrale avveininger ved utforming av økonomiske resultatstyringsmekanismer som desentralisering av økonomisk ansvar, budsjetter, samt insentiver og prestasjonsmåling
- Vise hvordan trekk ved og endringer i en virksomhets omgivelser kan ha betydning for utforming av dens styrings- og kontrollsystemer

Ferdigheter (etter fullført emne skal studenten være i stand til å):

- Drøfte egenskaper ved virkemidler i styring og kontroll av virksomheter på en systematisk måte
- Eksempplifisere tilsiktete og utilsiktete virkninger av ulik utforming av virkemidler i styring og kontroll av en virksomhet
- Formulere forslag til utforming av styrings- og kontrollsystemer i virksomheter basert på enkle case-beskrivelser

Generell kompetanse (etter fullført emne skal studenten ha grunnlag for å):

- Vurdere styrings- og kontrollsystemer i virksomheter ut fra en tverrfaglig forståelse av samspillet mellom økonomiske og atferdsmessige faktorer
- Tolke egen rolle i en virksomhet i forhold til det handlingsrommet og de begrensningene som følger av virksomhetens styrings- og kontrollsystem

## Undervisnings- og læringsmetode

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

## Forkunnskapskrav

Forkunnskaper tilsvarende:

Organisasjonsfag

Økonomistyring

Finansregnskap 1

Foretaksstrategi

I tillegg er det en fordel med forkunnskaper på nivå med Mikroøkonomi

## Emne er obligatorisk for

BØA, profilen øk adm fag

## Emne er valgbart for

Bachelor Økonomi og Administrasjon

Bachelor Reiseliv

Bachelor Organisasjon og Ledelse

## Arbeidskrav

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

## 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.

## Erstatter

Strategisk økonomistyring som del av 15 sp kurset Økonomisk styring

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

Ett semester

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Førstelektor Erik Vea

## Emneeier

ÅR/BA Økonomi og administrasjon



# RLL1003/ 1 Nature-based tourism and ecotourism

Kode: RLL1003/ 1

Studiepoeng: 7,5

## Undervisningsspråk

Engelsk

## 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.

## **Forkunnskapskrav**

Minimum knowledge in tourism.

## **Arbeidskrav**

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

## **Eksamensform**

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

## **Erstatter**

Nature-based tourism and ecotourism, 15 sp.

## **Karaktersystem**

Grades A-F

## **Lengde**

One semester

## **Heltid/ deltid**

## **Emneansvarlig**

Kjell Overvåg

## **Emneier**

# 2RL30/1 Snow business

Kode: 2RL30/1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Engelsk

## 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.

### **Forkunnskapskrav**

Generell studiekompetanse eller godkjent realkompetanse

### **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**

4 hours written exam

### **Karaktersystem**

Karakter A-F

## Heltid/ deltid

Heltid

## Emneansvarlig

Christian Krogh

## Emneeier

ÅR/BA Reiseliv

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

Kode: BÆR1001/1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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.

## Forkunnskapskrav

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

## Emne er valgbart for

Enkelte bachelorstudier ved HiL

## 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

## Lengde

Et semester

## Heltid/ deltid

Deltid

## Emneansvarlig

Trond Gansmo Jakobsen

## Emneier



# FIL1001/ 1 Etikk og moralske problemer

Kode: FIL1001/1

Studiepoeng: 15

## Undervisningsspråk

Norsk

## 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 problemer 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.

## Arbeidskrav

Det kreves innlevering av tre individuelle skriftlige arbeidskrav for godkjenning. De individuelle arbeidskravene utvikler studentens dybdekunnskap om utvalgte temaer fra emnet og studentens analytiske og kritiske evner innen etisk refleksjon.

De to første individuelle skriftlige arbeidskravene skal hver ha en lengde på ca. 400 ord.

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

## 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.

## Tillatte hjelpemidler

Alle

## Karaktersystem

Karakter A-F

## Lengde

1 semester

## Heltid/ deltid

Deltid

## **Emneansvarlig**

Anstein Gregersen

## **Emneier**