

Studieplan 2022/2023

Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføringsledelse i et tjenesteperspektiv

Studiepoeng: 120

Studiets nivå og organisering

Master i økonomi og ledelse er en 120 studiepoengmaster med 2 års normert studietid på heltid, og 4 års normert studietid på deltid ihht § 3 i "Forskrift om krav til Mastergrad", fastsatt av Utdannings- og forskningsdepartementet 01.12.05. Studiet tilbys både som heltidsstudium og deltidsstudium. Undervisningen er organisert i undervisningsblokker/samlinger, med tilbud om seminarer mellom samlingene.

Master i økonomi og ledelse er en bred og allsidig utdanning, som legger stor vekt på analytisk og strategisk tenkning. Studiet bidrar med å oversette data og teori til innsikt virksomheter kan bruke for å tilpasse seg markeder og samfunn i endring. Studiet vektlegger dagens utfordringer og tar innover seg at bærekraft, digitalisering og innovasjon blir viktige premisser for fremtidens arbeidsmarked. Studiet og de forskjellige hovedprofilene tar opp i seg aspekter av disse forholdene og kobler økonomisk tenkning med de globale utfordringene.

Masterstudiet skal gi kandidatene kunnskap og forståelse som er basert på, viderefører og forsterker den kunnskap de har tilegnet seg gjennom en bachelorgrad innenfor fagområdene økonomi og ledelse. Studiet skal gi kandidatene en bred og solid plattform for å kunne arbeide i næringsliv, offentlig forvaltning og andre organisasjoner; som spesialister, rådgivere eller ledere. Studiet med dens hovedprofiler er bygget opp slik at det sikrer at studentene tilegner seg fordypningen så vel som bredde innenfor det økonomisk-administrative fagområdet. Det fordrer at studentene må velge ett spesialiseringsområde/hovedprofil som sitt fordypningsområde, og at de utover det må velge emner fra andre deler av det økonomisk-administrative fagområdet. Disse emnene

organiseres i støtteprofilen. Valgfrie emner ellers kan både være innenfor og utenfor det økonomisk-administrative fagområdet og sikrer mulighet for fleksibilitet og internasjonalisering.

Markedsføringsledelse vil ha ledelse som hovedprofil (major), og økonomi som støtteprofil/minor.

Bakgrunn for studiet

Master i økonomi og ledelse er et toårig studium som leder fram til graden *Master i økonomi og ledelse*. Avhengig av opptaksgrunnlaget kan man få graden *Master i økonomi og ledelse (siviløkonom)*. Siviløkonomutdanningen kjennetegnes ved at den gir breddekompetanse innenfor økonomi- og ledelsesfag, samtidig som den gir spesialisert kompetanse innen ett område. Studieplanen følger Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA) sin anbefalte plan for toårig masterstudium [1], med de krav som der stilles til både faglig bredde og spesialisering.

Alle kandidater fra Master i økonomi og ledelse (siviløkonom) fra Høgskolen i Innlandet vil ha en kjernekompetanse på høyt nivå innenfor strategisk ledelse og økonomistyring. Studenten spesialiserer seg gjennom å velge en av studiets fire hovedprofiler: 'business analytics', 'digital ledelse og forretningsutvikling', 'markedsføringsledelse' eller 'økonomistyring'.

Siviløkonomutdanningen kvalifiserer for leder- og utredningsoppgaver på høyt organisasjonsmessig nivå innen næringslivet, men kan også gi gode muligheter for jobb innen offentlig sektor og frivillige organisasjoner. Masterstudiet, som er solid forankret i forskningsbasert kunnskap, kan kvalifisere til doktorgradsstudier og en forskerkarriere.

Studiet tar utgangspunkt i at næringsstrukturen i Norge, ut fra en konkurransesituasjon, kan dra sterke vekslers på et tjenesteperspektiv. Fra flere hold argumenteres det også med at tjeneste- og kunnskapsdrevne virksomheter er den viktigste driveren for fremtidig økonomisk vekst. I konkurransehverdagen står virksomheten overfor mange utfordringer enten de knytter seg til markedsmessige rammefaktorer og posisjoneringer, eller til det å ha styring og kontroll innad i egen organisasjon. Studiet tar dermed utgangspunkt i at virksomheten stadig står overfor to sentrale spørsmål relatert til ytre og indre effektivitet, det vil si *gjøre de riktige tingene og gjøre tingene riktig*.

Med 'å gjøre de riktige tingene' settes det spørsmål ved om virksomheten er strategisk posisjonert riktig i forhold til konkurrenter og markedets utvikling, samt om samarbeidet i eksisterende verdikonstellasjoner og systemer gir de ønskede resultatene. Å gjøre de riktige tingene utfordres virksomheten til å ha et langsiktig strategifokus for å kunne være tilpasningsdyktig i forhold til stadige endrede forutsetninger i omgivelsene. Kort

sagt vil det å gjøre de riktige tingene dreie seg om å velge en riktig strategi og lede virksomheten for å oppnå suksess i markedet. Med 'å gjøre tingene riktig' menes å fokusere på selve verdiskapingsprosessen gjennom å bruke ressursene på en optimal måte som gir god nytte for samfunnet, virksomheten og kunden. Dermed blir det viktig å fokusere på styring og kontroll av alle prosessene og ressursene virksomheten bruker i sin verdiskaping.

For å få suksess må virksomheten oppnå en balanse mellom disse to forholdene; det vil si, *gjøre de riktige tingene* og *gjøre tingene riktig*. Studenter som velger en av hovedprofilene innenfor ledelse vil derfor ha støtteprofil innenfor økonomi. Studenter som velger hovedprofil økonomi vil likeledes ha støtteprofil innenfor ledelse.

[1] Vedtatt av Nasjonalt råd for økonomisk-administrative fag (NRØA) 6. juni 2016. Planen skal utfylle gjeldende lover og forskrifter, som Kunnskapsdepartementets Forskrift om krav til mastergrad av 1. desember 2005, NOKUTs forskrift om standarder og kriterier for akkreditering av studier og kriterier for akkreditering av institusjoner i norsk høyere utdanning av 25. januar 2006, Kvalifikasjonsrammeverket for høyere utdanning, Forskrift om grader og yrkesutdanninger, beskyttet tittel og normert studietid ved universiteter og høyskoler, samt brev fra Kunnskapsdepartementet av 21. desember 2015 om tildeling av siviløkonomtittelen.

Læringsutbytte

En kandidat med fullført kvalifikasjon skal ha følgende totale læringsutbytte, definert i kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap

Kandidaten

- har avansert kunnskap om strategisk ledelse og økonomisk styring og kan kombinere denne kunnskapen for å oppnå å bedre forståelse for virksomheters verdiskaping (K1)
- har spesialisert innsikt i virksomheters verdiskaping gjennom enten i) inngående kunnskap om hvordan data, analyse og informasjonsteknologi kan understøtte beslutningsprosesser og ledelse av virksomheten, ii) inngående kunnskap om hvordan digitalisering kan styrke virksomhetens strategi og forretningsutvikling, iii) inngående kunnskap om hvordan markedsrelasjoner etableres og vedlikeholdes for å oppnå ønskede strategiske posisjoner, eller iv) inngående kunnskap om hvordan virksomheten kan måles, analyseres og styres i tråd med gjeldende strategi (K2)

- har inngående kunnskap om vitenskapelige teorier, forskningsprosesser og -metoder tilpasset problemstillinger innenfor enten i) business analytics, ii) digital ledelse og forretningsutvikling, iii) markedsføringsledelse, eller iv) økonomistyring (K3)
- kan analysere virksomheters taktiske og strategiske utfordringer med utgangspunkt i ulike tradisjoner innenfor økonomi- og ledelsesfag og profilområdets egenart, samt kombinere kunnskap innenfor økonomi- og ledelsesfag på nye måter for å løse utfordringene (K4)

Ferdigheter

Kandidaten

- kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder, samt analysere empiri for å strukturere og formulere faglige resonnementer med mål om langsiktig strategisk posisjonering og effektiv styring og kontroll (F1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innenfor strategisk ledelse og økonomistyring, samt anvende dette i praktisk og teoretisk problemløsning knyttet til enten i) data og analysekapasitet, ii) digitale forretningsmessige utfordringer, iii) markedsrelasjoner og strategiske posisjoner eller iv) økonomisk styring og kontroll (F2)
- kan bruke relevante forskningsbaserte metoder for å analysere virksomheters taktiske og strategiske utfordringer, utforme beslutningsgrunnlag og legge til rette for virksomheters verdiskaping gjennom å utvikle dataanalyser, strategier, styringssystemer, markedsrelasjoner og nye forretningsmuligheter (F3)
- kan relatere problemstilling, kontekst og data til metodevalg og gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsprosjekt under veiledning og i tråd med gjeldende forskningsetiske normer innenfor enten i) business analytics, ii) digital ledelse og forretningsutvikling, iii) markedsføringsledelse, iv) eller økonomistyring (F4)

Generell kompetanse

Kandidaten

- kan analysere relevante profesjons- og forskningsetiske problemstillinger innenfor økonomi- og ledelsesfag, samt forholde seg profesjonelt til etiske problemstillinger knyttet til virksomheters strategiske og taktiske valg (G1)
- kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter i utøvelse av ledelse og gjennomføring av prosjekter, samt i utredninger og analyser av virksomheters verdiskapende prosesser - alene og i fellesskap med andre (G2)
- kan formidle omfattende selvstendig forsknings- og utredningsarbeid både muntlig og skriftlig (G3)

- kan kommunisere om faglige problemstillinger, analyser og konklusjoner innenfor økonomi og ledelse med virksomheters interessenter og med allmennheten og ha forutsetninger for å arbeide i en internasjonal kontekst (G4)
- kan ivareta muligheter som ligger i virksomhetens verdiskaping gjennom data og teknologisk utvikling, tilrettelegging av endringsprosesser og fremme innovasjon (G5)

Målgruppe

Målgruppe for studiet er personer som har bachelorgrad eller tilsvarende, med fordypning i økonomi og administrasjon, og som ønsker en solid, høyere grads utdanning innen økonomi og ledelse. Dette med tanke på å kunne gå inn i leder- eller utredningsfunksjoner på høyt nivå innen næringsliv eller offentlig sektor, eller med tanke på videre doktorgradsstudier og eventuelt en forskerkarriere.

Relevans for arbeidsliv og videre studier

Fullført studium gir graden «Master i økonomi og ledelse». På engelsk vil gradsbetegnelsen være «Master of Science in Business Administration».

Kandidater som har bachelor som tilsvarer de krav som stilles i NRØAs anbefalte rammeplan for Bachelor i økonomi og administrasjon (Bachelor i økonomi og ledelse) eller Bachelor i regnskap og revisjon, kan søke om tittelen Master i økonomi og ledelse med «siviløkonom» som sideordnet tittel ved fullført masterstudium: «Master i økonomi og ledelse - siviløkonom».

Kandidater som er tatt opp på studiet med basis i en bachelor som ikke er godkjent etter kriterier fra Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA) vil ved fullført masterstudium da få tittelen «Master i økonomi og ledelse», men uten sidetittelen «siviløkonom».

Studiet gir en anvendelig kompetanse som gjør at kandidatene vil kunne gå inn i et bredt spekter av utfordrende stillinger i tjenesteytende sektor, industri og offentlig sektor, som leder, spesialist eller rådgiver. Studiet gir opptaksgrunnlag til Ph.d.-utdanningen Innovasjon i tjenesteyting – offentlig og privat (INTOP) ved Høgskolen i Innlandet. Studiet vil også kunne gi opptaksgrunnlag til phd-utdanning innenfor bedriftsøkonomi/økonomi og administrasjon ved andre norske og utenlandske universiteter og høgskoler. Nærmere krav til opptak til et phd-studium avgjøres av den enkelte institusjonen som gir phd-utdanning.

Hovedprofil 'Markedsføringsledelse' gir spesialisert kompetanse i markedsføringsledelse og verdiskaping. Kombinert med avansert kunnskap om

strategisk ledelse og økonomistyring, samt oppøving av analytiske ferdigheter, gir studiet en anvendelig kompetanse som gir muligheter for en variert karriere. Kandidatene kan gå inn i stillinger hvor det kreves en dyp forståelse for kunden og hvor virksomheten må forholde seg til et konkurranseutsatt marked, der man eksempelvis kan nyttiggjøre seg kompetansen ved å bruke teoriene for å analysere og strukturere en virksomhets verdiskapende systemer, kommunikasjonsutfordring, innovasjonsinnsats og/eller forberede virksomheten for en krise i markedsrelasjonene. I tillegg vil forståelse for emnenes terminologi og praktisk anvendbarhet, kombinert med metodefagene, gi studenten kompetanse og begrepsforståelse til å kommunisere om markedsrelaterte problemstillinger basert på analyser. Konkrete eksempler på stillinger og funksjoner som kandidatene kan bekle kan være toppleder og markedssjef i små og mellomstore bedrifter, produksjef i industri- eller servicevirksomhet, markedsanalytiker eller rådgiver/-konsulent i markedsavdelinger, analysebyråer eller innen kommunikasjon og media. Videre ulike funksjoner knyttet til ledelse, tjenesteutvikling og kommunikasjon innen offentlig sektor.

Opptakskrav og rangering

Opptakskravet er en bachelorgrad eller tilsvarende fullført utdanning med en fordypning på minst 80 studiepoeng innen økonomi og administrasjon hvor fagområdene bedriftsøkonomisk analyse, organisasjonsteori, markedsføring, strategi, samfunnsøkonomi og samfunnsvitenskapelig metode inngår.

Det faglige minstekravet for opptak er karakteren C, av vektet gjennomsnittskarakter. Annen relevant utdanning ut over opptakskravet kan trekkes inn dersom dette gir et bedre snitt.

Ved oversøkning til studiet blir søkere rangert, jamfør [Forskrift om opptak, studier og eksamen ved Høgskolen i Innlandet](#).

Arbeids- og undervisningsformer

Studiets arbeidsformer legger til rette for aktivt arbeid med problemstillinger som er relevante for praksisfeltet og som gjør at studentene får et eierforhold til egen læreprosess og studerer på en måte som har overføringsverdi til arbeidslivet. Undervisningen vil være basert på en kombinasjon av forelesninger, presentasjoner, diskusjoner, case, øvelser og oppgaver. I metodefagene inngår opplæring og øvelse i bruk av statistikkprogrammer og andre IT-baserte analyseverktøy. Ulike former for IKT-støttet undervisning vil inngå i den pedagogiske verktøykassen. Caseundervisning brukes som en metode for å oppnå læringsutbytter som omhandler det å kunne

anvende teorier og metoder på praktiske problemstillinger og øve opp evne til refleksjon og analyse. Case forstås her i vid forstand, og kan variere fra mer avgrensede eksempler, både virkelige og konstruerte, til caseoppgaver utviklet spesielt for å analysere komplekse problemstillinger.

Studiet krever at studenten setter av tid til individuelt arbeid og fordypning i pensumlitteraturen, men gruppeaktiviteter er også svært sentralt i studiet. Gjennom gruppeaktiviteter utvikles blant annet ferdigheter i samarbeid, presentasjon, kommunisere innenfor faget, samt å gi og motta konstruktive tilbakemeldinger. I periodene mellom samlingene forutsettes det at studentene jobber både individuelt og i grupper med forberedelser og etterarbeid knyttet til læringsaktivitetene på samlingene. Gruppearbeid kan skje både ved at studentene møtes fysisk eller ved ulike former for elektronisk kommunikasjon. Alle emner har obligatoriske arbeidskrav i form av skriftlige oppgaver, og i noen tilfeller øvelser, som skal leveres i forkant av hver undervisningssamling.

Obligatoriske arbeidskrav skal bidra til å sikre at studentene oppnår læringsutbyttet, samt oppøve generelle ferdigheter som er viktige i arbeidslivet. I de fleste emnene skal to av arbeidskravene løses individuelt og to løses i gruppe, mens man i metodeemnene hele veien jobber i gruppe med oppgaver som følger de ulike stegene i forskningsprosessen. Gjennom arbeidet med de obligatoriske oppgavene forbereder studentene seg til kommende samling ved å lese pensumlitteraturen og reflekter over sentrale problemstillinger knyttet til læringsutbyttene som det fokuseres på i kommende samling. Obligatoriske arbeidskrav i gruppe skal også bidra til å oppøve samarbeidsferdigheter, skape en faglig delingskultur og gi øvelse i å utveksle faglige synspunkter med andre. De obligatoriske arbeidskravene gir samlet sett grunnlag for å kunne reflektere og diskutere med lærere og medstudenter på undervisningssamlingen, og studentenes arbeider trekkes inn i undervisningen på ulike måter. Skriftlige arbeidskrav gir generelt også øvelse i å skrive akademiske tekster. I noen av emnene inngår i tillegg muntlig presentasjon, slik at studentene får øvelse i å legge fram fagstoff muntlig. I metodeemner oppøves også tekniske ferdigheter i bruk av programvare.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav i de enkelte emner). Forventet samlet arbeidsinnsats pr emne er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Studiet er på 120 studiepoeng og gjennomføres på heltid over to år eller på deltid over fire år. Det er beregnet en arbeidsbelastning på 1500 - 1800 timer per år for heltidsstudenter og 750-900 timer per år for deltidsstudenter. Dette innebærer både aktiviteter organisert av høgskolen, og den innsats den enkelte student legger ned i form av selvstudier.

Organisering av undervisningen

Studiet starter med en felles obligatorisk oppstartssamling. På oppstartssamlingen jobber studentene i grupper med et bedriftsrelatert case, hvor problemstillingen presenteres av bedriften selv. Hensikten med oppstartssamlingen er å gi en faglig introduksjon til studiet og å skape en samarbeidskultur i studiet, samt gi informasjon som gjør at man kan fokusere på det faglige allerede før første ordinære undervisningssamling.

Studiet har deretter ca. 30 timer med organisert undervisning per emne, bortsett fra i enkelt emner hvor det vil være 36-39 timer organisert undervisning pga opplæring i bruk av programvare og oppøving av tekniske ferdigheter. Studiet er organisert som undervisningssamlinger hvor emnene er gruppert slik at det undervises i to emner per samling. Det er obligatorisk oppmøte på 50% av underviste timer i hvert emne. Det vil være 8-10 undervisningssamlinger av 2-3 dager per semester for heltidsstudenter og 4-5 undervisningssamlinger av 2-3 dager per semester for deltidsstudenter. I tillegg vil det være tilbud om 4-8 timer med seminarer i uker hvor det ikke er annen undervisning for heltidsstudentene, samt at det vil kunne tilbys bedriftsbesøk og gjesteforelesninger som går på tvers av emner. Tilbudet som er mellom undervisningssamlingene vil være frivillig, men studentene oppfordres til å prioritere dette.

I første semester vil det også gis en innføring i kilder og kildebruk, litteratursøk, argumentasjons- og diskusjonslinjer, teamarbeid og elektroniske verktøy som anvendes i undervisningen. Opplæring i programvare som brukes i metodeemnene inngår som en integrert del av undervisningen i disse emnene.

Det vil være felles undervisning i de to emnene som utgjør fellesfagene i økonomi- og ledelse (Strategi og ledelse og Økonomisk styring og kontroll). Disse to emnene er felles uavhengig av hovedprofil, og gjennomføres første semester. Ut over dette er samlingene tilpasset den enkelte profilen.

For profilene Markedsføringsledelse og Økonomistyring vil hoved-studiested være campus Rena, selv om det vil være muligheter for å ta valgfag på tvers av campus (gjelder for samtlige av profilene). For Digital ledelse og forretningsutvikling vil hoved-studiested være Kongsvinger, mens for Business analytics vil hoved-studiested være Lillehammer. Hoved-studiested gir en pekepinn for hvor samlingene til den enkelte profil hovedsakelig vil foregå, selv om emner som er felles (slik som Strategi og ledelse og Økonomisk styring og kontroll) gjennomføres på et av studiestedene og eventuelt distribueres derfra.

Det kan forekomme fellessamlinger (alle spesialiseringene) i forbindelse med masteroppgaven og/ eller bedriftsbesøk eller næringslivssamarbeid.

Vurderingsformer

Følgende eksamensformer vil benyttes i studiet:

- Individuell skoleeksamen, 4 timer
- Hjemmeeksamen (48 timer eller 7 dager)
- Semesteroppgave (individuell eller gruppe)
- Masteroppgave, i grupper på inntil 2 personer (unntaksvis individuell), med avsluttende muntlig eksamen

Eksamensformene kan kombineres. Eksempel på dette er:

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren) og
- semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren).

Alle eksamensformene vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Det skal spesifiseres tiltatte hjelpemidler ved alle eksamensformene.

Eksamensformene er valgt ut ifra emnenes egenart og læringsutbytter. Variasjon i vurderingsformer og hensyn til studiets overordnede læringsutbytte er også hensyntatt. Vurderingen er i stor grad basert på hjemmeeksamener og semesteroppgaver. Disse vurderingsformene gir studentene mulighet til å henvise til forskningsbasert litteratur og bygge opp mer omfattende akademiske tekster på ulike formater, hvor man må kombinere kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse innenfor emnet. Semesteroppgaver er også valgt som eksamensform i metodeemnene, slik at studentene skal kunne gjennomføre metodiske analyser ved hjelp av ulike typer analyseverktøy, basert et case som det jobbes gjennomgående med gjennom semesteret. I noen av emnene kombineres to vurderingsformer for å kunne få vurdert ulike typer læringsutbytter i emnet og/eller for å vurdere også individuelle prestasjoner i emner hvor semesteroppgaver gjennomføres i gruppe. Studiet avsluttes med muntlig eksamen, hvor masteroppgaven forsvares.

Forskningsbasert undervisning

Studiet har flere innfallsvinkler til forskningsbasert undervisning.

Lærersentrert undervisning der innholdet er forskningsbasert: Pensumet i studiet er basert på en kombinasjon av konseptuelle og empiriske vitenskapelige artikler og annen forskningsbasert litteratur som brukes aktivt i undervisningen. De vitenskapelige ansattes egne forskningspublikasjoner kan inngå i pensum der det er relevant og tydeliggjør koblingen mellom fagmiljøets forskningsaktivitet og studiet.

Lærersentrert undervisning som fokuserer på forskningsprosess og vitenskapelig tenkemåte: Studentene får tidlig i første semester en opplæring i hvordan vitenskapelige artikler er bygget opp og tilbud om seminar i akademisk skriving. Et stort omfang av vitenskapelig artikler på pensum gjør at studentene allerede fra første stund får innblikk i forskningsprosesser og vitenskapelig tenkemåte, og dermed et tidlig grunnlag for å reflektere over og diskutere forskningsprosesser og vitenskapelig tenkemåte. De vitenskapelige ansatte gir studentene innblikk i sitt eget forskningsarbeid gjennom å presentere forskning i prosess. Forståelsen for forskningsprosessen og metoder blir utviklet videre gjennom metodeemnene og hele prosessen med masteroppgaven, hvor de obligatoriske arbeidskravene også gir erfaring med muntlig presentasjon av foreløpig arbeid, samt å gi og ta imot tilbakemelding gjennom opponertordning. Stipendiater fra Ph.d.- programmet INTOP bidrar også i undervisningen og deler erfaringer fra sitt arbeid.

Undervisning der studentene aktivt deltar i en diskusjon av et forskningsbasert innhold: Drøfting av ulike teoretiske perspektiver, metoder og forskningsresultater inngår i de ulike emnene og blir vektlagt i forelesning og i oppgaver. Gjennom arbeid med obligatoriske arbeidskrav med påfølgende diskusjoner i undervisningen, hjemmeeksamen, og semesteroppgave vil studenten drøfte både konseptuelle og praktiske problemstillinger ved hjelp av resultater fra både konseptuell og empirisk forskning. I forbindelse med masteroppgaven er det obligatoriske seminarer hvor studentene får øvelse i å granske et vitenskapelig arbeid og delta i diskusjon i et vitenskapelig forum.

Undervisning der studenten inngår i «undersøkende» læreprosesser: Noen av emnene har mer omfattende semesteroppgaver som er strukturert som en FoU-prosess. I arbeidet med masteroppgaven gjennomfører studentene et selvstendig forskningsprosjekt under veiledning. Studiet er forankret innenfor fakultetets forskningsarbeider noe som gir mulighet for studentinvolvering i fagmiljøets forskningsaktivitet, blant annet gjennom masteroppgaven eller engasjement som lærings/vitenskapelig assistent.

Internasjonalisering

Internasjonale forhold påvirker virksomhetens rammebetingelser, ressurstilgang, markeder, nettverk og relasjoner. I studiet behandles internasjonale perspektiver som en integrert del av de ulike emnene. I studieplanen inngår også valgemnet Strategiske allianser og internasjonalisering, som går dypere inn i disse sammenhengene.

Internasjonalisering spiller en nøkkelrolle i hovedprofilen Business Analytics. Hovedprofilen er ment å rekruttere fra et internasjonalt miljø slik at profilene får både norske og utenlandske studenter. Business Analytics er derfor i sin helhet planlagt gjennomført på engelsk som undervisningsspråk, men vi beholder muligheten for at

emnene skal kunne tilbys både på norsk og engelsk i fremtiden. Studieprofilen vil ha et spesielt internasjonalt fokus. Profilen vil sikre at uteksaminerte kandidater i tillegg til å ha en forståelse for norske virksomheter, også har kompetanse til å se samhandling, konkurranse og tilgjengelig informasjon i en internasjonal kontekst. Den internasjonale rekrutteringen som spesielt omfatter denne profilen gjør vi også for å kunne arbeide for at de andre profilene i studiet, som i utgangspunktet tilbys på norsk, gradvis skal nærme seg mer et internasjonalt marked. Derfor vil det være et fokus på å rekruttere utenlandske søkere til hovedprofilen Business Analytics.

Alle fagdisiplinene som inngår i studiene, er internasjonale forskningsfelt. En vesentlig del av pensumlitteraturen er engelskspråklig og hentet fra internasjonale tidsskrifter og lærerbøker. I flere av emnene vil studenten møte gjesteforelesere fra utenlandske høyskoler og universiteter, samt faste forelesere med internasjonal erfaring.

Master i økonomi og ledelse er tilrettelagt for at valgemnene som tilbys i høstsemesteret kan undervises på engelsk (tredje semester i heltidsstudiet) og tilbys til internasjonale studenter fra HINNs partneruniversiteter. Norske studenter som ikke reiser på utveksling, vil følge undervisningen på engelsk gjennom semesteret med de internasjonale studentene i et internasjonalt klasserom med rike muligheter for å tilegne seg interkulturell kompetanse. I alle emner kan arbeidskrav, eksamensbesvarelser og masteroppgaven skrives på engelsk dersom studenten selv ønsker det.

Studenter kan søke om utvekslingsopphold på ett semester ved en utenlandsk utdanningsinstitusjon. Utvekslingsopphold gjennomføres primært ved institusjoner som høyskolen har utvekslingsavtale med. I studieplanen er det tilrettelagt for utvekslingsopphold i tredje semester for heltidsstudenter, men det kan også være mulig å forlenge utvekslingsoppholdet med fjerde semester eller reise på utveksling i andre semester. Deltidsstudenter vil også ha mulighet til utvekslingsopphold, men det kan da være hensiktsmessig å studere på heltid mens man er på utveksling. Det kan også være mulig å ta ett enkelt emne (valgemne) i utlandet i form av sommerkurs eller ved at man tar ett eller flere masteremner med samlingsbasert undervisning ved Handelshögskolan ved Karlstads universitet.

Studenter som planlegger å avlegge deler av sin grad i utlandet, må få det planlagte oppholdet godkjent på forhånd av høyskolen på grunnlag av emnebeskrivelser og pensumlister fra utenlandsk institusjon, samt uttalelser fra emneansvarlige innenfor relevante fagområder ved Høgskolen i Innlandet. Ett semesters opphold ved utenlandsk institusjon må til sammen gi minimum 30 ECTS på masternivå. Valgemner må settes sammen slik at man samlet sett oppnår det antall studiepoeng innenfor hovedprofilen og støtteprofilen som er angitt i studieplanen og det søkes innpass for obligatoriske emner. Det er relativt vanlig at emner ved utenlandske institusjoner har et omfang på enten 5, 6 eller 10 studiepoeng. I slike tilfeller kan det utøves noe fleksibilitet i antall

studiepoeng (+/- 2,5 studiepoeng) innenfor hver emnekategori så lenge de overordnede læringsutbyttene nås og det oppnås 30 studiepoeng samlet sett i løpet av semesteret.

Studiets oppbygging og innhold

I tråd med universitet- og høgskolerådet (UHR)-Økonomi og administrasjon anbefalinger for toårige masterstudier, tilbyr dette programmet både omfattende og grundig kunnskap, bestående av en hovedprofil (major), og en støtteprofil (minor).

Hvilken hovedprofil og støtteprofil studentene har, avhenger av hvilken spesialisering de velger. Business analytics og Økonomistyring har hovedprofil innenfor økonomi, og støtteprofil innenfor ledelse. Digital ledelse og forretningsutvikling og Markedsføringsledelse har sin hovedprofil innenfor ledelse, og støtteprofil innen økonomi.

Sammensettingen av emner

Obligatoriske emner vil ha følgende struktur:

- 37,5 studiepoeng innenfor hovedprofilområdet
- 15 studiepoeng støtteprofilområdet
- 7,5 studiepoeng området samfunnsvitenskapelig metode
- 30 studiepoeng selvstendig arbeid (masteroppgaven)

Sammensettingen av valgemner:

- 15-22,5 studiepoeng innenfor hovedprofilområdet
- 7,5 studiepoeng innenfor støtteprofilområdet
- 0-7,5 studiepoeng innenfor området samfunnsvitenskapelig metode

Hovedprofil 'markedsføringsledelse' tar utgangspunkt i at markedsføringen er den funksjonen i virksomheten som i størst grad ivaretar den strategiske forretnings- og markedsposisjonen og gjennom denne posisjonen sikrer og bedrer virksomhetens inntekter. Markedsføring er et bredt fagområde som berører flere ulike deler av virksomhetens mange funksjoner og ulike arbeidsoppgaver. Markedsføringsfunksjoner er blant annet med på å kartlegge behov hos kundene, drive frem innovasjon, utforme tjenester, gjøre tjenester tilgjengelige, kommunisere verdiforslag og merkeposisjon, utvikle kunderelasjoner, samt å sørge for oppfølging dersom tjenestene ikke skulle tilfredsstillende kundens behov og forventninger. Markedsføringen er med i hele forretningsprosessen fra utvikling av tjenesten til at kunden er fornøyd og har gjort gjenkjøp. I denne prosessen er det viktig at markedsføringen er med på å posisjonere og kommunisere virksomhetens tilbud for å bygge sterke merker. Studenter som velger

hovedprofil 'markedsføringsledelse i et tjensteperspektiv' vil ha sin støtteprofil innenfor økonomifag. Støtteprofilen består av emnene som inngår i plattform for økonomi, samt ett valgbart økonomiemne.

Kull

2022

Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføringsledelse i et tjensteperspektiv - Heltid

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *)	Studiepoeng pr. semester			
				Høst 2022	Vår 2023	Høst 2023	Vår 2024
Heltid (studiested Rena)							
Emnetabeller og emnebeskrivelser er sist oppdatert i januar 2022.							
3MMF100 / KMMF100	Markedsføringsteori	7,5	O	7,5			
3MMF120 / KMMF120	Strategi og ledelse (Strategy and Leadership)	7,5	O	7,5			
3MØS120 / KMØS120	Økonomisk styring og kontroll (Management accounting and control)	7,5	O	7,5			
3MMF220	Verdiskaping og tjenstelogikker	7,5	O	7,5			
3MMF200	Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon	7,5	O		7,5		
3MØS100 / KMØS100	Økonomisk organisasjonsteori	7,5	O		7,5		
3MMF240	Tjenesteinnovasjon	7,5	O		7,5		
3MSM130 / KMSM130	Kvantitativ metode (Quantitative method)	7,5	O		7,5		
3MSM120	Kvalitativ metode	7,5	V			7,5	
3MMF360	Krise i markedsrelasjoner	7,5	V			7,5	
3MMF260	Strategiske allianser og internasjonalisering (Strategic alliances and internationalization)	7,5	V			7,5	
3MES100	Profesjonsetikk og virksomhetens samfunnsansvar (Business ethics and corporate social responsibility)	7,5	V			7,5	
3MØS260	Økonomistyring, prosjektledelse og bærekraftig innovasjon (Management Accounting, project management and sustainable innovation)	7,5	V			7,5	
3MØS300	Verdsettelse og analyse	7,5	V			7,5	
3MSM220	Avansert statistisk metode	7,5	V			7,5	
KDBA140	Digital strategi og beslutningsstøtte	7,5	V			7,5	
KDBA130	Data management strategi (Data management strategy)	7,5	V			7,5	
3MØS240	Investeringer og beslutningsstøtte	7,5	V			7,5	
3MØS300	Verdsettelse og analyse	7,5	V			7,5	
	Pricing Analytics and Revenue Optimization (Prisanalyser og inntektsoptimering)	7,5	V			7,5	
LDBA200 / KDBA200	Applied Programming (Anvendt programmering)	7,5	V			7,5	

MØLBA3001	Data Engineering (Datahåndtering og analysedesign)	7,5	V			7,5			
KDBA120	Business analytics	7,5	V			7,5			
3MMF300 / 3MMF350 / 3MMØ300 / 3MMØ350 / KDBA900 / KDBA950	Masteroppgave (Master's thesis)	30	O				30		
Deltid undervises slik: 1. semester: 3MMF100 Markedsføringsteori og 3MMF220 Verdiskaping og tjenestelogikker 2. semester: 3MSM130 Kvantitativ metode og 3MØS100 Økonomisk organisasjonsteori 3. semester: 3MØS120 Økonomisk styring og kontroll og 3MMF120 Strategi og ledelse 4. semester: 3MMF200 Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon og 3MMF240 Tjenesteinnovasjon 5. semester: Valgemne metode og valgemne hovedprofil 6. semester: Valgemne støtteprofil og oppstart arbeid med masteroppgave 7. semester: Valgemne hovedprofil og arbeid med masteroppgave 8. semester: 3MMF350 Masteroppgave									
Sum:						30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

3MMF100 / KMMF100 Markedsføringsteori

Emnekode: 3MMF100 / KMMF100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om markedsføringsteoriens bakgrunn og forutsetninger (k1)
- har inngående kunnskap om hvordan markedsføringsfagets forståelse, teorier og dominerende tenkning har endret seg over tid og hvor faget står i dag (k2)
- har inngående kunnskap om hvordan markedsorientering, nettverk og relasjoner påvirker virksomhetens markedsfunksjon og kundeatferd (k3)

- kan bidra til en økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt virksomhetens markedsføringsfunksjon (k4)
- har inngående kunnskap om hvordan markedet og de samfunnsmessige utfordringer og rammebetingelser virksomheten møter har betydning for utviklingen av markedsføringsfaget (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og forholde seg kritisk til forskningslitteraturens beskrivelse av markedsføringsfunksjonen, fagets teoretiske ståsted og utfordringer (f1)
- kan analysere eksisterende markedsføringsteorier og fortolkninger og anvende disse i et selvstendig arbeid med praktisk og teoretisk problemløsning (f2)
- kan identifisere og gjennomføre aktiviteter som vil øke virksomhetens verdiskaping (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere kritisk over markedsførings betydning for næringsliv og samfunn (g1)
- kan formidle kunnskap om markedsteoretiske forhold i skriftlig form (g2)

Innhold

- Markedsfilosofi og dominerende markedsperspektiver
- Markedet, markedsomgivelser og virksomhetens rammebetingelser
- Kundeatferd
- Markedsstrategi og markedsføringens organisering
- Markedsorientering og resultater
- Relasjoner og nettverk

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren i emnet) og
- semesteroppgave med gitt problemstilling i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren i emnet). Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Ved gruppeeksamen står alle deltakere i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Begge deleksamener må være bestått for at emnet skal være bestått.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Skoleeksamen: Ingen hjelpemidler er tillatt

Semesteroppgave: Alle hjelpemidler er tillatt

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF120 / KMMF120 Strategi og ledelse (Strategy and Leadership)

Emnekode: 3MMF120 / KMMF120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studentene oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om strategibegrepet og sentrale elementer innenfor strategisk ledelse (k1)
- har inngående kunnskap om de grunnleggende premisene om drivkreftene i organisasjonen for å skape tilslutning til virksomhetens grunnleggende ambisjoner og visjoner (k2)
- har avansert kunnskap om hvordan den enkelte virksomhet og deres nettverk kan identifisere, utvikle og utnytte ressurser som strategiske fordeler (k3)
- har inngående kunnskap om styret, toppledelsens og andre interessenters rolle i strategiutviklingen (k4)
- har kunnskap om utviklingsperspektiver på strategi som fagdisiplin (k5)

Ferdigheter Studenten

- kan forholde seg kritisk til interne og eksterne faktorer som påvirker det strategiske utfallet i arbeidet med å utvikle en helhetlig og innbyrdes sammenhengende strategi for virksomheten (f1)
- kan anvende virkemidler som forsvarer en best mulig markeds- og konkurranseposisjon for virksomheten og hvordan ledelsessystemer bør utformes for å implementere de ulike delstrategiene (f2)
- forstår betydningen av metodiske og analytiske tilnærminger til strategiske spørsmål innenfor en virksomhetskultur (f3)

Generell kompetanse Studenten

- kan formidle problemstillinger knyttet etikk, holdninger og samfunnsansvar og gjennom dette legge grunnlaget for et reflektert miljø hvor disse holdningene diskuteres og prøves mot praktiske utfordringer i virksomheten (g1)
- kan prinsippene for å formidle virksomhetens strategi internt overfor medarbeidere og eksternt i forhold til de aktørene i omgivelsene som i vid forstand skaper rammebetingelser for virksomhetens virksomhet (g2)
- forstår nødvendigheten av og konsekvensene ved å utvikle en trygg organisasjonskultur som kan tillate og tåle uenighet og konstruktiv strid om strategiske valg, som grunnlag for nytenkning og innovasjonsprosesser (g3)
- kan referere til og begrunne den komplekse sammensetningen av kunnskaper, ferdigheter, holdninger og handlekraft som kreves av ledere på alle nivåer ved omfattende strategiske endringsprosesser organisasjonen (g4)
- har forutsetninger for å omsette tanker om de viktigste utfordringene i virksomheten til handling, og gjennomføre strategi- og endringsprosesser i virksomheten (g5)

Innhold

- Teoretiske utviklingsperspektiver på strategi som fagdisiplin
- Strategiprosesser – ulike perspektiver
- Digital påvirkning på strategiprosesser
- Virksomhetens markeds- og konkurranseposisjon
- Leder og lederrollen
- Digital ledelse og omstilling
- Omdømme
- Konkurrent- og omgivelsesanalyse
- Nettverksteori og nettverksstrategi – samarbeide eller konkurrere?

- Utvikling av struktur, virksomhetskultur og kompetanse som understøtter virksomhetens mål
- Effektivitetsmål, insentivsystemer, måleparametere, belønninger på individ- og gruppenivå
- Samfunnsansvar, samt normativ og empirisk etikk

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Obligatorisk frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers individuell, skriftlig hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS120 / KMØS120 Økonomisk styring og kontroll (Management accounting and control)

Emnekode: 3MØS120 / KMØS120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om utviklingen i fagområdet økonomistyring, fra tradisjonelle til mer moderne tilnærminger (K1)
- har inngående kunnskap om kritikken mot tradisjonelle perspektiver og modeller i fagområdet (K2)
- har inngående kunnskap om koblingen mellom styring og strategiarbeid (K3)
- har inngående kunnskap om ulike perspektiver på utforming, implementering og bruk av prestasjonsstyrings- og kontrollsystemer i ulike organisatoriske kontekster (K4)

- har inngående kunnskap om koblingen mellom klassiske bedriftsøkonomiske perspektiver og spesifikke tilnærminger til økonomi- og virksomhetsstyring (K5)
- har inngående kunnskap om utforming og anvendelse av tradisjonelle og innovative styringsverktøy og kalkylemodeller (K6)

Ferdigheter

Studenten

- kan kritisk reflektere omkring utformingen og anvendelsen av ulike teoretiske perspektiver, modeller og tilnærminger innen fagområdet økonomi og virksomhetsstyring (F1)
- kan anvende teoretiske og analytiske perspektiver og modeller innen økonomistyring på praktiske problemstillinger og utfordringer i ulike organisatoriske kontekster (F2)

Generell kompetanse

Studenten

- kan identifisere og reflektere over etiske problemstillinger knyttet til økonomisk styring og kontroll (g1)
- kan kommunisere hvordan ulike styringsmodeller kan bidra til å understøtte virksomhetens strategiimplementering (g2)
- kan anvende forskningsbasert kunnskap og kritisk refleksjon i løsningen av komplekse økonomisk- administrative problemstillinger (g3)

Innhold

- Et helhetsperspektiv på økonomi- og virksomhetsstyring
- Tradisjonelle og moderne tilnærminger til økonomisk styring og kontroll – koblingen mellom strategi og økonomistyring
- Økonomistyring (management accounting and control) som en del av økonomi- og virksomhetsstyringen
- Design, implementering og bruk av økonomistyring systemer i ulike organisatoriske kontekster.
- Styringsverktøy, kalkylemodeller og styringsdata som budsjetter, prognoser, residualinntektsmodeller, balansert målstyring, aktivitetsbasert kostnadskalkulasjon og target costing.
- Prestasjonsmåling, prestasjonsstyring og prestasjonsledelse
- Økonomistyring og operasjonsanalyse
- Økonomistyring og bærekraft
- Økonomistyring og endringsprosesser
- Økonomifunksjonens endrede rolle i organisasjon og samfunn

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren).
- Semesteroppgave med gitt problemstilling, i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren).

Begge deleksamener må være bestått for at emnet skal være bestått.

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

Ved gruppeeksamen står alle gruppemedlemmer ansvarlig for alt innhold i besvarelsen.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Skoleeksamen: Ingen hjelpemidler tillatt.

Semesteroppgave: Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF220 Verdiskaping og tjenestelogikker

Emnekode: 3MMF220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal studenten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert kunnskap om sentrale elementer som brukes innen tjenesteorienterte perspektiver slik som: verdi og verdiskaping av tjenester, tjenestesystemer, teknologi i tjenester, tjenestekvalitet, servicekultur, kundeopplevelser (k1)
- har avansert kunnskap om hvordan verdiskapende systemer gir forutsetninger for ressursintegrering og en dynamisk verdiskaping (k2)
- har avansert kunnskap om hvordan tjenesteprosesser, verdiskaping og verdiskapende systemer kan utformes og tilpasses markedet samt kundens behov (k3)
- kan bidra til en økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt virksomhetens tjeneste og markedsføringsfunksjon (k4)

- har spesialisert kunnskap om det tjenesteorienterte perspektivet og vitenskapelige teorier som har påvirket forståelsen av verdiskaping og markedsføringens utvikling (k5)
- kan tillemppe nøkkelbegrep, teori og modeller på nye områder og problemstillinger relatert til virksomheters verdiskaping (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende tjenesteperspektivet for å analysere hvordan verdier skapes for kunder og andre interessenter innenfor ulike typer virksomheter (f1)
- kan analysere teorier og metoder i et tjenesteperspektiv for å forstå virksomheters utfordringer og derigjennom kunne arbeide selvstendig med praktisk og teoretisk problemløsning (f2)
- kan formidle en kritisk tilnærming til tjenesteperspektivet og virksomhetens markedsføringsfunksjon (f3)
- kan anvende relevante begreper, teorier og metoder knyttet til å samskape verdier i et tjenesteperspektiv (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere kritisk over tjenesteaspektets betydning for næringsliv og samfunn (g1)
- kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter om tjenesteperspektivet for å se nye muligheter for samskappingsprosesser og verdiskaping (g2)
- kan bidra til ny tenkning ved å forstå tjenesteperspektiver som driver i en innovasjonsprosess (g3)

Innhold

- Sentrale begreper og hvordan disse kan brukes i tjenesteforskning og praksis
- Begrepet verdi og verdiskaping i et aktør- og systemperspektiv
- Tjenesteperspektiver og tjenestelogikker
- Utvikling av tjenester som vitenskap (herunder utvikling av service science)
- Elementer (tjenestekultur, teknologi, etc.) som påvirker tjenesteprosessen og gjennom dette kundens opplevelse og atferd
- Modeller for å beskrive, kategorisere og analysere verdiskaping gjennom tjenester
- Analysere verdiskaping gjennom tjenester i praksis

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF200 Markedsføringsledelse og strategisk kommunikasjon

Emnekode: 3MMF200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emnet 3MMF100 Markedsføringsteori må være bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om markedsføringens rolle i virksomheten og kan identifisere relevansen av nye teoretiske begreper, samt bruke dem til utvikle markedskommunikasjonsstrategier (k1)
- har inngående kunnskap om de skiftende strategiske kontekstene som markedskommunikasjon må kunne utøves innenfor (k2)
- har inngående kunnskap om merkebygging som en langsiktig investering (k3)
- har inngående kunnskap om det vitenskapsteoretiske grunnlaget for markedsføringsledelse (k4)
- har inngående kunnskap om hvordan man analyserer rollen til, og påvirkning av, merker i et markedsføringsmessig, sosiologisk og kulturelt perspektiv (k5)

- har avansert kunnskap om betydningen av merkebygging og omdømme og deres effekt på forbrukeratferd (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan innhente, analysere og tolke informasjon fra markedsrelaterte kilder og forholde seg kritisk til informasjonskildene som kan ha betydning for virksomhetens verdiskaping og markedsrelasjoner (f1)
- kan analysere og argumentere for konkurrerende ideer og teorier, samt begrunne virksomhetens valg av markedsstrategier (f2)
- kan bruke relevante metoder for å analysere kommunikasjonsplattformer i utviklingen av effektive tiltak mot ulike markedsutfordringer (f3)
- kan anvende markedsføringskunnskapen på nye områder for å bedre virksomhetens verdiskaping (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere etiske forhold rundt markedsføringens strategiske konsekvenser (g1)
- kan anvende kunnskap om markedsføringsledelse og kommunikasjon på nye områder for å imøtekomme virksomhetens utfordringer (g2)
- kan argumentere for egne ideer, beslutninger og anbefalinger innenfor markedskommunikasjon og merkebygging (g3)
- kan kommunisere markedsføringsfaglige problemstillinger innad i virksomheten og til eksterne samarbeidsaktører (g4)

Innhold

- Markedsføringens betydning for virksomheten og dens innflytelse i virksomhetens styrende organer
- Markedskommunikasjonens strategiske betydning for relasjoner og posisjon
- Modeller for markedskommunikasjon, herunder Integrert markedskommunikasjon (IMC) og relasjonskommunikasjon.
- Teknologiens betydning for virksomhetens strategiske kommunikasjon og merkevarebygging
- Kommunikasjon og utvikling av nye verktøy innen digital markedsføring, herunder markedskommunikasjon og merkevarebygging ved bruk av sosiale medier.
- Merkevarebygging og betydningen av merkevareledelse
- Merkepersonlighet, merkeidentitet og merkeverdier

- Forbrukeratferd og forbrukertilnæringer
- Merker i et konkurranseutsatt og komplekst miljø - posisjonering i hodet på kundene
- De etiske implikasjonene av markedsføring, kommunikasjon og samfunnsansvar

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren) og
- semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren).

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

Begge deksamener må være bestått for at emnet skal være bestått.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Individuell skoleeksamen: Ingen hjelpemidler er tillatt.

Semesteroppgave: Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS100 / KMØS100 Økonomisk organisasjonsteori

Emnekode: 3MØS100 / KMØS100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

ingen

Læringsutbytte

Ved fullført emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om ulike teorier for hvordan økonomiske transaksjoner kan koordineres gjennom markeder, organisasjoner og nettverk (k1)
- har inngående kunnskap om økonomiske teorier som kan forklare virksomhetens grenser, hvorfor noen økonomiske transaksjoner gjøres i et marked, mens andre gjøres internt i virksomheten (k2)
- har inngående kunnskap om hvordan økonomisk organisasjonsteori kan forklare konkurransemessige fortrinn gjennom egenskaper ved virksomhetens ressursbase, samt hvordan virksomheten kan samskape, endre og utvide sin ressursbase gjennom sine relasjoner (k3)
- har oversikt over de historiske linjene innenfor økonomisk organisasjonsteori og dens teoretiske bidrag til strategisk ledelse og økonomistyring (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende og forholde seg kritisk til økonomisk organisasjonsteori og forskningsresultater på området (f1)
- kan strukturere og formulere faglige resonnementer knyttet til organisering og styring av virksomheter, samt foreslå løsninger på praktiske og teoretiske problemer på grunnlag av egne analyser (f2)

Generell kompetanse

Studenten

- kan identifisere etiske problemstillinger og drøfte virksomhetens samfunnsansvar/ansvar for bærekraftig utvikling i forbindelse med økonomisk organisering (g1)

Innhold

- Nyklassisk økonomisk teori og *homo economicus* ('economic man') som referansepunkt
- Transaksjonskostnadsteori, begrenset rasjonalitet og opportunisme
- Vertikal integrasjon, incentiver, kontrakter, risikodeling og tillit
- Ressursbaserte teorier, dynamiske kunnskaper/kapabiliteter
- Økonomisk atferdsteori, beslutninger under usikkerhet og distinksjonen usikkerhet/risiko
- Agentteori
- Aktør-nettverksteori og performativitetsteser
- Institusjonell teori
- Interorganisatorisk teori
- Økonomisk organisering, lineære og sirkulære modeller, etiske problemstillinger og samfunnsansvar/ansvar for bærekraftig utvikling.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, presentasjoner, diskusjoner og case, samt oppgaveløsning, individuelt og i gruppe.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers individuell, skriftlig hjemmeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF240 Tjenesteinnovasjon

Emnekode: 3MMF240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3MMF220 Verdiskaping og tjenestelogikker må være bestått.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om sentrale begreper innen tjenesteinnovasjon (k1)
- har inngående kunnskap om hvordan innovasjon drives frem og måles (k2)
- har inngående kunnskap om ulike praksiser innen innovasjonsområdet, samt forstår hvordan dette står i forhold til innovasjonsresultatet (k3)
- har inngående kunnskap om metoder innenfor tjenesteinnovasjon og på hvilke sett disse speiler innovasjonspraksisen i virksomheter (k4)
- har avansert kunnskap om hvordan innovasjon og tjenesteutvikling kan brukes til å forbedre eksisterende tjenester, skape nye tjenester, med utgangspunkt i den historiske utviklingen av produkt- og tjenesteinnovasjon (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og diskutere ulike perspektiver og modeller av innovasjon og kunde-/brukerrolle i samskapingsprosessen, samt i utviklingsprosessen (f1)
- kan analysere hvordan ulike eksterne og interne situasjoner og ressurstilgang påvirker innovasjonsprosessen (f2)
- kan drøfte og begrunne ulike strategier og metoder for å øke kundens opplevelse av verdiskapingsprosesser i virksomheten og kjenner ulike markedsføringsmetoders relevans og effektivitet (f3)
- kan bidra til økt bruk av vitenskapelig kunnskap i en tradisjonell praksis innenfor området innovasjon (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan analysere etiske problemstillinger i forbindelse med tjenesteinnovasjonsprosesser, spesielt der hvor kunden er en aktiv deltaker (g1)
- kan anvende kunnskap om innovasjonsprosesser på nye områder slik at det øker virksomhetens verdiskaping (g2)
- kan kommunisere markedsrelevansen i innovasjonsprosesser internt i virksomheten og mot potensielle kunder (g3)
- kan bidra til å forstå og fremme nytenkning i virksomheter (g4)

Innhold

- tjenesteinnovasjon i virksomheter og bransjer
- utvikle nye tjenester (new service development) og tjenesteinnovasjon gjennom hele verdisamskapingsprosessen
- kunden som verdisamskaper, og gjennom dette belyse teorier om tjenesteinnovasjon
- markedsføringsundersøkelser og adopsjonsprosesser
- utvikling av tjenestevedlikehold (service maintenance)
- utvikling for å forbedre serviceytelse (service performance)
- innovasjon fra et tjenestelogikkperspektiv
- ulike måter å beskrive og klassifisere innovasjon på
- praksis og teori for innovasjonsprosesser
- kundeinvolvering i innovasjon

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for

øvrige obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MSM130 / KMSM130 Kvantitativ metode (Quantitative method)

Emnekode: 3MSM130 / KMSM130

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved fullført emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om forskningsdesign, innhenting av empiri, analyse og tolking av kvantitative undersøkelser (k1)
- har inngående kunnskap om multippel regresjonsanalyse og regresjonsforutsetninger (k2)
- har inngående kunnskap om om logistisk regresjon (k3)
- har inngående kunnskap om eksplorerende (utforskende) og konfirmerende (bekreftende) faktoranalyse (k4)
- har kunnskap om forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvernordninger for kvantitative analyser (k5)

Ferdigheter

Studenten

- har det nødvendige vitenskapsteoretiske og metodiske grunnlaget for å gjennomføre kvantitative undersøkelser, samt kan vurdere andres arbeider (f1)
- behersker kvantitativ metode og forskningsopplegg gjennom å kunne anvende dem i analysearbeid (f2)
- kan strukturere og formulere komplekse metodiske resonnementer (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- har inngående kunnskap om forskningsprosessen og kan velge forskningsmetode basert på en problemstilling (g1)
- har grunnlag for å kommunisere og diskutere metodiske problemstillinger, forskningsdesign og metodevalg innenfor bedriftsøkonomiske/administrative fagområder (g2)
- kan på selvstendig grunnlag fortsette egen kompetanseutvikling og spesialisering i forskningsdesign og metodevalg (g3)
- har kunnskap om forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern (g4)

Innhold

- Vitenskapsteoretiske og metodiske grunnlag for å gjennomføre kvantitative undersøkelser, vurdering av andres arbeider
- Forskningsdesign
- Innhenting av empiri, analyse og tolking av kvantitative undersøkelser. Undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet).
- Grafiske fremstillinger
- Multippel regresjonsanalyse og regresjonsforutsetninger
- Logistisk regresjon
- Personvernordninger for kvantitative analyser
- Eksplorerende (utforskende) og konfirmerende (bekreftende) faktoranalyse
- Forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger. Oppgaveløsning, individuelt og i grupper. Øvelser i bruk av statistikkprogram og bruk av instruksjonsvideoer.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). Oppgavene er basert på et gjennomgående case (datasett deles ut) og skal løses i grupper på inntil tre studenter. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren) og
- semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren). Semesteroppgaven krever bruk av statistikkprogram.

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

Begge deksamener må være bestått for at emnet skal være bestått.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt for semesteroppgaven.

Ingen hjelpemidler tillatt ved skoleeksamen.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MSM120 Kvalitativ metode

Emnekode: 3MSM120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om kvalitative forskningsprosesser, utforming og forskningsdesign (k1)
- har kunnskap om relevansen av vitenskapsteori i kvalitative metoder (k2)
- har praktisk og teoretisk kunnskap om fasene i et forskningsprosjekt, fra problemformulering til publisering k3
- har inngående kunnskap for å være i stand til å bruke begreper diskutert i en teori, formulere en intervjuguide og gjennomføre et intervju (k4)
- har inngående kunnskap om hvordan analysere teoretiske begreper og skape nye begreper, samt å diskutere forholdene mellom disse begrepene, samtidig som grensene og forutsetningene for disse forklares (k5)
- har inngående kunnskap om hvordan kvalitativ vitenskapsteori og metodevalg rapporteres gjennom egen forskning (k6)
- har kunnskap om kriterier for forskningskvalitet og etisk forsvarlig forskning (k7)

Ferdigheter

Studenten

- kan kritiske analysere og vurdere bruken av kvalitative informasjonskilder i egne og andres undersøkelser, og kan formulere og utvikle kvalitative problemstillinger (f1)
- kan formulere problemstillinger og relatere dem til aktuelle forskningsdesign og metodevalg (f2)
- kan forklare hensikten med ulike metoder for datainnsamling og analyse av kvalitative data (f3)
- kan analysere og forholde seg kritisk til kvalitative metoder og teknikker (f4)
- har inngående kunnskap om forskningsprosessen, kan velge forskningsmetode baserte på problemstilling og behersker metoder for å samle inn, bearbeide og analysere kvalitative data (f5)
- har det nødvendige vitenskapsteoretiske og metodiske grunnlaget for å gjennomføre samfunnsvitenskapelige undersøkelser, samt kan vurdere andres arbeider (f6)

Generell kompetanse

Studenten

- kan vurdere, samt ta stilling til etiske problemer knyttet til egne og andres kvalitative undersøkelser (g1)
- kan på selvstendig grunnlag fortsette egen kompetanseutvikling innenfor kvalitative analyser (g2)
- har grunnlag for å kommunisere om og diskutere kvalitative problemstillinger, forskningsdesign og metodevalg innenfor bedriftsøkonomiske/administrative fagområder (g3)
- er i stand til å designe og gjennomføre et avgrenset forskningsprosjekt i form av en masteroppgave (g4)

Innhold

- Arbeidsprosessene i samfunnsvitenskapelig forskning - herunder forskningsdesign, designkriterier, problemformuleringer og analytiske kategorier.
- Det vitenskapelige grunnlaget for kvalitativ metodebruk
- Faser i kvalitativ forskning
- Ulike forskningsdesign

- Induksjon og deduksjon
- Ontologiske og epistemologiske forutsetninger
- Transparens, reliabilitet og validitet
- Problemutforming, forskningsdesign, bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative data.
- Vitenskap, etikk og retningslinjer for datainnsamling og personvern.
- Kvalitative intervjuer og fokusgruppeundersøkelser.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, digitale opptak, oppgaveløsning, gruppearbeid, presentasjoner og diskusjoner.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

Eksamensformen i emnet er en individuell semesteroppgave. Semesteroppgaven skal dokumentere studentenes evne til å anvende tilegnet kunnskap innenfor fagområdet kvalitativ metode, med utgangspunkt i en selvvalgt problemstilling, teori og analyse.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF360 Krise i markedsrelasjoner

Emnekode: 3MMF360

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om hvordan konflikt i relasjoner mellom virksomheten og kunder oppstår og kan eskalere fra konflikt til krise, både mot enkeltkunder og grupper av kunder og mot markedet generelt (k1)
- har inngående kunnskap om hvordan enkeltkunder takler konflikten gjennom klageatferd og hvordan virksomheten kan håndtere dette gjennom klagehåndtering (k2)
- har inngående kunnskap om hvordan konflikt i markedsrelasjonene påvirker virksomhetens omdømme og om hvordan dette kan håndteres (k3)
- har inngående kunnskap om de ulike kommunikasjonsstrategier som kan anvendes til krisehåndtering (k4)
- har inngående kunnskap om skalering og håndtering av konflikter som kan bidra til økt systematisk og vitenskapelig tenkning rundt dette i virksomheten (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan drøfte og legge føringer for systemer for klagehåndtering (f1)
- kan definere og analysere kriser fra et markedsperspektiv (f2)
- kan anvende avanserte analysemetoder og verktøyer for håndtering av forskjellige typer kriser; herunder merkekrise, tjenestekrise og omdømmekrise (f3)
- kan analysere mulige krisesituasjoner og planlegge en markedskommunikasjonsstrategi for en slik krisesituasjon (f4)
- kan utarbeide strategi for mediehåndtering i konflikt- og krisesituasjoner (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- kan analysere faglige- og yrkesetiske problemstillinger i forbindelse med konflikt- og krisehåndtering (g1)
- kan anvende sine kunnskaper om markedsrelasjoner når nye konflikt- og krisesituasjoner oppstår (g2)
- kan kommunisere forståelse for krisehåndtering i markedsrelasjoner overfor relevante personer i virksomheten (g3)
- kan bidra til nytenkning rundt kriseforståelse og kriseledelse hos virksomhetens ledelse (g4)

Innhold

- Forskjellige typer konfliktsituasjoner
- Proaktive og reaktive tilnærminger til styring av kriser
- Kunders klageatferd
- Virksomhetens klagehåndtering
- Teorier og modeller i kriser og markedsledelse
- Håndtering av kriser- merkekrise, tjenestekrise, omdømmekriser
- Omdømmehåndtering
- Krise og kunderelasjoner
- Krisehåndteringsstrategier – proaktive & reaktive strategier
- Mediehåndtering
- Samfunnsansvar og bærekraft

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF260 Strategiske allianser og internasjonalisering (Strategic alliances and internationalization)

Emnekode: 3MMF260

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3MMF120 Strategi og ledelse

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- Har inngående kunnskap om aktørers motivasjon og kriterier for å inngå i strategiske allianser (k1)
- Har inngående kunnskap om hvordan økt kompleksitet, konkurransemessig dynamikk og trender i omgivelsene aktualiserer behovet for samarbeid, allianser og verdinettverk (k2)
- Har inngående kunnskap om hvordan strategiske allianser kan øke ulike aktørers konkurransefordel og strategiske posisjon (k3)
- Har inngående kunnskap om hvordan og i hvilken form strategiske allianser dannes

(k4)

- Har inngående kunnskap om hvordan strategiske allianser organiseres og opereres (k5)
- Har inngående kunnskap om hvilke faktorer som påvirker hvorvidt og hvordan en virksomhet bør gjennomføre sine internasjonale aktiviteter (k6)

Ferdigheter

Studenten

- Kan analysere en virksomhets potensial, samt interne og eksterne kriterier, for å inngå i en strategisk allianse (f1)
- Kan analysere generelle trekk i en virksomhets omgivelser som aktualiserer behovet for allianser og nettverk, herunder globale trender innen bærekraft, digitalisering, og tjenestefisering (f2)
- Kan analysere ulike topologier, herunder, dyader, nettverk og systemer og hvordan disse skaper ulik konkurransedynamikk (f3)
- Kan analysere sentrale faktorer som inngår i en alliansestruktur, herunder integrasjonsgrad, samarbeid, kontraktuelle forhold, styring og kontroll (f4)
- Kan identifisere og evaluere utfordrende aspekter ved en virksomhets allianse- og nettverksaktivitet (f5)
- Kan analysere ulike former for organisering, operasjon og utvikling av en strategisk allianse (f6)
- Kan vurdere globale kontekstuelle faktorer som påvirker internasjonaliseringsprosessen (f7)

Generell kompetanse

Studenten

- Kan reflektere over hvordan økt kompleksitet i omgivelsene krever samarbeid og nettverksdannelse (g1)
- Kan reflektere over hvordan behovet for bærekraftige løsninger vil drive innovasjon preget av samarbeid og gjensidig avhengighet mellom partene (g2)
- Kan reflektere over hvordan digitalisert informasjon flyter i verdinettverk og skaper behov for samarbeid mellom partene (g3)
- Kan reflektere kritisk over de systemiske og etiske forhold som ligger til grunn for internasjonalisering (g4)

Innhold

- Tradisjonelle perspektiver på motivasjon for inngåelse av strategiske allianser

- Perspektiver på generelle globale utviklingstrekk som aktualiserer behovet for strategiske allianser og nettverk i en internasjonal kontekst
- Teoretiske perspektiver for å analysere ulike typer strategiske allianser
- Teoretiske perspektiver fra faget strategi med henblikk på valg av strategisk partner og ønsket konkurransemessig fordel
- Organisasjonsteoretisk tilnærming til styring og kontroll i alliansen
- Teoretiske perspektiver omhandlende samarbeid og relasjonskvalitet
- Teoretiske perspektiver rundt organisasjonsdesign og operasjon av en strategisk allianse
- Teoretiske perspektiver for å forstå nettverk og co-evolusjon i nettverk
- Utvikling av økosystemer for bærekraftig verdiskapning i et nettverk av samarbeidende aktører
- Digitalisering av verdikjeden, konsekvenser for inngåelse av samarbeid og strategiske allianser
- Internasjonaliseringsteori med henblikk på valg av strategisk partner
- Praktiske eksempler og aktualisering av faget i dagens internasjonale kontekst

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Obligatorisk frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

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

ståkarakter.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MES100 Profesjonsetikk og virksomhetens samfunnsansvar (Business ethics and corporate social responsibility)

Emnekode: 3MES100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om teorier, modeller og metoder knyttet til moralske og ansvarsmessige spørsmål rundt etikk og virksomheters samfunnsansvar (k1)
- kan inngående kunnskap om teorier, modeller og metoder knyttet til etikk og virksomheters/individets ansvar (k2)

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende teorier, modeller og metoder relatert til etikk og samfunnsansvar for å identifisere, analysere og håndtere utfordringer innen området (f1)
- kan skille mellom etiske og juridiske problemstillinger knyttet til økonomiske valg (f2)

Generell kompetanse

Studenten

- kan forvalte den ekspertstatus som følger med en høyere grads utdanning innenfor økonomi og ledelse (g1)
- forstår etiske og moralske utfordringer knyttet til fagområdet studiet kvalifiserer til å arbeide eller forske innenfor og kan håndtere disse utfordringene (g2)

Innhold

- Ulike etiske teorier og deres terminologi, knyttet spesielt opp mot filantropi, interessenter (interessentanalyse), kjernevirksomhet, kunnskap om CSR, miljøansvar, omdømme og økonomisk ansvar.
- Forholdet mellom etiske og økonomiske teorier, både med hensyn til samfunns- og bedriftsøkonomi.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen vil bestå av både forelesninger og gruppearbeid med praktiske eksempler, gjennomgang av "cases" og rollespill.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av

fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.

- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS260 Økonomistyring, prosjektledelse og bærekraftig innovasjon (Management Accounting, project management and sustainable innovation)

Emnekode: 3MØS260

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om sentrale begreper innen økonomistyring i prosjekt, herunder ledelsesteknologiers rolle, så som kapital-/anleggsbudsjett, risikostyring, incentivkontrakter (k1)
- har kunnskap om hvordan ledelse og økonomistyring i prosjekter har utviklet seg i

et historisk perspektiv (k2)

- har avansert kunnskap om økonomistyringens strategiske og operative roller i virksomhetens prosjektprosesser, spesielt i forhold til utvikling av bærekraftige produkter-, tjenester- og prosess innovasjoner (k3)
- har inngående kunnskap om økonomistyringens rolle i situasjoner der det råder stor kontekstuell og operasjonell usikkerhet i prosjektet (k4)
- har avansert kunnskap om hvordan prosjektorganisasjonens økonomistyring samspiller med virksomheten og andre interessenter i omgivelsene, med særlig fokus på bærekraftig innovasjon (k5)
- har inngående kunnskap om hvordan økonomistyringen kan mobilisere humane/ikke-humane relasjoner og ressurser i kapital- og kunnskapsintensive prosjekt- og innovasjonsprosesser (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og kritisk diskutere ulike perspektiver på økonomistyring og prosjektledelse (f1)
- kan analysere ulike prosjektkontekster og identifisere praktiske utfordringer for økonomistyringen generelt, så vel som spesifikt, i forhold til innovative og bærekraftige utviklingsprosjekt (f2)
- kan drøfte og begrunne ulike strategier for økonomistyring og prosjektledelse med henblikk på praktiske resultater og suksess kriterier så som bærekraftig innovasjon, relevans, effektivitet, og ny kunnskap (f3)
- kan drøfte og begrunne konsekvensene av tradisjonelle og performative perspektiver på økonomistyring i innovative og bærekraftige prosjektprosesser (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan analysere økonomistyringens rolle i innovasjonsprosessen og forholde seg til etiske og miljømessige hensyn og utfordringer i relasjon til prosjektets interessenter (g1)
- kan anvende kunnskap om økonomistyring og prosjektledelse på nye områder som kan utvikle handlingsrommet og evnen til å balansere mellom ulike interesser og hensyn på kort og lang sikt (g2)
- kan bidra til å forstå og fremme en hensiktsmessig økonomistyring og organisering av virksomhetens prosjekt- og innovasjonsprosesser, spesielt med hensyn til bærekraftig utvikling (g3)

Innhold

- Prosjektet som organisatorisk fenomen og utfordring i økonomistyringen
- Ledelse og økonomistyring i prosjekt i et historisk perspektiv
- Økonomistyring i innovasjons- og kunnskapsintensive virksomheter og prosjekt
- Usikkerhet, risiko, økonomistyring og kontroll
- Økonomistyring, suksess og evaluering
- Økonomistyringens kontekst i prosjekt: virksomheten og interessentene
- Alternative perspektiver på økonomistyring og prosjektledelse; den skandinaviske skolen
- Et performativt perspektiv på bærekraftig innovasjon; fra lineære til sirkulære prosjektmodeller.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer.

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

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

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS300 Verdsettelse og analyse

Emnekode: 3MØS300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3MØS120 Økonomisk styring og kontroll eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert kunnskap om de sentrale verdsettelsesmodellene og sammenhengene mellom dem (k1)
- har inngående kunnskap om bruk av offentlig tilgjengelig informasjon, spesielt regnskapsinformasjon og bærekraftrapportering, til verdsettelsesformål (k2)
- har inngående kunnskap om bruk av finansregnskapet, bærekraftrapportering og annen relevant informasjon til regnskapsanalyse (k3)
- har avansert kunnskap om metoder og usikkerhet i regnskapsestimer og foretaksverdi (k4)
- har avansert kunnskap om hvordan skatter påvirker transaksjoner og kontantstrømmer (k5)
- kan anvende sentrale teorier og metoder innenfor verdsettelse og regnskapsanalyse på nye områder innen fagområdet (k6)

Ferdigheter

Studenten

- kan forklare og anvende de sentrale verdsettelsesmodellene for selskaper og aksjer, og diskutere modellenes styrker og svakheter (f1)
- kan foreta en kritisk gjennomgang og analyse av årsregnskaper, bærekraftrapportering og annen relevant informasjon, herunder foreta nødvendige justeringer for vurdering av den reelle underliggende inntjeningen (f2)
- kan gjennomføre en avansert regnskapsanalyse med utgangspunkt i informasjon fra finansregnskapet, bærekraftrapporteringen og annen relevant informasjon (f3)
- kan bidra til å utarbeide prognoser for framtidige kontantstrømmer før og etter skatt (f4)
- kan anvende sentrale teorier og metoder innen verdsettelse og regnskapsanalyse på nye områder innen fagfeltet (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere kritisk over forhold av betydning for verdsettelse av selskaper og regnskapsanalyse, inkludert kvaliteten og sikkerheten til informasjonen som brukes (g1)
- kan formidle sentralt fagstoff innenfor verdsettelse og regnskapsanalyse gjennom relevante uttrykksformer (g2)
- kan kommunisere om modeller, forutsetninger og kritiske faktorer for verdifastsettelse og regnskapsanalyse til andre fagpersoner og til beslutningstakere uten økonomisk bakgrunn (g3)
- kan tilegne seg oppdatert kunnskap innenfor ovenfornevnte kunnskaps- og ferdighetsområder (g4)

Innhold

- Teoretiske og praktiske metoder for verdsettelse av selskaper
- Regnskapsanalyse, strategisk analyse og annen analyse av offentlig tilgjengelig informasjon, herunder bærekraftrapportering, som grunnlag for verdivurderingene
- Analyse av lønnsomhet, finansiering, likviditet og soliditet
- Prognoser for kontantstrømmer og estimater for avkastningskrav
- Skattemessige problemstillinger knyttet til verdivurderinger

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, diskusjoner og oppgaveløsning i grupper. Det tas

sikte på å bruke nyhetssaker i undervisningen.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

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

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MSM220 Avansert statistisk metode

Emnekode: 3MSM220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3/KMSM130 Kvantitativ metode.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har avansert forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger (k1)
- har avansert kunnskap om forutsetningene for bruk av multivariate metoder (k2)
- har spesialisert kunnskap om faktoranalyse, forskjellige regresjonsmetoder og strukturell liknings-modellering (k3)
- har inngående kunnskap om tidsserieanalyser (k4)

Ferdigheter

Studenten

- kan teste og kritisk vurdere komplekse undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet) (f1)
- kan begrunne sitt metodevalg og forholde seg kritisk til faglitteratur og andre

kilder (f2)

- kan gjennomføre avanserte empiriske undersøkelser analysere data (f3)
- kan formulere, utvikle og organisere kvantitative forskningsprosjekter (f4)
- kan analysere og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser (f5)
- kan gjennomføre et utviklingsarbeid ved hjelp av kvantitative metoder på en selvstendig måte (f6)

Generell kompetanse

Studenten

- kan analysere og drøfte forskningsetiske problemstillinger knyttet til innsamling og analyse av data (g1)
- kan analysere og forholde seg kritisk til kvantitative metoders forutsetninger og begrensninger (g2)
- kan anvende kunnskap om kvantitativ metode slik at man får ny kunnskap som belyser virksomhetens økonomiske og ledelsesmessige utfordringer (g3)
- kan formidle omfattende selvstendig kunnskap om bruk av kvantitative metoder (g4)

Innhold

- Multippel og multivariat regresjon
- Mediator og moderator
- Logistisk regresjon
- Eksplorative og bekreftende faktoranalytiske teknikker
- Strukturell liknings modellering
- Tidsserieanalyser
- Aktuelle dataprogram

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger. Oppgaveløsning, individuelt og i grupper. Muntlig presentasjon. Øvelser i bruk av statistikkprogram og bruk av instruksjonsvideoer.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling. Oppgavene er basert på et gjennomgående case (datasett deles ut) og skal løses i grupper på inntil tre studenter. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper. Minimum tre av fire oppgaver må være vurdert til godkjent.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

- Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer (teller 40% av karakteren). Semesteroppgaven krever bruk av statistikkprogram. Ved gruppeeksamen står alle deltakere i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.
- Individuell skoleeksamen (teller 60% av karakteren).

Prestasjonen vurderes med med graderte bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Begge deksamener må være bestått for at emnet skal være bestått.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt for semesteroppgaven.

Ingen hjelpemidler tillatt ved skoleeksamen.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

KDBA 140 Digital strategi og beslutningsstøtte

Emnekode: KDBA140

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3MMF120 Strategi og ledelse

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- Har kunnskap om ulike teoretiske perspektiver på beslutningstaking (k1)
- Har generisk kunnskap om beslutningsanalyse og beslutningsstøttesystemer og kjennskap til noen av de mest brukte IT-baserte beslutningsstøttesystemene (k2)
- Har inngående kunnskap om muligheter til økt verdiskaping, men også tekniske og organisatoriske utfordringer, som ligger i å kombinere, integrere og presentere data fra ulike deler av virksomheten gjennom IT-baserte beslutningsstøttesystemer (k3)
- Har inngående kunnskap om hvordan digitale prosesser kan endre arbeidsprosesser, verdikjeder/-systemer og forretningsmodeller og påvirke beslutningstakingen (k4)
- Har avansert kunnskap om digital strategi og hvordan beslutningsstøttesystemer

kan uformes for å understøtte den digitale strategien (k5)

Ferdigheter

Studenten

- Kan anvende et utvalgt IT-basert beslutningsstøttesystem (f1)
- Kan drøfte muligheter og utfordringer knyttet til datadrevne beslutningsprosesser og automatisering av beslutninger (f2)
- Kan anvende relevant teori og empiri for å analysere, kritisk drøfte og vurdere beslutningsmodeller, beslutningsstøttesystemer og digitale strategier (f3)
- Kan anvende teoretiske modeller for å forstå konsekvensene av digital påvirkning på forretnings-/virksomhetsmodell og kritisk vurdere modellen (f4)
- Kan initiere og lede arbeid med utforming av digital strategi (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- Kan forholde seg til ulike syn på beslutningsprosesser og relatere de til ulike tilnærminger og holdninger til systemer for beslutningsstøtte og automatisering av beslutninger (g1)
- Kan kommunisere med medarbeidere, eksperter og beslutningstakere om valg og tilpasning av beslutningsstøttesystemer, samt utvikling av nye forretningsmodeller/virksomhetsmodeller (g2)
- Kan holde seg oppdatert på utviklingen innenfor beslutningssystemer og forretningsmodeller (g3)

Innhold

- Teoretiske perspektiver på beslutningstaking
- Beslutningsanalyse
- Beslutningsstøttesystemer, visualisering av data
- Digital strategi og beslutningsstøtte
- Ansvar og roller i utforming og utøvelse av digital strategi
- Datadrevne beslutningsprosesser
- Automatisering av beslutninger
- Organisatoriske konsekvenser
- Påvirkning mellom digitale prosesser, verdikjeder/-systemer, forretnings-/virksomhetsmodeller og beslutningstakingen

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger. Diskusjoner, gruppearbeider og refleksjonsøvelser basert på pensum og case. Oppgaveløsning, individuelt og i gruppe. Øvelser i bruk av programvare for beslutningsstøtte. (Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav).

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Deltakelse i minst én gruppebasert refleksjonsøvelse.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

48 timers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

KDBA130 Data management strategi (Data management strategy)

Emnekode: KDBA130

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Bestått emnet 4MMF100 Strategi og ledelse.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- Har inngående kunnskap om ulike typer data, datastrukturer, datakilder, lagring og rensing av data, samt databaser (k1)
- Har inngående kunnskap om hva som er karakteristisk for «Big Data», samt særlige utfordringer med lagring og systematisering av store og komplekse datamengder (k2)
- Har avansert kunnskap om formålet med, og oppbygging av operasjonelle databaser og datavarehus (k3)
- Har kunnskap om programmeringsgrensesnitt og skyløsninger (k4)
- Har kunnskap om sentrale problemstillinger knyttet til informasjonssikkerhet, samt juridiske forhold knyttet til personvern ved lagring og anvendelse av virksomhetens data (k5)

- Har kunnskap om sentrale problemstillinger knyttet til tilgang til virksomhetens data og eiendomsrett til data (k6)
- Har inngående kunnskap om strategisk ledelse av virksomhetens dataressurser (k7)

Ferdigheter

Studenten

- Kan initiere, tilrettelegge og delta i arbeid med strategi og policy for ledelse av virksomhetens dataressurser (f1)
- Kan drøfte roller og funksjoner innenfor Data Management, samt drøfte organisatorisk plassering av disse funksjonene (f2)
- Kan identifisere databehov, kilder og proxy-variabler for effektiv transformering av data til tilgjengelig informasjon (f3)

Generell kompetanse

Studenten

- Kan drøfte etiske og juridiske problemstillinger knyttet til innhenting, lagring og anvendelse av ulike typer data i virksomheten (g1)
- Kan kommunisere med fagpersoner innenfor IT om løsninger for ledelse og administrasjon av virksomhetens dataressurser (g2)
- Kan holde seg oppdatert på utviklingen innen teknologier for innhenting, lagring, bearbeiding og organisering av data, samt juridiske og etiske problemstillinger knyttet til denne utviklingen (g3)

Innhold

- Ulike typer data, datastrukturer og datakilder
- Lagring og rensing av data og proxyvariabler
- Lagring og systematisering av data, relasjonelle og ikke-relasjonelle databaser
- Operasjonelle databaser og datavarehus
- Programmeringsgrensesnitt og skyløsninger
- Informasjonssikkerhet, personvernloven, General Data Protection Regulation
- Ledelse av data som strategisk ressurs, ledelsens rolle og ansvar
- Ulike roller og funksjoner innenfor data management
- Tilgang og eiendomsrett til data
- Etiske problemstillinger

Arbeids- og undervisningsformer

Den organiserte undervisningen består av forelesninger og diskusjoner, samt oppgaveløsning individuelt og i grupper. Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert skriftlige arbeidskrav på forhånd (se under obligatoriske arbeidskrav).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MØS240 Investeringer og beslutningsstøtte

Emnekode: 3MØS240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om tradisjonelle investeringsanalyser og hvilke forutsetninger disse er bygget på (k1)
- har avansert kunnskap om håndtering av risiko i tradisjonelle investeringsanalyser (k2)
- har spesialisert kunnskap om behandling av risiko og verdsettelse av prosjekter med utgangspunkt i realopsjonsteori og gjennom dette innsikt i for hvordan virksomheter kan skape seg fleksibilitet (k3)
- har inngående kunnskap om opsjonsteori (k4)
- har inngående kunnskap om teorier angående finansiering og kapitalstruktur (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan innhente, analysere og tolke informasjon som grunnlag for investeringsanalyse og forholde seg kritisk til informasjonskildene (f1)
- kan forholde seg kritisk til modeller for analyse av investeringer under usikkerhet og verdsettelse på en slik måte at egne resonnementer kan formuleres (f2)
- kan drøfte og vurdere ulike modeller for analyse av investeringer under usikkerhet og verdsettelse (f3)
- kan anvende relevante metoder for å gjennomføre analyser av investeringer under usikkerhet og verdsettelse med utgangspunkt i realopsjonsteori (f4)

Generell kompetanse

Studenten

- kan drøfte etiske forhold knyttet til virksomhetens investeringsbeslutninger (g1)
- kan anvende kunnskapen på nye områder gjennom å forstå investeringer i et tjenesteperspektiv (g2)
- kan argumentere, forsvare eller rettferdiggjøre egne ideer, beslutninger og anbefalinger i forbindelse med investeringer under usikkerhet og verdsettelse (g3)
- kan bidra til endrings- og innovasjonsprosesser ved å legge til rette for fleksibilitet for virksomheten gjennom beslutningsstøtte for investeringer (g4)

Innhold

- Tradisjonelle investeringsanalyser og forutsetninger disse er bygget på
- Modeller for håndtering av risiko ved tradisjonelle investeringsanalyser
- Grunnleggende opsjonsteori
- Opsjonsteori og risiko
- Investeringsanalyser med utgangspunkt i opsjonsteori
- Opsjonsteori og finansiell styring
- Finansiering og kapitalstruktur

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen består av forelesninger, oppgaveløsning, case og diskusjoner. Se for øvrig obligatoriske arbeidskrav.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Skriftlige oppgaver som leveres inn i forkant av hver samling (totalt 4). To oppgaver skal løses i gruppe på inntil tre personer, to skal løses individuelt. Tre av fire arbeidskrav må være vurdert til godkjent. Studentene er selv ansvarlige for å danne grupper.
- Ett muntlig framlegg i gruppe på inntil tre personer.
- Frammøte på 50% av emnets underviste timer.

Eksamen

- 4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

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

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

Pricing Analytics and Revenue Optimization (Prisanalyser og inntektsoptimering)

Emnekode:

Studiepoeng: 7,5

Semester

Autumn

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Prerequisites: 3MØS120 Management accounting and control (Økonomisk styring og kontroll). Recommended Prerequisites: Business forecasting.

Læringsutbytte

Learning outcome:

By completing the course, the student shall:

Knowledge

- Have in-depth knowledge about what opportunities various companies might have to apply pricing and revenue management (k1).
- Explain the critical differences among different types of opportunities and approaches needed to address them (k2).
- Explain and exemplify how price presentation, fairness, and ethical- and legal issues may influence pricing decisions and customer acceptance (k3).
- Have advanced knowledge about key concepts such as (k4):

- the impact of constrained capacity on pricing decisions
- opportunity costs
- market segmentation

Skills

- Formulate decision problems within pricing analytics and revenue management for a wide range of business situations (f1).
- Estimate customers' willingness-to-pay and companies price-response functions using various data sources (f2).
- Formulate and solve pricing- and markdown problems using optimization techniques (f3).
- Calculate optimal booking limits and protection levels for various fare classes using appropriate techniques (f4).
- Estimate the effect from various product/service characteristics on price using the hedonic pricing model and be able to interpret and discuss the results (f5).

General competence

- Assess what opportunities and limitations that are present by applying pricing analytics and revenue management tools in order to improve a company's profitability (g1)
- Be able to propose various pricing models and implement these, using the appropriate software, in private or public companies (g2)

Innhold

Course content:

- Willingness-to-pay estimation
- Price optimization
- Price differentiation
- Pricing with constrained supply
- Revenue management
- Markdown management
- Pricing analytics with big data and simulation
- Customized pricing
- Ethical and legal issues in pricing

Arbeids- og undervisningsformer

Teaching methods:

Lectures, exercises, group work, self-study.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Mandatory course requirements:

- Attendance on at least 50% of the courses lectured teaching.
- There will be four mandatory homework sets. The first and the fourth homework sets are to be completed individually by a student. The second and the third homework sets are to be completed in groups. A student must pass at least three of the four homework sets.

Eksamen

Exam:

Four-hour individual written exam.

Graded A-F, where E is minimum for passing the exam.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Allowed resources:

None.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

LDBA200 / KDBA200 Applied Programming (Anvendt programmering)

Emnekode: LDBA200 / KDBA200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Autumn

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Prerequisites: None

Læringsutbytte

Learning outcomes:

Knowledge

Upon completion of the course, the candidate shall:

- Have in-depth knowledge of key concepts and principles of programming (k1)
- Explain and exemplify conditional statements and loops and their use in data analysis (k2)
- Have advanced knowledge about documentation of packages and functions and how to use it in debugging (k3)
- Explain and demonstrate principles of debugging (k4)
- Explain and exemplify elements of algorithmic thinking in relation to data analysis (k5)

Skills

Upon completion of the course, the candidate shall be able to:

- Write programs containing functions, loops, assignments, subsetting and conditionals to efficiently solve specific business problems (f1)
- Perform data wrangling aimed at making data amenable for analysis (f2)
- Debug and resolve warnings and errors independently (f3)
- Document data wrangling, descriptive analysis, statistical tests, and visualizations with reproducible scripts and dynamic reports (f4)

General competence

Upon completion of the course, the candidate shall be able to:

- Plan and manage data analytics projects which involve use of programming and the topics covered in the course (g1)
- Recommend programming languages, computing tools and techniques for efficient implementation of such projects (g2)

Innhold

Course content:

This course provides students with a solid foundation within applied data analytics and programming. The topics covered are:

- Concepts and principles of programming
- Variable types and structures and their functionality
- Functions, loops, assignments, subsetting and conditionals
- Algorithms and algorithmic thinking
- Programming tools for data wrangling, descriptive analyses, tests, and visualization
- Debugging
- Documentation, reproducibility, and automation
- Applications of programming in business, economics, and reporting

Arbeids- og undervisningsformer

Teaching methods:

The following teaching methods are used:

- Lectures
- Problem solving sessions
- Tutorial videos
- Case studies
- Quizzes

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Mandatory course requirements:

- Mandatory homework assignments must be handed in before each teaching module (a total of 4). These will be combinations of practical and theoretical exercises covering key topics in the course.
- Three out of four homework assignments must be passed to be allowed to take the exam.
- Attendance on at least 50% of the courses lectured teaching.

Eksamen

Exam:

48 hours individual take home exam.

Graded A-F, where E is minimum for passing the exam.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Allowed resources:

All.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

MØLBA3001 Data Engineering (Datahåndtering og analysedesign)

Emnekode: MØLBA3001

Studiepoeng: 7,5

Semester

Autumn

Språk

English

Krav til forkunnskaper

Prerequisites: None

Læringsutbytte

Learning outcomes:

Knowledge

Upon completion of the course, the candidate shall:

- Have advanced knowledge about data types and structures and their functionality (k1)
- Explain and exemplify the process of gathering data from various sources (k2)
- Have advanced knowledge of key concepts of data storage in databases and data warehouses (k3)
- Have advanced knowledge about relevant information technology such as cloud solutions, software as service (SaaS), and programming interfaces (k4)
- Have advanced knowledge of peculiarities of "Big Data" with regards to gathering and storage (k5)
- Know about ethical and legal issues related to gather and store data (k6)

- Explain the role of data engineering in creating and maintaining business value (k7)

Skills

Upon completion of the course, the candidate shall be able to:

- Access and collect local and web-based data (f1)
- Extract, transform, and merge data using SQL (f2)
- Create and manipulate data sets of various data types using algorithms (f3)
- Contribute to designing or improving data storage and management systems in a business (f4)

General competence

Upon completion of the course, the candidate shall be able to:

- Plan the various stages of a data engineering project to make the data ready to consumers for analytics and decision-making (g1)
- Recommend computing tools and techniques for efficient implementation of such projects (g2)

Innhold

Course content:

This course provides students with the knowledge, tools, and skills to capture, clean, transform, and load data for further use in the organization. The topics covered are:

- Data types, structures, and sources
- Data acquisition
- Storage and systematization of data in databases and data warehouses
- SQL
- Cloud solutions and programming interfaces
- Peculiarities of Big Data
- Role of data management in creating business value

Arbeids- og undervisningsformer

Teaching methods:

The following teaching methods are used:

- Lectures
- Problem solving sessions
- Tutorial videos
- Case studies
- Quizzes

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Mandatory course requirements:

- Mandatory homework assignments must be handed in before each teaching module (a total of 4). Two will be individual, and two will be in groups. These will be combinations of practical and theoretical exercises covering key topics in the course.
- Three out of four homework assignments must be passed to be allowed to take the exam.
- Attendance on at least 50% of the courses lectured teaching.

Eksamen

Exam:

- 48 hours take-home individual exam (counts 60% of the grade). The exam consists of practical assignments and a written report.
- Four-hour individual school exam under attendance (counts 40% of the grade).

Graded A-F, where E is minimum for passing the exam. Both exams must be passed for the student to pass the course.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Allowed resources:

- All for the take-home exam.
- None for the school exam.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

KDBA120 Business analytics

Emnekode: KDBA120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har inngående kunnskap om ulike analysetilnærminger og hvordan analyse av store og komplekse datamengder kan bidra til bedre beslutningsgrunnlag og økt verdiskaping (k1)
- har inngående kunnskap om metoder og teknikker for å identifisere, avgrense og formulere analyseproblemer med utgangspunkt i virksomhetens strategiske utfordringer og beslutningsproblemer (k2)
- har kunnskap om ulike metoder og teknikker for å innhente, forberede, analysere og visualisere data (k3)
- har inngående kunnskap om sammenhenger mellom datakvalitet, analysekvalitet og virksomhetens beslutningskvalitet (k4)
- har kunnskap om maskinlæring, samt muligheter og begrensninger i automatisering av analyser (k5)

Ferdigheter

Studenten

- kan identifisere, avgrense og formulere analyseproblemer innenfor ulike virksomhetsområder, for både taktiske og strategiske beslutningsproblemer (f1)
- kan drøfte, vurdere og velge analysemetoder ut i fra analyseproblem og tilgang på data (f2)
- kan anvende relevant programvare for å visualisere data, gjennomføre analyser og rapportere analyseresultater (f3)
- kan forholde seg kritisk til analysemetoder og -resultater og kommunisere analyseresultater for taktiske og strategiske beslutninger (f4)
- kan kritisk drøfte analysefunksjonens plassering i organisasjonen, samt gi anbefalinger om organisering og ledelse av analysevirksomheten (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- kan drøfte etiske problemstillinger i forbindelse med arbeid med og bruk av analyser (g1)
- kan kommunisere om og drøfte analyseproblemer, -tilnærminger og ,-resultater med medarbeidere innenfor ulike forretningsprosesser, spesialister og beslutningstakere (g2)
- kan samarbeide med andre om analysearbeid (g3)
- har oversikt over den historiske, tverrfaglige, utviklingen innenfor business analytics (g4)

Innhold

- Metoder og teknikker for å identifisere, avgrense og formulere analyseproblemer
- Ulike typer analyseproblemer innenfor ulike funksjonsområder i virksomheten
- Kanaler for innhenting og distribusjon av data
- Deskriptiv, predikativ og preskriptiv analyse
- Gjennomføring av analyser ved hjelp av programvare, visualisering av data og presentasjon av analyseresultater
- Historiefortelling
- Datakvalitet, analysekvalitet og beslutningskvalitet (herunder kritisk perspektiv på rekontekstualisering av åpne data)
- Ledelse og organisering av analysevirksomhet
- Historisk utvikling innenfor business analytics

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger. Diskusjoner og presentasjoner basert på pensum og case.
Oppgaveløsning, individuelt og i grupper.

Undervisningsaktivitetene på samling tar utgangspunkt i at studentene møter forberedt til undervisningen gjennom å ha lest pensum for den aktuelle samlingen, samt levert et skriftlig arbeid på forhånd (se obligatoriske arbeidskrav). Forventet samlet arbeidsinnsats i emnet er 187,5-225 timer (i henhold til ECTS-standard).

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Det vil være fire obligatoriske arbeidskrav. Det første og fjerde arbeidskravet skal løses av studentene individuelt, mens det andre og tredje arbeidskravet skal løses i grupper. Studentene må få godkjent minst tre av de fire arbeidskravene for å kunne gå opp til eksamen i emnet.
- Frammøte på 50 % av emnets underviste timer.

Eksamen

Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer.

Alle deltakere i gruppa har felles ansvar for alt innhold i oppgaven.

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

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

3MMF300 / 3MMF350 / 3MMØ300 / 3MMØ350 / KDBA900 / KDBA950 Masteroppgave (Master's thesis)

Emnekode: 3MMF300 / 3MMF350 / 3MMØ300 /
3MMØ350 / KDBA900 / KDBA950

Studiepoeng: 30

Semester

Vår / Høst / Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Alle øvrige emner i masterprogrammet må være bestått for at man skal kunne levere masteroppgaven.

Læringsutbytte

Ved fullført emne skal kandidaten ha følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har spesialisert empirisk og teoretisk kunnskap innenfor et område relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilen (k1)
- har avansert kunnskap om teori og metodiske tilnærminger som belyser en selvvalgt problemstilling som er relevant for hovedprofilen (k2)
- kan anvende kunnskap på nye områder innenfor hovedprofilen (k3)

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og forholde seg kritisk til ulike informasjonskilder og anvende disse til å strukturere faglige resonnementer, samt å identifisere presise og forskbare problemstillinger (f1)
- kan analysere eksisterende teorier, metoder og fortolkninger innen hovedprofilen (f2)
- kan bruke relevante metoder for forskning og faglig utviklingsarbeid som setter kandidaten i stand til å gjennomføre undersøkelser basert på vitenskapelig prinsipper (f3)
- kan gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsarbeid i tråd med de forskningsetiske normer (f4)
- kan reflektere over og drøfte sentrale vitenskapsteoretiske dilemmaer (f5)

Generell kompetanse

Studenten

- kan forholde seg til etiske problemstillinger og de krav til vitenskapelig redelighet som kreves av vitenskapelig arbeid (g1)
- kan gjennomføre et omfattende forsknings- og utredningsarbeid, granske et vitenskapelig arbeid og på en konstruktiv måte delta i diskusjonen i et vitenskapelig forum (g2)
- behersker fagområdets uttrykksformer og kan formidle masteroppgavens problemstilling og resultatet gjennom skriftlig og muntlig kommunikasjon (g3)

Innhold

Masteroppgaven er en forskningsrapport som skal oppfylle vanlige krav til vitenskapelig arbeid. Dette betyr at oppgaven skal bygge på en presis problemstilling, at studenten skal gjøre begrunnede og selvstendige metodevalg og identifisere egnet teori. Tema for oppgaven kan være både empiriske, teoretiske eller normative spørsmål relatert til problemstillinger innenfor hovedprofilens fagområde. Temaet kan være egendefinert eller oppdragsbasert som enkeltprosjekt eller en del av et større program. Studenten er selv ansvarlige for valg av tema for oppgaven, undersøkelsesopplegg og gjennomføring.

Arbeids- og undervisningsformer

Studentene vil i 2. semester for heltidsstudenter eller 6. semester for deltidsstudenter bli gitt nærmere orientering om arbeidet. Masteroppgaven skrives normalt av to studenter.

Bare unntaksvis skriver en student masteroppgaven alene. Studentene får individuell og/eller gruppebasert veiledning oppad begrenset til maks 12 timer. 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. Hvis studenten(e) ikke leverer eller stryker på masteroppgaven har vedkommende ikke krav på å få tildelt nye veiledningstimer.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Innlevering av prosjektbeskrivelse
- Oppmøte på fellesveiledning
- Oppmøte på oppgaveseminarer

Ytterligere detaljer om dette opplyses ved masteroppgavearbeidets oppstart.

Eksamen

- Masteroppgave, i gruppe på to personer (eventuelt individuelt) og
- felles muntlig forsvar av masteroppgaven.

Det gis felles karakter for det skriftlige arbeidet. Muntlig forsvar av oppgaven kan bidra til å justere karakteren med én karakter opp eller ned individuelt.

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

Begge deleksamener må være bestått for at eksamen skal være bestått.

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

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap