

Studieplan 2019/2020

Bachelor i serviceledelse og markedsføring

Studiepoeng: 180

Studiets nivå og organisering

Studiet er en grunnutdanning som består av 180 studiepoeng og er normert til tre års heltids studium.

Studier er basert på ukentlig undervisning på Campus Rena.

Forventet arbeidsinnsats for et heltidsstudium er 1500-1800 timer per år.

Bakgrunn for studiet

Tjenesteyting er utgangspunktet for all økonomisk aktivitet og er nødvendig for at økonomien og samfunnet skal fungere godt. Tjenesteytende sektor utgjør i dag over 80% av antall arbeidsplasser i Norge og hoveddelen av økonomien. Tjenesteytende virksomheter – for eksempel detaljhandelen, finanssektoren, opplevelsessektoren, hotell- og restaurantnæringen og offentlig sektor – skiller seg fra produksjonsorienterte virksomheter på mange viktige punkter. Det er derfor viktig å erkjenne at tjenester er ikke perifere aktiviteter, men snarere en viktig og integrert del av samfunnet. Tjenester er den sentrale funksjon i velferdssamfunnet og muliggjør en bærekraftig økonomi. I tillegg vil ikke bare tjenester lette, men også gjøre det mulig for vareproduserende virksomhet å utvikle seg videre.

Praksisen og forståelsen av tjenesteytende sektor er i rask utvikling, og vi ser også at tjenesteytende virksomheter i stadig større grad opererer på det globale markedet. Ledere i servicenæringen rapporterer at produksjonsbaserte modeller ikke alltid er like nyttige og relevante. Grunntanken i dette studiet er at tjenesteytende virksomheter skiller seg fra produksjonsbedrifter på mange viktige punkter, og at de krever en egen

tilnærming, planlegging og implementering av strategier. Vi mener derfor det er viktig å forstå denne sektoren på deres egne forutsetninger, samt å utforme mål og -strategier deretter.

Service kan forstås som kompetanse gjort om til handlinger til fordel for de involverte parter. Dette innebærer kunden alltid er en aktiv del av tjenesteprosessen. Dette vises tydelig når vi ser på tjenester som, transport, utdanning, helse, juridisk rådgivning, hårklipp og et mylder av andre tilbud som tilbys i markedet.

Dette studiet utvikler en forståelse for hvordan markedslogikken og markedsføring av tjenester fungerer, og omhandler servicerelaterte problemstillinger som utforming av tjeneste- og opplevelsesprosesser, relasjoner til kunder og andre aktører, samt ledelse og utvikling av kundeforhold. Målet er å øke virksomhetens evne til innovasjon og implementere markedsstrategier i tjenesteytende omgivelser.

Grunnlaget for studiet har vært utviklet gjennom et samarbeid med *Virke* (tidligere Handelens- og Servicenæringens Hovedorganisasjon) som er hovedorganisasjonen for handel og tjenester i Norge. *Virke* organiserer virksomheter innen varehandel, kunnskap, teknologi, reiseliv, service, helse, utdanning, kultur og frivillighet.

Læringsutbytte

Kandidaten skal ved gjennomført studium vise kunnskap og forståelse som kreves for kvalifisert og selvstendig arbeid innen service, markedsføring og ledelsesområdet. For å oppnå dette skal kandidaten ha utviklet en helhetlig tilnærming i nevnte fagområder. Kandidaten skal ha opparbeidet kompetanse innen fagområdet til ytterligere spesialisering og til å kunne håndtere egen læring.

En kandidat med fullført kvalifikasjon skal ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Kandidaten

- har kunnskap om fagområdets vitenskapelige grunnlag og innsikt i aktuell forskning og utvikling innenfor studieområdet
- har grunnleggende kunnskaper innen økonomi og metode og en dypere kunnskap innen service, markedsføring og ledelse
- har kunnskap om næringens markedslogikk, organisasjonens forretningsstrategier og økonomiske beregninger

Ferdigheter

Kandidaten

- kan innhente og kritisk tolke informasjon og kritisk diskutere innen fagområdets fenomener, problemer og situasjoner
- kan identifisere, formulere og løse problemstillinger innen fagområdet samt, med passende metoder, planlegge og utføre oppgaver innenfor gitte tidsrammer
- kan redegjøre for og diskutere nærings- og bedriftsspesifikke situasjoner muntlig og skriftlig i dialog med ulike grupper
- kan oppdage, tolke og bruke forskningsresultater innen fagområdet, samt forstår hvordan disse forholder seg til eksisterende teorier og praktisk erfaring
- kan yte god kundebehandling og veilede kunder og medarbeidere innen kundebehandling
- forstår hvordan virksomheten kan møte, tilrettelegge for og dekke kundens behov
- kan møte kunder, kollegaer og partnere med respekt og ivaretagelse
- kan arbeide selvstendig innenfor fagområdet

Generell kompetanse

Kandidaten

- kan foreta vurderinger med hensyn til relevante vitenskapelige og sosiale problemstillinger, herunder etiske aspekter
- viser forståelse for fagområdets vitenskapelige muligheter og begrensninger, samt fagets rolle i samfunnet
- har utviklet egen læring for raskt å kunne sette seg inn i og forstå nye problemer
- kan planlegge og gjennomføre varierte arbeidsoppgaver og prosjekter som strekker seg over tid, alene og som deltaker i gruppe, og i tråd med etiske krav og retningslinjer
- viser forståelse for betydningen av lederskap og dets praksis
- viser evne til å identifisere behov for ytterligere kunnskap og utvikle sine ferdigheter
- kan være selvstendig og ansvarsbevisst leder som viser evne og vilje til en reflektert holdning til medarbeidere og kunder, samt tjenesteytende næring i sin helhet
- kjenner til nytenkning og innovasjonsprosesser

Målgruppe

Studiet retter seg mot personer som ønsker å bidra til utviklingen av kundeorienterte organisasjoner innen handel, reiseliv, hotell, kultur og opplevelser og andre typer tjenesteyting. Målgruppen til Bachelor i serviceledelse og markedsføring kan deles i tre hovedgrupper:

- Søkere som har gjennomført 3-årig videregående skole og som ønsker en utdanning innen service relaterte fagområder
- Søkere som har fagbrev (y-veien) innen service og samferdsel. Målsettingen er å kunne gi et bidrag til livslang læring ved å etablere relevante overganger fra fagbrev til høyere utdanning
- Søkere med yrkeserfaring, som ønsker faglig påfylling og en utdanning innen fagområdet

Relevans for arbeidsliv og videre studier

Fullført studium gir vitnemål med tittelen "Bachelor i serviceledelse og markedsføring". Det overordnede mål med studiet er å utdanne gode medarbeidere og potensielle ledere til handels- og tjenestenæringen. Uteksaminerte kandidater vil være kvalifisert for ulike funksjoner i forskjellige type virksomheter. De vil være kvalifiserte som mellomledere. Studiet kvalifiserer spesielt for oppgaver innenfor servicemarkedsføring, forretningsutvikling og markedsorientert organisasjonsutvikling.

Studentene vil kunne være kvalifiserte for opptak på masterutdanninger i Norge og i utlandet innenfor fagområdene markedsføring og service.

Opptakskrav og rangering

Opptakskravet er generell studiekompetanse eller opptak på grunnlag av godkjent realkompetanse.

Y-veien

Fullført og bestått vitnemål samt fagbrev innen service og samferdsel med fordypning innen reiselivsfag, resepsjonsfag, salgsledelse eller kontor- og administrasjonsfag. Du må da søke direkte til høgskolens lokale opptak.

Arbeids- og undervisningsformer

Læringsformene vil veksle mellom forelesninger, praktiske øvelser individuelt og i grupper, prosjektarbeid, veiledning, plenumspresentasjoner, praksis og selvstudium.

Vurderingsformer

Det er lagt opp til at vurderingsformene som benyttes i studiet er varierte. Det benyttes: mappevurdering, skriftlige og muntlige eksamener, praktiske øvelser, prosjektarbeid samt bacheloroppgave. Studiet består av enkeltemner og de ulike vurderingsformene framgår av den enkelte emnebeskrivelse. Der ikke annet er oppgitt, benyttes graderte bokstavkarakterer, A-F, der E er laveste ståkarakter.

Internasjonalisering

Det legges opp til at studentene kan integrere et utenlandsopphold av ett semesters varighet i 4. semester. I tillegg benyttes engelsk pensum i flere emner. Utenlandsopphold skal være godkjent av høgskolen på forhånd og innarbeides i den enkeltes utdanningsplan.

Studiets oppbygging og innhold

Studiet er bygd opp slik det framgår av tabellen nedenfor.

I femte semester skal studenten velge mellom emnet Merkevarerledning og Ekstern praksis.

Det nettbaserte studiestøttesystemet Fronter brukes i benyttes i undervisningen.

Kull

2019

Emneoversikt

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
3MAR100 / SMAR100 / HMAR100	<u>Markedsføring</u>	7,5	O	7,5					
3ORG100 / SORG100 / RORG100 / HORG100 / KORG100	<u>Organisasjonsforståelse</u>	7,5	O	7,5					
3BED110 / SBED110 / RBED110	<u>Innføring i bedriftsøkonomi og regnskap</u>	7,5	O	7,5					
3SER100	<u>Kommunikasjon og kundebehandling</u>	7,5	O	7,5					
3SER200	<u>Serviceledelse og kvalitet</u>	7,5	O		7,5				
3JUS120 / SJUS120 / RJUS120	<u>Arbeidsrett</u>	7,5	O		7,5				
3MAR240	<u>Forbrukeratferd</u>	7,5	O		7,5				
3MET100 / RMET100	<u>Informasjonskompetanse og metode</u>	7,5	O		7,5				
3LED100	<u>Ledelse og lederrollen</u>	7,5	O			7,5			
3MET200 / SMET200 / RMET200	<u>Samfunnsvitenskapelig metode</u>	7,5	O			7,5			
3SER250	<u>Serviceloggikk</u>	7,5	O			7,5			
3LED300 / SLED300	<u>Strategi</u>	7,5	O			7,5			
3MAR120	<u>Markedskommunikasjon</u>	7,5	O				7,5		
3MAR200	<u>Salg og salgsledelse</u>	7,5	V				7,5		
3LED120 / SLED120 / RLED120 / KLED120	<u>Human Resource Management (HRM)</u>	7,5	V				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V				7,5		
3SER300	<u>Kunderelasjoner og relasjonsledelse</u>	7,5	O					7,5	
3BED300	<u>Innovasjon og entreprenørskap</u>	7,5	O					7,5	
3MET300	<u>Kvalitativ og kvantitativ analyse</u>	7,5	O					7,5	
3MAR300	<u>Merkevareledelse</u>	7,5	V					7,5	
3PRA300	<u>Ekstern praksis (Bachelor i serviceledelse og markedsføring)</u>	7,5	V					7,5	
3SER320	<u>Operasjonell serviceledelse og digitalisering</u>	7,5	O						7,5
3SER350	<u>Informasjonsøkonomi og digitale markeder</u>	7,5	O						7,5
3BA300 / 3BA302 / 3BA304	<u>Bacheloroppgave</u>	15	O						15
I 4. semester gis studenten anledning til å velge enten 3MAR200 Salg og salgsledelse eller 3LED120 Human Resource Management som obligatorisk emne. Minst ett av emnene må velges inn i planen. Det andre kan tas som valgemne.									
Sum:				30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

3MAR100 / SMAR 100 / HMAR100 Markedsføring

Emnekode: 3MAR100 / SMAR 100 / HMAR100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kan beskrive markedsføringens rolle og funksjon for å oppnå god verdiskaping
- kan gjøre rede for markedsføringsfagets utvikling, perspektiver og sentrale begreper
- kan forklare begrepene markeds-/kundeorientering og hvilken betydning disse har for virksomheter
- kan drøfte markedsplanleggingsprosessen og tilhørende begreper, teorier og

prosesser, med fokus på:

- hvordan de markedsmessige omgivelsene påvirker virksomheten
- hvordan virksomheten kan segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg
- målsetting, overordnet strategi, bruken av ressurser og konkurransevirkemidler
- kan diskutere hvordan verdi for kunden skapes og hvordan dette påvirker kundens/brukerens lojalitet og tillitt.

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende teori og modeller til å drøfte og analysere virksomhetens markedsføringsutfordringer
- kan planlegge, utarbeide og vurdere en analyse av virksomhetens makromiljø, konkurransesituasjon og kunder
- kan argumentere for valg av strategiske beslutninger og markedsaktiviteter basert på markedsanalysen
- kan vurdere etiske problemstillinger og samfunnsansvar i markedsanalyser

Generell kompetanse

- har kunnskap om forhold som påvirker etterspørsel etter virksomhetens tilbud og dermed virksomhetens inntekter

Innhold

- Markedsføringens begreper og perspektiver, nasjonalt og internasjonalt
- Markeds- og kundeorientering
- Kjøpsatferd på bedrifts- og forbrukermarked
- Strategi og markedsplanleggingsprosessen
- Segmentering, målgruppeutvalgelse og posisjonering
- Markedsstrategier og bruk av konkurransevirkemidler
- Utvikling av et markedstilbud og merkevarebygging
- Markedsetikk og samfunnsansvar
- Digital markedsføring

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, selvstendig arbeid og oppgaveløsning i grupper.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Det er arbeidskrav i emnet. Form, omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes for det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det høsten 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for eksamen høsten 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3ORG100 / SORG100 / RORG100 / HORG 100 / KORG100

Organisasjonsforståelse

Emnekode: 3ORG100 / SORG100 / RORG100 / HORG 100 /
KORG100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Høstsemester for Bachelor i økonomi og administrasjon og Årsstudium i
bedriftsøkonomi. Vårsemester for øvrige studier.

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kan gjøre rede for grunnleggende organisasjonsprosesser som målsettings-, beslutnings-, kommunikasjons- og informasjonsprosesser
- kan gjøre rede for teorier for organisasjonskultur, samt og makt og konflikter i organisasjoner

- kan gjøre rede for sentrale motivasjons- og belønningsteorier
- kan gjøre rede for ulike teorier om læring og endring på individnivå og organisasjonsnivå
- kan beskrive ulike teorier om ledelse
- kan gjøre rede for sammenhenger mellom organisasjonen og dens interesser og omgivelser

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende ulike teoretiske tilnæringer og perspektiver for å forstå organisasjoners virkemåter
- kan drøfte og analysere typiske organisatoriske problemer og dilemmaer, samt foreslår løsninger på disse
- kan diskutere organisasjonstemaer på en systematisk måte

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere selvstendig om hvordan organisasjoner fungerer
- kan vurdere organisasjonsmessige løsninger, prioriteringer og beslutninger på et selvstendig faglig grunnlag

Innhold

- Mål, strategi og effektivitet
- Organisasjonsstruktur og formelle organisasjonsprosesser
- Organisasjonskultur, makt og konflikter i organisasjoner
- Organisasjoners omgivelser
- Motivasjon og mellommenneskelige relasjoner
- Beslutnings- og kommunikasjonsprosesser i organisasjonen
- Læring og innovasjon
- Endring og organisasjonsutvikling
- Ulike teorier om ledelse i organisasjoner

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid med diskusjon av case for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Det er arbeidskrav i emnet. Form, omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes for det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for våren 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det høsten 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for eksamen høsten 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3BED110 / SBED110 / RBED110

Innføring i bedriftsøkonomi og regnskap

Emnekode: 3BED110 / SBED110 / RBED110

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kjennskap til regnskapets oppbygging og presentasjonsform
- har grunnleggende forståelse for regnskapstallene og hvordan de kan analyseres
- har kunnskap om kostnadsbegrepet og kostnadenes variabilitet
- har kjennskap til kalkyler og ulike metoder for prissetting
- har kjennskap til budsjettering og finansiering

Ferdigheter

Studenten

- kan gjennomføre enkle regnskapsanalyser
- kan utarbeide enkle kalkyler for bedrifter i ulike bransjer

- kan gjennomføre enkle bedriftsøkonomiske analyser for virksomheter i ulike bransjer
- kan utarbeide enkle budsjetter for virksomheten

Generell kompetanse

Studenten

- har basisferdigheter i bruk av regneark innenfor bedriftsøkonomi og regnskap

Innhold

- Virksomhetens regnskap
- Analyse av regnskapet
- Prissetting og kalkyler
- Personaløkonomi
- Bedriftsøkonomiske analyser
- Budsjett
- Finansiering

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Tre skriftlige innleveringer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell eksamen. Besvarelsen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for kontinuasjonseksamen våren 2020 er 4,5 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

- Kalkulator ihht. kalkulatorretningslinjer fra emneansvarlig i Canvas.
- Pensumbok med notater i boka (ikke løse ark).

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3SER100 Kommunikasjon og kundebehandling

Emnekode: 3SER100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om service og kunde-/ brukerorientering, og hvilken betydning dette har for virksomheten
- har kunnskap om sentrale organisasjonsmessige forhold knyttet til det å jobbe i interaksjon med kunder/brukere
- har kunnskap om hvordan ansatte kan forebedre sin kommunikasjon og kundebehandling

Ferdigheter

Studenten

- kan gjenkjenne og analysere problemstillinger knyttet til planlegging, tilrettelegging og gjennomføring av kunde-/brukerservice, samt samhandling med ansatte og kunder/bruker

Generell kompetanse

Studenten

- har et reflektert forhold til service og kunde-/brukerrelatert samhandling
- har kjennskap til krav til akademiske tekster
- kan anvende grunnleggende prinsipper for akademisk skriving i tekster knyttet til kommunikasjon og kundebehandling

Innhold

Sannhetens øyeblikk ved møtet ansatt og kunde

- Servicekvalitet fra et kundeperspektiv
- Den ansattes og kundens rolle i sannhetens øyeblikk
- Verbal, og ikke verbal kommunikasjon
- Tverrkulturell kommunikasjon
- Bruk av lytteteknikker
- Håndtering av vanskelige kunder
- Tillit og lojalitet
- Medarbeidertilfredshet og servicekultur
- Ledelse og motivasjon av førstelinjeansatte

Arbeids- og undervisningsformer

Selvstudium, forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Deltakelse i workshop i akademisk skriving som forberedelse til det skriftlige arbeidskravet.
- En skriftlig innleveringsoppgave, individuelt eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER200 Serviceledelse og kvalitet

Emnekode: 3SER200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om sentrale forhold som påvirker servicekvaliteten internt i organisasjonen og dets betydning for kundenes forventninger og opplevelse.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kjenner til hovedforskjellene mellom produkter og tjenester
- forstår hva som menes med kvalitet i serviceledelse
- kjenner til hva som menes med begrepet kundetilfredshet og ulike måter å måle kundetilfredshet på
- kjenner til ulike forhold som bidrar til relasjonsbygging til kundene
- forstår den viktige rollen ansatte har i tjenestevirksomheter

Ferdigheter

Studenten

- kunne avdekke årsaker til gap i servicekvaliteten
- kan foreslå tiltak slik at servicekvalitet kan integreres i alle ledd av organisasjonen
- kan identifisere og foreslå konkrete tiltak for å øke en bedrifts servicekvalitet

Generell kompetanse

Studenten

- har økt sine skriftlige presentasjonsevner

Innhold

- Gapmodellen for servicekvalitet
- Kundens forventninger og opplevelse
- Relasjonsbyggende kundetiltak
- Klagehåndtering og servicegarantier
- Fysiske omgivelser og servicekvalitet
- Ansattes rolle i serviceleveransen
- Kundens rolle i serviceleveransen
- Teknologi og servicekvalitet
- Integrert serviceledelse
- Serviceprosesser og servicekvalitet
- Servicekvalitet og kundetilfredshet

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- En skriftlig oppgave i gruppe på inntil tre studenter.

Eksamen

2 dagers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3JUS120 / SJUS120 / RJUS120

Arbeidsrett

Emnekode: 3JUS120 / SJUS120 / RJUS120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om rettsreglene i den individuelle arbeidsretten og arbeidslivets organisasjoner.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om rettsreglene i den individuelle arbeidsretten – forholdet mellom den enkelte arbeidsgiver og den enkelte arbeidstaker
- har kunnskap om rettsreglene for arbeidslivets organisasjoner og forholdet mellom en fagforening og arbeidsgiver/arbeidsgiverforening.

Ferdigheter

Studenten

- kan løse praktiske problemstillinger, særlig knyttet opp mot arbeidsmiljøloven og diskrimineringslovgivningen og også annen arbeidsrettslig lovgivning.

Generell kompetanse

Studenten

- har økt forståelse for juridiske problemstillinger.

Innhold

- tilsetting
- arbeidsgivers styringsrett og arbeidstakers lydighetsplikt
- medbestemmelse
- arbeidsmiljø
- lønn, arbeidstid, ferie og permisjon og
- permittering
- oppsigelse og avskjed
- overføring av virksomhet
- håndheving, tilsyn
- organisasjonene og tariffavtale

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og seminarer med gruppearbeid. Case vil bli brukt for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én innleveringsoppgave, individuelt eller i grupper på inntil tre personer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste

ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for våren 2020 er 5 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Norges lover.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR240 Forbrukeratferd

Emnekode: 3MAR240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Markedsføring eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet omhandler faktorer som påvirker forbrukerens adferd og beslutningsprosess.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om ulike teorier og modeller innen forbrukeratferd
- har forståelse for beslutningssituasjoner en forbruker kan være i
- har kunnskap om hvilken beslutningsprosess som ligger bak valg og kjøp av varer og tjenester
- har forståelse av forhold omkring behov for produkter og tjenester og hvordan de forbrukes

Ferdigheter

Studenten

- kan benytte ulike teorier og modeller for å forstå prosessene som leder frem til forbrukerens valg av et produkt eller en tjeneste
- kan stille kritiske spørsmål til, og reflektere over sentrale forutsetninger og antakelser innen forbrukeradferd

Innhold

- Forbrukerundersøkelser
- Segmentering og målgruppetenkning
- Forbrukerens beslutningsprosess og valgmodeller
- Forbrukeren som et individ med behov, personlighet, persepsjon
- Hvordan forbrukeren lærer og benytter kunnskap
- Holdningsdannelse og strategier for holdningsendring
- Forbrukeren i sin sosiale sammenheng blant venner, familie, kultur og sosial klasse
- Forbrukeren og sosiale medier

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning. Det vil bli satt av tid til veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

Individuell semesteroppgave.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET100 / RMET100

Informasjonskompetanse og metode

Emnekode: 3MET100 / RMET100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Emnet undervises i høstsemesteret for Bachelor i økonomi og administrasjon. Emnet undervises i vårsemesteret for øvrige studier.

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- forstår forskjellige perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning og vitenskapsteoretiske problemstillinger
- kan trinnene i den overordnede forskningsprosessen, herunder operasjonalisering av problemstillinger, valg av forskningsdesign
- forstår begrepene validitet og reliabilitet
- forstår hvordan vitenskapelige oppgaver/artikler er oppbygd, søke og gjenfinne faglige tekster og relevant forskning, samt å kunne bruke dette som utgangspunkt for egen faglig skriving

- kjenner til og forstå forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern
- kjenner til forskningens vitenskapsteoretiske grunnlag og problemstillinger

Ferdigheter

Studenten

- kan finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff, samt framstille og formidle dette slik at det belyser en problemstilling på en valid og reliabel måte
- kan etablere gode referanserutiner for å unngå plagiering ved å oppgi kildene på korrekt måte, med referanselister, henvisninger og sitater
- kan utvikle en etisk forsvarlig og god faglig arbeidsmåte
- kan oppdatere sin kunnskap innenfor eget fagområde gjennom å finne fram til relevant litteratur og forskning innenfor feltet

Generell kompetanse

Studenten

- har innsikt i praktiske og etiske problemstillinger knyttet til bruken av forskningsmetode
- kunne formidle faget skriftlig
- kunne gjøre en kritisk vurdering av egen fremgangsmåte og forskningspraksis, samt kritisk tolke andres undersøkelser

Innhold

- Sentrale vitenskapsteoretiske og vitenskapsfilosofiske emner og problemområder
- Sammenhengen i forskningsmetode, herunder forholdet mellom problemstilling, teori, metodevalg og analyse.
- Prinsipper og rutiner for skriving av faglige tekster, herunder problemformulering, operasjonalisering, validitet og reliabilitet
- Referanseteknikk
- Prinsipper for søk og gjenfinning av faglitteratur og relevant forskning
- Forskningsetikk og rutiner for god forskning

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, selvstudium og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig gruppeoppgave.

Eksamen

2 dagers skriftlig hjemmeeksamen i gruppe på inntil tre personer.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innholdet i oppgaven. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for våren 2020 er 2 dagers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3LED100 Ledelse og lederrollen

Emnekode: 3LED100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnet 3ORG100 Organisasjonsforståelse eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper i betydning av ledelse, samt innsikt i sentrale ledelsesteorier og ledelsesfaglige problemstillinger.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har bred kunnskap om sentrale teorier og problemstillinger innenfor ledelse
- har god kjennskap til betydningen av ledelse i et historisk perspektiv
- har kunnskap om etiske utfordringer knyttet til ledelse

Ferdigheter

Studenten

- kan gjenkjenne, analysere og løse praktiske og teoretiske ledelsesfaglige problemstillinger
- har forutsetninger for å anvende kunnskap om ledelse i praktisk faglig utøvelse

Generell kompetanse

Etter fullført emne skal studenten:

- har en kritisk og reflekterende holdning til ledelse
- ha bred kunnskap om sentrale problemer og løsninger innenfor ledelse som fag

Innhold

- Hva er ledelse, ledelse i et historisk perspektiv
- Ulike lederroller og ledelsesatferd
- Ulike former for ledelse
- Skillet mellom administrasjon og ledelse
- Effektiv ledelse
- Kjønn og ledelse
- Situasjonstilpasning som ledelsesstrategi
- Ulike etiske perspektiver
- Moral og etikk i ledelse
- Endringsledelse

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave, individuelt eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MET200 / SMET200 / RMET200

Samfunnsvitenskapelig metode

Emnekode: 3MET200 / SMET200 / RMET200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kan beskrive de ulike fasene i et typisk forskningsprosjekt
- kan forklare forholdet mellom teori, empiri og data
- kan redegjøre for heholdsvis kvalitative og kvantitative forskningsdesig og hvordan de kan kombineres
- kan redegjøre for grunnleggende kvalitative og kvantitative datainnsamlingsmetoder
- kan gjøre rede for grunnleggende kvalitative og kvantitative analysemetoder og beskrive hvordan programvare kan benyttes i analyser
- kan reflektere over begrepene samfunnsvitenskap og samfunnsvitenskapelige forskningsmetoder

Ferdigheter

Studenten

- kan formulere en problemstilling, samt avgrense og definere nøkkelbegreper
- kan beskrive og eksemplifisere et forskningsprosjekt innenfor den kvantitative forskningstradisjonen
- kan gjennomføre grunnleggende kvantitativ datainnsamling
- kan anvende utvalgte statistiske metoder i en kvantitativ analyse
- kan beskrive og eksemplifisere et forskningsprosjekt innen den kvalitative forskningstradisjonen
- kan gjennomføre grunnleggende kvalitativ datainnsamling
- kan gjennomføre grunnleggende kvalitativ dataanalyse

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere om et forskningsprosjekt er meldepliktig til personvernombudet for forskning
- kan vurdere metodevalg, metodebruk og sammenhengen mellom metode og konklusjoner i ulike faglige framstillinger, vitenskapelige og populærvitenskapelige
- har metodefaglig grunnlag for å kunne gjennomføres et akademisk prosjekt på bachelornivå, f.eks. en bacheloroppgave

Innhold

- Utforming av forskningsspørsmål, forskningsdesign og datainnsamling
- Kvalitative og kvantitative innsamlingsteknikker, herunder observasjon, intervju, gruppesamtaler og spørreskjemaer.
- Praktisk bruk av spørreprogram og statistikkprogram
- Bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative og kvantitative data og slutningsstatistikk
- Statistisk analyse og signifikanstesting
- Intervjuteknikker og tekstanalyse
- Perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, demonstrasjon av statistikkprogram og statistiske analyser, øvelser i bruk av programvare og oppgaveløsning. For tiden brukes statistikkprogrammet SPSS.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan

avlegges

Det er arbeidskrav i emnet. Form,omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes for det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Eksamen

4 timers individuell, skriftlig eksamen. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det høsten 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for eksamen høsten 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

For høsten 2021 er vurderingsformen i RMET200 og SMET200 endret til 6 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Kalkulator i tråd med retningslinjer for kalkulatorbruk på de økonomisk/ administrative studiene ved Høgskolen i Handelshøgskolen Innlandet – Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap. Oppdaterte retningslinjer foreligger og formidles til studentene ved oppstart av hvert studieår.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3SER250 Servicelogikk

Emnekode: 3SER250

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Markedsføring eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studenten skal ha innsikt i forskjellige faglige perspektiver på tjenesteleveranser og vise konsekvensene de forskjellige perspektivene har for markedsføring av service. Studenten skal ha innsikt i hvordan en markedslogikk har betydning for andre sektorer enn bare tjenestesektoren.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kan forklare sentrale perspektiver, begreper, modeller og teorier relatert til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring.
- kan beskrive tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsførings rolle og funksjon i en bedrifts virksomhet.
- kan drøfte sentrale perspektiver, begreper, modeller og teorier relatert til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring med fokus på: de roller og betydning en organisasjons grunnleggende logikk påvirker virksomhetens

tilnærming til og syn på ressurser og verdiskaping, de roller og betydning tjenestegjøring og tjenestelogisk tilnærming har for en organisasjons strategiske, taktiske og operative prosesser og strukturer, samt den påvirkning og betydning tjenestegjøring og tjenestelogisk tilnærming har for virksomheters forretningsmodeller og dermed konkurransekraft.

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende teori, begrep og modeller relatert til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring for å planlegge, utarbeide, analysere og vurdere analyser av virksomheters verdiskapende prosesser til kunder og andre aktører.
- kan anvende teori, begrep og modeller relatert til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring til å drøfte og analysere salgs- og markedsføringsrelaterte utfordringer samt muligheter i virksomhetens omverden.
- kan anbefale og argumentere for strategiske, taktiske og operative salgs- og markedsaktiviteter basert på analyser som bygger på teori, begrep og modeller relatert til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring.

Generell kompetanse

Studenten

- har kompetanse til å forstå hvordan tjenestegjøring og tjenestelogikk kan benyttes for å lede virksomheters salg, markedsføring og verdiskaping.

Innhold

- Sentrale begreper relatert til til tjenestegjøring samt tjenestelogisk salg og markedsføring som for eksempel logikk, verdi, forretningsmodell, varer, tjenester, opplevelser, løsninger, samskaping, samproduksjon og kundeinvolvering.
- Perspektiver på verdiskaping.
- Forretningslogikkens rolle for å forklare, beskrive og forstå ulike former for verdiskaping og hvilke implikasjoner de har for bedriften.
- Verdisamskaping i private- og offentlige virksomheter, og det moderne samfunn og markedet generelt.
- Tjenestegjøring og utvikling av kundeorienterte løsninger.
- Forretnings- og inntektsmodeller.
- Organisering av tjenestetilbud og løsninger.

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én skriftlig refleksjonsoppgave i grupper på to personer.

Eksamen

2 dagers hjemmeeksamen i grupper på to personer.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for innholdet i oppgaven.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED300 / SLED300 Strategi

Emnekode: 3LED300 / SLED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Anbefalte forkunnskaper: 3/S/HMAR100 Markedsføring og 3/S/H/R/KORG100 Organisasjonsforståelse eller tilsvarende

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kan gjøre rede for strategibegrepet i et historisk perspektiv
- kan drøfte og anvende strategibegrepet
- kan beskrive den strategiske planleggingsprosessen og generiske strategier
- kan forklare fundamentale teorier, modeller og analytiske verktøy brukt i strategisk analyse
- kan gjøre rede for hvordan strategier kan bidra til å nå mål om verdiskaping, effektivitet og lønnsomhet
- kan gjøre rede for strategi i dynamiske omgivelser og kjenner til nyere strategisk praksis

Ferdigheter

Studenten

- kan gjennomføre en grunnleggende strategisk analyse for en virksomhetsenhet med fokus på omgivelses- og markedsfaktorer og virksomhetens interne ressurser
- kan drøfte sammenhengen mellom strategi og andre økonomi- og ledelsesfag
- kan innhente og anvende relevant informasjon fra varierte kilder for å belyse bedriftens konkurransesituasjon og forhold i bransjen

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere etiske problemstillinger og vise til samfunnsansvar i forbindelse med virksomhetens strategiske beslutninger
- kan samarbeide med andre i en strategiprosess og kommunisere resultatene på det til enhver tid gjeldende undervisningspråk
- kan delta i drøfting av strategisk analyse i en virksomhet, evaluere alternativer og gi anbefalinger om strategiske valg.

Innhold

- Strategibegrepet i et historisk perspektiv
- Strategisk planlegging, analyse og ledelse
- Ekstern analyse
- Intern analyse
- Generiske strategier, posisjonering og profilering
- Strategisk valg og implementering
- Virksomhetens samfunnsansvar
- Nyere strategisk praksis

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, oppgaveløsinger, gruppearbeid, seminarer, diskusjoner og presentasjoner.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Form, omfang, antall og gjennomføringsmåte fastsettes det enkelte semester og kunngjøres ved semesterstart.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen. Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det våren 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for våren 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

På grunn av Koronaviruspandemien ble det høsten 2020 gjort endringer i eksamensform på emnet. Den nye eksamensformen for eksamen høsten 2020 er 6 timers individuell hjemmeeksamen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MAR120 Markedskommunikasjon

Emnekode: 3MAR120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Markedsføring eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om markedskommunikasjon og bruk av kommunikasjonskanaler og -verktøy.

Ved bestått emner har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om overordnede prinsipper for kommunikasjon og påvirkning
- forstår sammenhengen mellom markedskommunikasjon og merkebygging og -ledelse
- forstår kommunikasjonsstrategier og integrert kommunikasjonsplanlegging
- kjenner til de forskjellige kommunikasjonskanaler og -verktøy

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og reflektere over en organisasjons markedskommunikasjon.
- kan definere kommunikasjonsstrategier
- kan utvikle en integrert kommunikasjonsplan relatert til forskjellige typer organisasjoner

Innhold

- Hva er markedskommunikasjon?
- Teori, begreper og forskning på området
- Psykologiske, sosiologiske og økonomiske synspunkter på kommunikasjonsprosessen.
- Kommunikasjonsstrategier og kommunikasjonsplanlegging
- Media og mediavalg, med særlig vekt på sosiale media
- Kommunikasjon på bedriftsmarkedet
- Integrert markedskommunikasjon/integrert kommunikasjonsplanlegging
- Internasjonal markedskommunikasjon

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave, individuell eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR200 Salg og salgsledelse

Emnekode: 3MAR200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper og ferdigheter å arbeide med personlig salg samt å lede et salgsteam eller en salgsavdeling.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- kjenner til sammenhengen mellom salg og markedsføring
- har kunnskap om salgsteknikker
- forstå hvordan planlegge, gjennomføre og evaluere salgsprosessen
- ha kunnskap om oppgaver som hører til salgsledelse

Ferdigheter

Studenten

- har evne til å definere, analysere og reflektere over oppgavene som hører til

salgsledelse.

- kan anvende forskjellige salgsteknikker og presentasjonsteknikker.
- kan bruke verktøy innen salgsstyring og -kontroll.

Innhold

- Salg:
 - Salgets prosesser
 - Salgsteknikker
 - Innvendingsmetoder
 - Avslutningsmetoder
 - Presentasjons- og demonstrasjonsteknikker
 - Planlegging
 - Styring, kontroll og kvalitetssikring
 - Key-account-management og relasjonsbygging
- Salgsledelse:
 - Rekruttering og valg av selgere
 - Trening og utvikling av salgsstyrken
 - Veiledning og ledelse av den enkelte selgeren
 - Motivasjon og belønning av salgsstyrken
 - Resultat- og prestasjonsstyring
 - CRM og (butikk)datasystemer

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- En skriftlig innleveringsoppgave i gruppe på inntil tre personer.
- En muntlig presentasjon i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED120 / SLED120 / RLED120 / KLED120 Human Resource Management (HRM)

Emnekode: 3LED120 / SLED120 / RLED120 / KLED120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnet 3ORG100/RORG100/SORG100/KORG100 Organisasjonsforståelse eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om teorier innen personal- og kompetanseledelse
- har kunnskap om best practice og beste tilpasning HRM (Human Resource Management)
- har kunnskap om hvordan personal- og kompetanseledelse kan utvikles til å bli en strategisk ressurs i virksomheter

Ferdigheter

Studenten

- kan definere, analysere og planlegge målrettet utvikling av personalressurser innenfor ulike typer virksomheter
- kan planlegge, rekruttere, utvikle, anvende og belønne menneskelige ressurser innenfor ulike typer virksomheter
- kan hovedtrekkene i HRM-praksiser for økte ferdigheter, motivasjon og bemyndigelse

Generell kompetanse

Studenten

- har kompetanse i mellommenneskelige rammefaktorer for personalledelse og yrkesetiske problemstillinger

Innhold

- Strategisk ledelse av menneskelige ressurser
- Personalplanlegging, rekruttering og avvikling av personale
- Kompetanseutvikling og læring
- Belønning
- Arbeidsmiljø
- Jobbtilfredshet, motivasjon og ytelse
- Ledelsesbasert coaching og selvledelse
- Etikk, verdibasert ledelse og personalpolitikk

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og seminarer med gruppearbeid. Case vil bli brukt på seminarer for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave som løses individuelt, eller i gruppe på inntil 3 personer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

Valgemne 7,5 sp

Emnekode:

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Læringsutbytte

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Innhold

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Arbeids- og undervisningsformer

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Eksamen

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3SER300 Kunderelasjoner og relasjonsledelse

Emnekode: 3SER300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene Markedsføring og 3SER200 Serviceledelse og kvalitet eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, forståelse og innsikt til å kunne håndtere forskjellige kunderelasjoner, slik at disse blir etablert, utviklet og ivaretatt på en god måte.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om hvordan organisere kunderelasjonene slik at de blir en kilde til komparativ fortrinn for bedriften har
- har kunnskap om hvordan tiltrekke seg, vedlikeholde og øke kundemassen
- har kunnskap om kjernemodeller og verktøy innenfor relasjonsmarkedsføring, som er utviklet for å håndtere utfordringene når målet er å skape en lojal og lønnsom kundebase

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende verktøy for å imøtekomme og håndtere tjenesteytende bedrifters utfordringer når det gjelder å knytte relasjoner til kundene
- kan lede kunderelasjoner over tid

Generell kompetanse

Studenten

- kan formidle relevante problemstillinger og løsninger om utfordringer virksomheten har når det gjelder å knytte relasjoner og lojalitet til sine kunder, medarbeidere og partnere, samt ivareta et økt fokus på etiske problemstillinger og samfunnsansvar

Innhold

- Relasjonsperspektivet sett i lys av andre markedsperspektiver
- Kundeprosesser og kundefokus som fundament for virksomheten
- Relasjonens livssyklus
- Utvikling og ledelse av verktøy som fremmer relasjonstilknytningen til kunder og andre aktører
- Utvikle forskjellige aktiviteter i relasjonen
- Hvordan skape verdier i relasjonen til kunder og andre involverte aktører
- Hva skaper kundetilfredshet og -lojalitet

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BED300 Innovasjon og entreprenørskap

Emnekode: 3BED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har bred teoretisk kunnskap og forståelse for arbeid med innovasjon og entreprenørskap som viktig del av dagens arbeids- og næringsliv, i ulike typer virksomheter og bransjer
- har kunnskap om betydningen av selvutvikling og humankapital i nyskappingsprosesser
- har kunnskap om viktige prosesser og arbeidsmetoder i nyskappingsarbeid, herunder produktutvikling, prosessforbedring og utvikling av markedsrelasjoner i både eksisterende og ny virksomhet

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende faglig kunnskap i idéutvikling, kreativitet og nyskapingsarbeid
- kan knytte kunnskapen opp mot utviklingsarbeid og aktuelle case
- kan reflektere over egen faglig utøvelse i innovasjonsprosesser og entreprenørskap

Generell kompetanse

Studenten

- har kunnskaper og ferdigheter som grunnlag for en generell utviklings- og endringskompetanse
- kan reflektere over egen rolle i en gruppeprosess
- viser bevisste holdninger knyttet til å kunne håndtere endringsprosesser mer generelt

Innhold

- Innovasjon, innovasjonsprosesser og innovasjonssystemer
- Entreprenørskap og holdninger
- Kreativitet og metoder for idéutvikling og problemløsning
- Humankapitalens betydning – herunder egenutvikling, teamprosesser og selvledelse
- Deltagelse i utviklingsarbeid.

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, seminarer og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én skriftlig gruppeoppgave med muntlig fremføring i gruppe på tre-fem personer (obligatorisk frammøte for alle i gruppa), hvor gruppemedlemmene kommer fra minst to ulike studieprogram.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste

ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET300 Kvalitativ og kvantitativ analyse

Emnekode: 3MET300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

3MET100 Informasjonskompetanse og metode og 3MET200 Samfunnsvitenskapelig metode eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal gi bred forståelse for gjennomføring av innsamling og analyse av et empirisk datamateriale i henhold til forskningsprosessen. Emnet skal gi kompetanse til å gjennomføre empiriske undersøkelser og analyser med kausalt forskningsdesign, samt mer avanserte eksplorative undersøkelser.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har god forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger og sammenhenger i ulike forskningsmetoder
- har kunnskap om forutsetninger for bruk av multivariate metoder
- har kunnskap om faktoranalyse og forskjellige regresjonsmetoder

Ferdigheter

Studenten

- kan gjennomføre avanserte samfunnsvitenskapelige empiriske undersøkelser
- behersker avanserte kvalitative og kvantitative metoder
- kan utvikle og organisere forskningsprosjekter, samt utvikle klare problemstillinger
- kan forstå og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser
- kan vurdere undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet)
- har forutsetninger til å bruke metodeforståelsen i andre kurs og i bacheloroppgaven, samt gi et godt grunnlag for å studere videre på master studier og gjøre analyseoppgaver i arbeidslivet.

Generell kompetanse

Studenten

- har forståelse for etiske problemstillinger rundt bruken av forskningsmetode
- kan gjøre en kritisk vurdering av egn fremgangsmåte og vurderinger rundt egen forskningspraksis, samt kritisk tolke andre undersøkelser

Innhold

- Sammenhengen i forskningsmetode, herunder forholdet mellom problemstilling, teori, metodevalg og analyse.
- Statistikkens grunnlag og forutsetninger
- Utvikle en forskningsmodell og hypoteser
- Statistiske analyseteknikker, inkludert faktoranalyse, reliabilitetstesting, enkelt, multipl regjresjonsanalyse og logistisk regjresjon
- Gjennomføring av en datareduksjon og -analyse innenfor kvalitative metoder
- Bruk av forskjellige kvalitative analyseteknikker, herunder empiribasert teori, caseanalyse og diskursanalyse.
- Rapportering og implementering

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

To skriftlige gruppeoppgaver, en i kvalitativ analyse og en i kvantitativ analyse.

Eksamen

2 dagers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MAR300 Merkevaleledelse

Emnekode: 3MAR300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Emnet Markedsføring eller tilsvarende. Markedskommunikasjon eller tilsvarende er anbefalt forkunnskapskrav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse knyttet til utvikling, ledelse og evaluering av en merkevare.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om merkebygging og merkeledelse
- forstår hva som påvirker et merkes verdi over tid
- har kjennskap til elementer som påvirker merkeidentitet og - posisjonering
- forstår sammenhengen mellom merkeledelse og markedsføring.

Ferdigheter

Studenten

- har evne til å definere, analysere og reflektere over problemstillinger knyttet til

utvikling og ledelse av et merke.

Innhold

- Innføring i merkevareledelse
- Effekter av merkevarer
- Merkeidentitet – emosjoner og personlighet
- Posisjonering
- Merkeverdi – etablering og vedlikehold
 - Kundebasert merkeverdi
 - Merkeelementer og merkeverdi
 - Markedsføring og merkeverdi
 - Merkeledelse og relasjonsmarkedsføring
- Evaluering av et merke

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning og veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

Individuell semesteroppgave.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3PRA300 Ekstern praksis (Bachelor i serviceledelse og markedsføring)

Emnekode: 3PRA300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Gjennomført emner tilsvarende 75 studiepoeng fra Høgskolens studieplan for aktuelt bachelorstudiet.

Læringsutbytte

Emnet skal gi praktisk erfaring med arbeid i en privat eller offentlig virksomhet. Gjennom dette skal studenten øke sine kunnskaper og ferdigheter i å anvende teoriene tilegnet i studiet i praksis.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om virksomhetens arbeidsmåte
- forstår hvordan teoriene kan anvendes til utvikling og forbedring av organisasjonen

Ferdigheter

Studenten

- har evne til å identifisere, definere, analysere og reflektere over problemstillinger knyttet til praksisorganisasjonen

Innhold

Arbeidet vil være knyttet til det daglige arbeidet i virksomheten. I tillegg vil studenten arbeide med to mindre eller én større problemstilling knyttet til praksisorganisasjonen. Tema avtales med praksisverten og godkjennes av Høgskolen.

Arbeids- og undervisningsformer

Inntil 16 dagers praksis. Studentene blir fulgt opp av praksisvert.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Dokumentasjon på gjennomført praksis fra praksisorganisasjonen.

Eksamen

Individuell semesteroppgave.

Prestasjonen vurderes med bokstavkarakteren A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER320 Operasjonell serviceledelse og digitalisering

Emnekode: 3SER320

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse, 3SER200 Serviceledelse og kvalitet eller tilsvarende. Anbefalt forkunnskap for emnet, 3SER250 Servicelogikk

Læringsutbytte

Etter fullført emne skal studentene ha opparbeidet et reflektert forhold til grunnleggende forhold rundt operasjonell serviceledelse og -drift, samt hvordan man kan bidra til god design for funksjonell interaksjon med hensyn til IT-baserte informasjonssystemer.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- forstår sammenhengen mellom teorien om servicesystems og operasjonell serviceledelse
- kjenner til verktøy for utvikling av serviceprosesser
- vet hvordan en kan benytte seg av teknologi for å øke kvaliteten av en service

- forstår at design/utforming av en tjeneste påvirker kvaliteten ved bruk og levering
- forstår viktigheten av å delta i utforming av systemer, samt kjenne til metoder for å kunne delta i slik utvikling

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og evaluere eksisterende serviceprosesser i organisasjoner
- kan utvikle nye serviceprosesser
- kan foreta enkelte beregninger ved de enkelte elementer i serviceprosessen
- kan delta i utviklingsprosesser som omfatter utvikling/tilpassing av (data-)systemer til bruk innen service

Generell kompetanse

Studenten

- har oppøvd en mer selvstendig og reflekterende holdning til drift av en tjenesteorganisasjon

Innhold

- Servicesystems og operasjonell serviceledelse
- Prosessdesign (planlegging og forbedring)
- Selv service og interaksjonsdesign
- Service facility design – layout and flow
- Prosjektplanlegging og – styring
- Leveransesystemet: Kapasitesplanlegging og venting
- Leveransesystemet: Service encounter og job design
- Systemutvikling: systemutviklingsprosessen og UML (utvalgte deler)

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning. Det vil bli satt av tid til veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

Mappevurdering i grupper. Studenter skal arbeide med 2 oppgaver i løpet av semesteret.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER350 Informasjonsøkonomi og digitale markeder

Emnekode: 3SER350

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Anbefalte forkunnskaper: 3BED110 Innføring i bedriftsøkonomi og regnskap eller 3BED100 Grunnleggende bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om grunnleggende markedsteori og samfunnsøkonomisk effektivitet
- forstår informasjon som et økonomisk gode
- har kunnskap om hvorfor manglende informasjon i et marked og spesielle forutsetninger i markeder for digitale produkter kan føre til markedssvikt, samt samfunnsøkonomiske konsekvenser av dette
- har kunnskap om grunnleggende mikroøkonomiske modeller som er spesielt relevant for å analysere digitale markeder og kan anvende disse til å belyse valg av prisstrategi, konkurransestrategi, innovasjoner og trender i markeder for digitale produkter i et samfunnsøkonomisk perspektiv

- har kjennskap til hvordan reguleringer av markeder for digitale produkter kan begrunnes ut i fra mikroøkonomisk teori

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende grunnleggende mikroøkonomisk teori og modeller til å drøfte praktiske og teoretiske problemer knyttet til informasjon i markeder og markeder for digitale produkter, samt foreslå begrunnede løsninger
- kan innhente informasjon og fagstoff og framstille dette for å belyse problemstillinger innenfor informasjonsøkonomi og digitale markeder

Generell kompetanse

Studenten

- kan formidle grunnleggende mikroøkonomisk teori, problemstillinger og løsninger ved hjelp av en kombinasjon av grafiske modeller og skriftlig framstilling
- kan utveksle faglige synspunkter med andre studenter og samarbeide med andre om å løse praktiske og teoretiske problemer innenfor emneområdet

Innhold

- Informasjon som et økonomisk gode
- Fullkommen konkurranse og samfunnsøkonomisk effektivitet
- Monopolistisk konkurranse, oligopol og naturlig monopol
- Prisdiskriminering
- Transaksjonskostnader
- Fastlåsing og byttekostnader
- Kollektive goder
- Nettverksøkonomi
- Samarbeid og kompatibilitet
- Konkurranseloven og Konkurransetilsynets rolle
- Grunnleggende ikke-kooperativ spillteori
- Asymmetrisk informasjon

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid og selvstudier.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én innleveringsoppgave i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3BA300 / 3BA302 / 3BA304

Bacheloroppgave

Emnekode: 3BA300 / 3BA302 / 3BA304

Studiepoeng: 15

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Bestått 135 studiepoeng fra bachelorstudiet, herunder metodeemnene: 3/RMET100 Informasjonskompetanse og metode og 3/S/RMET200 Samfunnsvitenskapelig metode.

Læringsutbytte

Bacheloroppgaven er et større skriftlig arbeid, som skal gjenspeile faglig forståelse og selvstendighet. Bacheloroppgaven skal være en veiledet faglig fordypning innenfor et selvvalgt tema knyttet til studiets sentrale fagområde(r).

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har dybdekunnskaper innen selvvalgt del av studiets sentrale fagområde(r)
- har forståelse for analytisk og metodisk arbeid, samt evne til refleksjon og systematisk / vitenskapelig vurdering

Ferdigheter

Studenten

- kan utarbeide konkrete problemstillinger av samfunnsmessig interesse innenfor studiets fagområde
- kan identifisere og vurdere teori, litteratur og metoder som er relevant for problemstillingen, samt treffe begrunnede valg
- kan gå i dybden på avgrensede problemstillinger og utarbeide konkrete løsningsalternativer på problemet
- kan planlegge og gjennomføre empirisk datainnsamling, samt kunne analysere funnene etter vitenskapelige metoder
- kan dokumentere og formidle resultatene fra prosjektarbeidet på en systematisk / vitenskapelig måte
- kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning

Generell kompetanse

Studenten

- har innsikt i vitenskapelig redelighet og forståelse for etiske utfordringer som er relevant for problemstillingen
- har bevissthet om problemstillingens og arbeidets konsekvenser for enkeltmennesker, virksomheten og samfunnet
- har kompetanse til å planlegge og utføre en selvstendig oppgave, formulere problemstillinger og analysere disse med utgangspunkt i både teoretisk og empirisk materiale, samt å gjennomføre en oppgave på en metodisk tilfredsstillende måte

Innhold

Studentene skal formulere egne problemstillinger med utgangspunkt i emner fra bachelorstudiet, som følges opp teoretisk og metodisk gjennom veiledning. Oppgavearbeidet gjennomføres med utgangspunkt i krav til samfunnsvitenskapelig metode og retningslinjer for akademisk skriving.

Ut over å tilfredsstillende akademiske krav, kan bacheloroppgaven gjerne også være praktisk rettet og/eller ta utgangspunkt i praksisfeltets utfordringer.

Arbeids- og undervisningsformer

Studentene vil i nest siste semester bli gitt nærmere orientering om arbeidet. Arbeidet med å jobbe fram en problemstilling, valg av metode og litteratursøk starter i høstsemesteret (se obligatoriske arbeidskrav).

Bacheloroppgaven skrives av to studenter. Bare unntaksvis skriver en student bacheloroppgaven alene. Studentene får individuell og/eller gruppebasert veiledning oppad begrenset til et fastsatt antall timer per oppgave. Formen på veiledningen avtales mellom den enkelte veileder og student, men det stilles krav til at veiledningen foregår på bakgrunn av skriftlig materiale som studentene har sendt veileder på forhånd.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- oppmøte på to oppgaveseminarer hhv i oktober og november (opplyses nærmere i høstsemesteret)
- innlevering av prosjektbeskrivelse innen 1. desember
- oppmøte på minimum en veiledningstime (veileder tildeles fra januar)

Eksamen

Bacheloroppgave skrevet av to studenter, samt muntlig eksamen.

Til den muntlige høringen skal studentene presentere et forberedt innlegg basert på bacheloroppgaven, samt svare på spørsmål fra sensorene. Formen på det forberedte innlegget informeres før eksamen avvikles.

Ved bacheloroppgaven står alle deltakerne i gruppa ansvarlig for alt innhold i den skriftlige oppgaven. Muntlig eksamen kan bidra til justering av karakteren med en karakter opp eller ned individuelt.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap