



Markedshøyskolen

Studieplan

Bachelor i

Administrasjon og ledelse

Akkreditert i NOKUT 05.05.08

Godkjent for sju år i UUV-sak 96/13

Gjelder fra
høst 2013

Innhold

1. Innledning	3
2. Læringsutbytte	3
3. Studiets struktur.....	4
Tabell 1. Studiemodell bachelor i Administrasjon og ledelse	5
Tabell 2. Kort beskrivelse av komponenter i studiet.	6
Tabell 3. Profilene i studiet.	7
3.2 Obligatoriske emner	7
Tabell 4. Obligatoriske emner	9
Tabell 5. Valgemner	14
3.4 Profileringsemner	14
Tabell 6. Profileringsemner	23
4. Undervisnings- og vurderingsformer	23
4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	23
4.2 Vurderingsformer	24

1. Innledning

Bachelor i *Administrasjon og ledelse* er et 3-årig studium som tilbys på deltid (180 studiepoeng). Studenter som har gjennomført studiet vil ha grunnleggende kunnskaper innenfor det økonomisk-administrative fagområdet, og vil være kvalifisert for å gå direkte ut i arbeidslivet innen et bredt spenn av ulike stillinger både i privat og offentlig sektor.

Studiet kvalifiserer også for å søke opptak til en rekke masterstudier innen økonomi og administrasjon, både nasjonalt og internasjonalt.

Studiet er fleksibelt tilrettelagt. Av 180 studiepoeng utgjør obligatoriske emner 30 studiepoeng. Studenter kan også innpasse allerede fullført utdanning innen merkantile emner, for eksempler studier i markedsføring, reiseliv og annet. Gjennom profileringsemner kan bachelorstudiet også skreddersys for blant annet å dekke spesielle interesser eller karriereplaner.

2. Læringsutbytte

Formålet med bachelor i *Administrasjon og ledelse* er først og fremst å gi studentene grunnleggende kunnskaper innen det økonomisk-administrative fagområdet i bred forstand. Studiet skal gi studentene forståelse for økonomisk/administrative problemstillinger og oppøve deres ferdigheter til analytisk og kritisk tenkning. Hovedtyngden i studiet ligger på fagområdene organisasjon og ledelse, men det er også mulig å fordype seg i bedriftsøkonomisk analyse, regnskap, samfunnsøkonomi og flere andre fagområder.

Gjennom studiet skal studentene tilegne seg kunnskap om hvordan beslutninger treffes på mikronivå innenfor private og offentlige organisasjoner med sikte på å koordinere bruken av knappe ressurser for å nå organisasjonens mål. Studiet gir også studentene innsikt i strukturelle prosesser i ulike typer av organisasjoner. I tillegg skal de få forståelse for de samfunnsmessige rammer som en mikroenhet arbeider innenfor og bli i stand til å bedømme samfunnsmessige konsekvenser av sine beslutninger. De vil også lære å handle innenfor juridiske, miljømessige og etiske rammer.

For å kunne gjennomføre grunnleggende analyser innenfor bedriftsøkonomi og samfunnsøkonomi, er det dessuten behov for kunnskaper i metodefag.

Studiet i *Administrasjon og ledelse* har et spekter av emner som skal gi studentene kompetanse for videre læring, enten i arbeidslivet eller som et grunnlag for videre studier.

Studiet gir et godt grunnlag for en rekke jobber innenfor det økonomiske og administrative fagfeltet i privat næringsliv, organisasjoner og offentlig sektor. Studiet skal sette studentene i stand til å planlegge og gjennomføre prosjekter, enten alene eller i gruppe, i tråd med etiske krav og retningslinjer. Videre skal de ha tilegnet seg ferdigheter til å kunne utveksle synspunkter og erfaringer med andre, samt bidra til utvikling av god praksis. I tillegg skal de

kunne formidle sentralt fagstoff, skriftlig og muntlig. Gjennom studiet skal studentene også ha tilegnet seg kompetanse til å fremme virksomhetens nytenkning og innovasjonsarbeid.

Studentene skal ha kunnskap om grunnleggende etiske prinsipper og sentrale etiske retningslinjer. De skal også ha kjennskap til sentrale problemstillinger rundt samfunnsansvar. De skal kunne bruke teori om samfunnsansvar forankret i etiske begreper, teorier og modeller for å identifisere og foreslå begrunnede løsninger på etiske og miljømessige problemstillinger. Videre skal studentene utvikle selvstendig kritisk tenkning som gir bevissthet om hvordan valg av teoretisk perspektiv påvirker håndtering av etiske dilemma.

3. Studiets struktur

Bachelor i *Administrasjon og ledelse* er et treårig studium som totalt teller 180 studiepoeng, hvorav 30 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, 90 studiepoeng valgfag og 60 studiepoeng profilering. Hvert emne har som regel et arbeidsomfang på 7,5 studiepoeng.

Studiet er fleksibelt tilrettelagt og studentene kan selv bestemme hvilke(t) emner som skal studeres når, og selv bestemme studieprogresjonen.

I tillegg til de obligatoriske emnene velger studentene 90 studiepoeng valgemner. Emnene velges innenfor en rekke fagområder som organisasjons- og ledelsesfag, bedriftsøkonomi, regnskap, samfunnsøkonomi, logistikk, markedsføring, matematikk, statistikk, juss m.fl.

Studenter som har fullført studier i merkantile fag ved andre høyskoler eller universiteter, kan innpasse inntil 120 studiepoeng i høyskolens bachelor i *Administrasjon og ledelse*. Aktuelle fagområder kan for eksempel være bedriftsøkonomi, markedsføring, reiseliv, ledelse m.v. For å få utstedt vitnemål fra Markedshøyskolen, må minst 60 studiepoeng være fra eksamener avlagt ved Markedshøyskolen.

Det kan også søkes fritak for de obligatoriske emnene dersom studenter har dekket disse på samme nivå og omfang i tidligere studier.

Studentene velger også profileringsemner på til sammen 60 studiepoeng. Det kan ikke være overlapp mellom valgemner og de emner som velges som profileringsemner. Hvis for eksempel en student har valgt personalledelse (7,5 studiepoeng) som valgfag, kan ikke det samme emnet inngå i profileringen i bachelor i *HR og personalledelse*, men må eventuelt bli erstattet med et annet emne innen samme fagområde.

3.1 Studiemodell

Studiemodellen dekker NOKUTs krav til minimum 80 studiepoeng innenfor administrasjon og ledelse. Studenten må ta 30 studiepoeng kjernefag og 60 studiepoeng profileringsfag. Profileringsfagene er delt i moduler á 30 studiepoeng, og studenten må velge 2 moduler. Resterende 90 studiepoeng er valgfag.



Tabell 1. Studiemodell bachelor i Administrasjon og ledelse

Komponent	Studiepoeng	Beskrivelse
Obligatoriske emner	30 (7,5 x 4 emner)	En grunnleggende kjerne av økonomisk-administrative emner og metode som skal gi alle studenter ved Markedshøyskolen kunnskaper og ferdigheter som er nødvendig for å få utbytte av valgemnene og profileringsseminarene i og/eller er grunnleggende for å kunne jobbe i en organisasjon.
Valgemner	90 (7,5 x 12 emner)	Studentene kan fritt velge emner innen et stort spekter av økonomisk/administrative emner. Valgemner kan støtte opp om hva studenter velger som profileringsseminarene, men det kan ikke være overlapp mellom valgemner og profileringsseminarene.
Profileringseminarene	60 (30 x 2 emner)	Dette er hoveddelen av bachelor i Administrasjon og ledelse, som består av emner som danner en progresjon fra obligatoriske emner og valgemner innen økonomisk administrative emner, og etter hvert til mer strategiske emner som bygger på både obligatoriske emner og valgemner.

Tabell 2. Kort beskrivelse av komponenter i studiet.

Følgende profiler tilbys:

- Informasjon og samfunnskontakt
- Markedsføring og merkebygging
- Key Account Management
- Strategi og ledelse
- Prosjektledelse
- HR og personalledelse
- Bedriftsøkonomi og regnskap
- Innovasjon og entreprenørskap

Profilene har alle et omfang på 30 studiepoeng, og består av 3 emner à 10 studiepoeng eller 4 emner à 7,5 studiepoeng, eller andre sammensetninger på til sammen 30 studiepoeng.

Informasjon og samfunnskontakt	Markedsføring og merkebygging
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikasjon, massekultur og media • Informasjon og samfunnskontakt • Tverrkulturell kommunikasjon 	<ul style="list-style-type: none"> • Digital markedsføring • Forbrukeratferd • Markedskommunikasjon • Merkevarerledelse

Key Account Management	Strategi og ledelse
<ul style="list-style-type: none"> • Relasjonsmarkedsføring • Key Account Management • Salgsledelse • Forhandlinger og påvirkning 	<ul style="list-style-type: none"> • Forretningsstrategi • HR-strategi • Innføring i strategi

Prosjektledelse	HR og personalledelse
<ul style="list-style-type: none"> • • Prosjektledelse 15 stp • Eller • Prosjekt som arbeidsform 	<ul style="list-style-type: none"> • Personalledelse • Leder- og talentutvikling • Rekruttering og prestasjonsutvikling • Internkommunikasjon og merkebygging

<ul style="list-style-type: none"> • Prosjektplanlegging metoder og verktøy • Og • Prosjekt og strategi • Prosjektmetodikk Lean six sigma og scrum 	
--	--

Regnskap	Innovasjon og entreprenørskap
<ul style="list-style-type: none"> • Finansregnskap og regnskapsteori • Årsregnskap og god regnskapsskikk • Regnskapsføreryrket og regnskapsorganisering 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovasjon • • Entreprenørskap • Endringsledelse 1 • Enringsledelse 2 • Eller • Endringsledelse 15 stp (1+2)

Tabell 3. Profilene i studiet.

3.2 Obligatoriske emner

For å oppnå bachelorgraden må minimum 30 studiepoeng av følgende emner inngå i studieporteføljen:

- Innføring i bedriftsøkonomi – 7,5 studiepoeng
- Kvantitativ metode (statistikk) – 7,5 studiepoeng
- Samfunnsvitenskapelig metode – 7,5 studiepoeng
- Organisasjons- og ledelsesteori – 7,5 studiepoeng

Obligatoriske emner á 7,5 stp	Beskrivelse
Innføring i bedriftsøkonomi	<p>Innføring i bedriftsøkonomi gir en innføring i fagområdet bedriftsøkonomi, og en innsikt i hvordan data fra regnskapet kan benyttes i økonomiske beregninger. Studentene lærer å se sammenhengen mellom teori og praksis på det bedriftsøkonomiske feltet ut fra et ledelsesperspektiv. Studentene får innblikk i sammenhengen mellom økonomistyring og bedriften som organisasjon.</p> <p><i>Innføring i bedriftsøkonomi består av følgende tema:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Økonomi og bedrift - Verdiskapning, organisasjoner, mål og beslutninger - Økonomistyring og økonomifunksjonens rolle i bedriften - Bedriftens kostnader - Kostnadsforløp og kostnadsstruktur - Inntektsdannelsen - Inntekter, kostnader og resultat – modeller - Produktkalkulasjon, prinsipper og metoder

	<ul style="list-style-type: none"> - Kostnadsfordelingen - Kalkulasjon i industribedriften - Kalkulasjon i tjenesteytende virksomheter - Kalkulasjon i handelsvirksomheter - Resultatberegning og beholdningsendringer - Driftsregnskapet basert på normalkalkulasjon - Kostnad – resultat – volumanalyse - Produktvalg - Investeringsanalyse
Kvantitativ metode (statistikk)	<p>Studenten tilegner seg her det nødvendige grunnlaget i sannsynlighetsregning og statistikk for andre emner i studiet. Studenten skal få analytisk innsikt, og det legges vekt på å vise anvendelser av sannsynlighetsregning og statistisk metode innen et bredt spekter av problemstillinger knyttet til det økonomisk-administrative fagområdet.</p> <p>Statistikk 1+2 består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innføring i beskrivende statistikk - Enkel sannsynlighetsregning - Definisjon av tilfeldige variabler av ulik type, samt anvendelse av disse - Presentasjon av ulike sannsynlighetsfordelinger - Oppbygging av en kontinuerlig sannsynlighetsmodell - Punktestimering - Konstruksjon av konfidensintervall for ulike parametere - Hypotesetesting basert på parametriske metoder - Hypotesetesting basert på ikke-parametriske metoder - Korrelasjon - Enkel lineær regresjon
Samfunnsvitenskapelig metode	<p>Studentene skal tilegne seg grunnleggende kjennskap til vitenskapsteori og grunnleggende forståelse for kvantitativ forskningsmetode knyttet til økonomisk-administrative problemstillinger. Emnet skal gjøre studentene i stand til å gjøre egne analyser og til å vurdere andres analyser, samt å forholde seg kritisk til forskningsresultater. Noen av emnene som gjennomgås er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forskningsdesign - Forskerens etiske og juridiske ansvar - Observasjon, intervjuer og gruppesamtaler - Datareduksjon, analyse og fortolkning av kvalitative data - Evaluering av kvalitative undersøkelser - Meningssammenhenger og kausalsammenhenger - Enheter, variabler, verdier og variabelers målenivå. - Univariat og bivariat analyse - Analyse av årsakssammenhenger - Regresjonsanalyse - Eksperiment - Kvalitativ og kvantitativ metode – forskjeller og likhet
Organisasjonsteori	<p>Innsikt i hvordan organisasjoner fungerer er viktig for alle som skal ut i arbeidslivet. Kunnskaper og ferdigheter fra dette emnet er avgjørende for å orientere seg og forstå det som foregår i en arbeidsorganisasjon.</p> <p>Organisasjonsteori skal gi studenten innsikt i ulike teoriområder som gjør det lettere å forstå, forklare og forbedre de valg og beslutninger som er tatt, og som skal fattes i en organisasjon. Emnet ser på hvordan forhold i omgivelsene kan påvirke organisasjonens kultur, fremgangsmåter og struktur. Emnet gir god innsikt i hvilke virkninger mål, strategi, organisasjonsstruktur og -kultur har på menneskers atferd i organisasjoner. Sentrale tema vil være ledelse, mål og strategier og hvilke sammenhenger det er mellom organisasjonens mål og strategi, og hvilken betydning dette har for effektiviteten i organisasjonen. Motiverende</p>

	personalpolitikk, makt og autoritet vil også være aktuelle temaer.
Ledelse	<p>Emnet gir en generell innføring i ledelsesteorier, samarbeid og kommunikasjon i organisasjoner. Motivasjon og kompetanseutvikling er også viktige temaer som tas opp. Ledelse skal gi en forståelse for ulike ledelsesteorier, både i et historisk perspektiv, og ut ifra dagens virkelighet. Hvordan ledelse kan praktiseres og hvordan den virker, samt grunnlaget for ledelse relatert til personlig makt og relasjoner.</p> <p>Emnet ser videre på ledelse ut fra hvorledes lederen oppfatter sin lederrolle i forhold til de omgivelsene han eller hun arbeider i, som; organisasjonskultur, organisasjonstype og nasjonal kultur. Sentrale tema i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ledelsesteorier, i et historisk perspektiv - Ledelsesteorier i Norge - Ledelse og organisasjonsresultater - Ledelse og symboler - Kontekster for ledere: organisasjonskultur, nasjonal kultur, organisasjonstype, nettverk og kjønn. - Lederens grunnlag for ledelse: Personlig makt, relasjoner og roller. - Lederes virke i organisasjoner; produsent-, administrasjons-, integrasjons- og entreprenørfunksjonen
Arbeids- og organisasjonspsykologi	<p>Emnet gir kunnskaper om sentrale sider i samspeillet mellom mennesker og mellom organisasjon og ansatte i arbeidslivet. Arbeids- og organisasjonspsykologi gir innblikk i ulike syn på personlighetsutvikling og sentrale drivkrefter for mennesker når det gjelder arbeid og yrke. Studenten lærer også om forhold som har betydning for personlig utvikling, læring og trivsel på arbeid. Arbeids- og organisasjonspsykologi skal gjøre studenten forberedt på å arbeide planmessig med miljøspørsmål, ledelse og organisasjonsutvikling på egen arbeidsplass. I emnet gjennomgås eksempler på undersøkelser og resultater av nyere arbeidslivsforskning.</p>
Personalledelse	<p>Personalledelse fokuserer på hvordan en organisasjon kan håndtere sine personalressurser. Hvordan utarbeide en bemanningsanalyse, planlegge bemanningsressursene, rekruttere, utvikle og belønne de menneskelige ressursene for produktive formål. Emnet går igjennom hvordan personalressursene kan forvaltes gjennom kunnskap, og gir en forståelse for kompleksiteten og utfordringene i å forvalte menneskelige ressurser i en organisasjon. Emnet inneholder de viktigste prosessene innenfor personalledelse, og viktige sider ved det å være medarbeider. Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisasjon og personalledelse - Interne og eksterne arbeidsbetingelser for personalledelse - Strategisk personalledelse - Organisering av personalledelsesfunksjonen - Ansettelsesprosessen - Kompetanse og kompetanseutvikling - Vurdering av ansattes ytelse og potensial - Belønning og motivasjon - Karriereutvikling - Avvikling av arbeidsforhold - Personalledelse og prestasjon - Attraktive organisasjoner

Tabell 4. Obligatoriske emner

3.3 Valgemner

Valgemner	Beskrivelse
Samfunnsøkonomi makro	<p>Samfunnsøkonomi makro gir en innføring i viktige makroøkonomiske emner og oppøver evnen til å analysere økonomiske problemstillinger. Det legges særlig vekt på å diskutere hvordan myndighetene kan innvirke på den private sektor ved sin økonomiske politikk. Emnet dekker følgende tema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oversikt over makroøkonomien 2. Konkurrerende økonomiske teorier i etterkrigstiden 3. Nasjonalregnskapet og det økonomiske kretsløpet 4. Aggregert tilbud og aggregert etterspørsel 5. De enkelte etterspørselskomponentene 6. Inntektsbestemmelsen i en lukket økonomi 7. Finanspolitikk og utenrikshandel 8. Penger og pengemarkedet 9. Finanspolitikk og pengepolitikk i en åpen økonomi 10. Valutamoduler og kapitalbevegelser i en åpen økonomi 11. Den utvidede ISLM-modellen 12. Inflasjon og arbeidsledighet
Samfunnsøkonomi mikro	<p>Samfunnsøkonomi mikro tar opp sentrale begrep i samfunnsøkonomien som behov, konsumgoder og ressurser. Betydningen av knappe ressurser og dermed også alternative kostnader står helt sentralt i samfunnsøkonomien og vil bli viet spesiell oppmerksomhet. Studentene vil også få en innføring i skille mellom real- og finansøkonomi. Videre vil man få en innføring i hva som legges i begrepet økonomiske modeller og hvorfor de står så sentralt i samfunnsøkonomien. Mange samfunnsøkonomiske modeller er bygd opp på matematisk form. I den forbindelsen trenger studenten å forstå hva vi legger i begrep som kausalsammenhenger, eksogene- og endogene variabler samt begrepet strukturparameter.</p> <p>Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De økonomiske hovedproblemer - Mikroøkonomiens plass i samfunnsøkonomien - Forbrukernes valg av tilpasning - Produsentenes tilpasning - Markedsteori - Markedsøkonomien som økonomisk system <p>Emnet bygger på Samfunnsøkonomi makro.</p>
Logistikk	<p>Emnet gir en grunnleggende innføring i fagområdet logistikk, og innsikt i sentrale problemstillinger som verdiskapning, strategivalg og internasjonalisering. Logistikk er et viktig fagområde for både offentlige og private virksomheter.</p> <p>Emnet legger vekt på hvordan varestrømmen styres til virksomheter, i virksomheter og fra virksomheter. Gode kunnskaper i logistikk gir konkurransefortrinn og betydelig økt lønnsomhet. I samarbeid med aktører fra fagmiljøet er emnet utviklet for å gjøre studenten bedre rustet til å forstå og engasjere seg i oppgaver knyttet til logistikk. Emnet ser på logistikk som prosess og på hvordan bruk av IT kan effektivisere logistikkprosessene. Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til logistikk - Logistikk og lønnsomhet - Logistikkostnader - Leveringsservice - Innkjøp i et logistikkperspektiv - Lagerstyring - Produksjonsstyring

	<ul style="list-style-type: none"> - Distribusjon - Presentasjonsmåling/målstyring - Forbedringsmuligheter med logistikken - Logistikk i et strategisk perspektiv
Arbeidsrett	<p>Emnet gir kunnskap om rettsreglene i forholdet mellom arbeidsgiver og arbeidstaker. Sentralt står partenes gjensidige rettigheter og plikter, som personaladministrasjonen i bedriften må ha god kjennskap til. Emnet gjør studenten kjent med hovedregler, viktige enkeltregler og prinsipper innenfor arbeidsretten. Studenten skal kunne anvende arbeidsrettslige regler i praktiske tilfeller og fremstille arbeidsrettslige emner skriftlig samt forstå partsforholdene i arbeidslivet - både i den individuelle og den kollektive delen av arbeidsretten. Kompetansen vil ha verdi også når det kommer endringer som ny lovgivning og ny litteratur. Kompetansen har derfor overføringsverdi til andre rettsområder.</p> <p>Emnet dekker følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inngåelse av arbeidsforhold - Krav til arbeidsavtaler - Midlertidige arbeidsavtaler - Prøvetid - Hovedreglene om arbeidstid - Lønn - Permisjon og ferie - Sykepenger - Permittering - Rettsregler om opphør av arbeidsforhold gjennom oppsigelser og avskjed
Foretaksrett (10 stp)	<p>Emnet gir en grundig innføring i de rettsregler som gjelder for salg av varer og tjenester, markedsføring og annen bedriftsrettslig lovgivning. Dette er regler som er vesentlige for at bedrifter praktiserer en lovlig virksomhet. Emnet gir studenten kunnskap om hvordan bedriften kan tilpasse seg reglene i praksis. Det legges særlig vekt på retts- og ansvarsforhold av sentral betydning i forholdet til kunder (forbrukere) og i forholdet til bedriftseiere og ansatte. Foretaksrett består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jus og juridisk metode - Avtalerett - Kontroll med markedsføringen - Konkurransbeskyttelse - Selskapsrett - Avtalerett - Kjøpsrett - Produktansvar - Leie av næringslokaler - Arbeidsrett - Erstatningsrett - Kreditorbeslag i ekteskap og samboerforhold - Penge- og kredittrett - Garanti og panterett - Tingsrett og godtroerverv - Tvangsfullbyrdelse, gjeldsforhandling og konkurs
Foretaksrett II	<p>Studenten får kjennskap til utvalgte rettsområder som vil berøre både private foretak og offentlig virksomhet. Dette omfatter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • saksbehandlingsreglene i den offentlige forvaltning; hvordan sikre at den enkeltes interesser blir ivaretatt på en objektiv og saklig måte av myndighetsorganene. • reglene for personvern i arbeidsforhold; hvor går grensene mellom arbeidsgivers behov for informasjon og den ansattes behov for beskyttelse av egen integritet.

	<ul style="list-style-type: none"> • pris- og konkurranserett, hvilke spilleregler gjelder i markedet. • økonomisk kriminalitet; hva man ikke bør gjøre, og de eventuelle strafferettslige konsekvenser av det. • styrets oppgaver og ansvar, med vekt på reglene i aksjeloven <p>Foretaksrett II består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forvaltningsrett • Personvern i arbeidsforhold • Pris- og konkurranserett • Økonomisk kriminalitet • Styrets ansvar og plikter
Finansregnskap	<p>Emnet gir studenten kjennskap til; informasjonen som regnskapet gir til brukerne, bilagsføring og regnskapsavslutning, grunnleggende kjennskap til relevant lovverk og forskrifter i forbindelse med regnskapsføringen, standard kontoplan, behovet for regnskapsanalyse og hvordan dette gjøres samt kjennskap til innholdet i en kontantstrømanalyse</p> <p>Finansregnskap består av følgende tema:</p> <p>Del 1: Innføring i regnskap</p> <ul style="list-style-type: none"> - Det dobbelte bokholderis prinsipp, debit og kredit. - Resultatregnskapet - periodisering av inntekter og kostnader - Merverdiavgift - Aksjeselskap - Tabellariske avslutninger - Presentasjon av resultatregnskap og balanse <p>Del 2: Regnskapsloven</p> <p>Hovedprinsippene i regnskapslovens kapittel 4. Hovedreglene for verdivurdering av omløpsmidler, anleggsmidler og gjeld i regnskapslovens kapittel 5, herunder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immaterielle eiendeler - Driftsmidler - Varelager - Kundefordringer - Aksjer - Valutaposter <p>Del 3: Regnskapsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tilrettelegging av regnskap for analyse - Grunnleggende regnskapsanalyse <ul style="list-style-type: none"> Rentabilitet Likviditet Finansiering - Kontantstrømoppstillinger <ul style="list-style-type: none"> - Verdivurdering av selskaper
Økonomistyring	<p>Emnet skal gi en forståelse av en del av de metodene som benyttes i moderne økonomistyring. Videre gir det studenten innsikt i internregnskapets nytte som informasjonssystem for økonomisk styring og kontroll - og hvordan man kan integrere behandlingen av budsjettet og driftsregnskapet. Studenten får en innføring i hvordan man kan bygge opp driftsregnskap/produktkalkyler etter selvkost- og bidragsmetoden, og hvordan man kan nyttiggjøre seg data fra driftsregnskap og produktkalkyler. Emnet gir også kunnskaper om hvordan man benytter standardkostregnskap og lønnsomhetsanalyser som verktøy. Budsjettering av inntekter, kostnader, resultat, likviditet og balanse er viktige tema i dette emnet.</p>

Investering og finansiering	<p>Emnet skal gi en forståelse av hvorfor økonomisk planlegging er nødvendig. Investering og finansiering gir en innføring i budsjett- og kontrollsystemer, og studenten får innsikt i hvordan man kan utarbeide kalkyler som underlag for investeringsbeslutninger. Studenten skal lære hvordan kapitalbehov kan dekkes, og hvordan kostnadene forbundet med ulike former for finansiering beregnes.</p> <p>Emnet består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Budsjettering av kontantstrømmer - Investeringskalkyler, NPV, IRR - Før og etter skatt-kalkyler - Nominelle og reelle kalkyler - Usikkerhet i real- og finansinvesteringer - Finansieringskilder og kapitalmarkeder - Effektiv rente - Kapitalmarkedsteori - Fastsettelse av avkastningskrav - Styring av arbeidskapital - Finansiell risiko
Innføring i markedsføring	<p>Emnet skal gi en innføring i markedsføringsfunksjonen og trening i å se sammenhengen mellom markedsføring og andre funksjoner i bedriften. Studenten får trening i å analysere og presisere bedriftens markedsføringsbehov samt gjennomføre konkrete markedsføringsoppgaver.</p> <p>Emnet har følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedsføringens begreper og perspektiver - Markedsorientert ledelse - Markedsstrategi og planleggingsprosessen - Foretakets mål, visjon og forretningsidé - Markedsstrategier - Merkevarerstrategi og merkevarebygging - Situasjonsanalyse - Segmentering og målgruppeutvelgelse - Posisjonering og bruk av markedsføringsmiksen - Tjenestemarkedsføring - Produktutvikling - Konkurransestrategier - Analyse av bedriftsmarkeder og bedrifters kjøpsadferd - Markedskommunikasjon - Kampanjer - Internasjonal markedsføring
Matematikk I+II	<p>Matematikk I+II gir grunnleggende ferdigheter i matematikk slik at studenten kan studere økonomiske fag og mer avanserte emner i økonomiske fag. En del av stoffet er viktig repetisjonsstoff fra ungdomsskolen og grunnmodulen på allmennfaglig studieretning i videregående skole.</p> <p>Matematikk I+II består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repetisjon av noen elementære emner - Funksjoner - Derivasjon og funksjonsanalyse - Eksponensial- og logaritmefunksjoner - Rekker og summer - Integraler - Funksjoner av flere variabler
Skatterett I+II (15 stp)	<p>Emnet gir en oversikt over grunnprinsipper og hovedtrekk i den direkte beskatningen og kunnskap om sentrale skatteregler i og utenfor næring. Studenten vil kunne forstå og anvende skattereglene på praktiske oppgaver.</p> <p>Emnet skal gjøre studenten i stand til å forstå sammenhengen mellom fagområdene skatterett og regnskap. Det gis en oversikt over hvem som er</p>

	<p>avgiftspliktige, og hva som blir rammet av avgiftsplikten. Studenten får kunnskaper om beregning av merverdiavgiften, fradragsretten for inngående merverdiavgift og krav til registrering i avgiftsmanntallet.</p> <p>Emnet har følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reglene om skatteplikt, skattesubjekter og skattested - Reglene om skattlegging av formue med hovedvekt på avgrensning av begrepene bruttoformue og gjeld - Reglene om skattlegging av inntekt med hovedvekt på periodiseringsregler, skattepliktige fordeler, fradragsberettigede utgifter og fradrag i skatt - Reglene om bedriftsbeskatning - Forholdet mellom skattereglene og regnskapsreglene innenfor bedriftsbeskatningen - Reglene om merverdiavgift og de viktigste forskriftene til denne loven.
--	---

Tabell 5. Valgemner

3.4 Profileringssemner

Det må velges to profileringssemner på 30 stp. Studenten har anledning til å velge enkeltemner fra andre profileringssemner som valgfag.

Profileringssemner á 30 stp	Beskrivelse
Key Account Management 30 stp:	Obligatorisk profileringssemne: Key Account Management 7,5 stp Relasjonsmarkedsføring 7,5 stp Forhandling og påvirkning 7,5 stp Salgsledelse 7,5 stp
Key Account Management	Key Account Management gir en innsikt i hvilke systemer og metoder en Key Account Manager (KAM) baserer sitt arbeid på, hvordan nøkkelkunder kan identifiseres og ivaretas gjennom KAM. Videre gir emnet en forståelse av hvordan man best organiserer, planlegger og gjennomfører KAM i en bedrift. Emnet tar opp hvilke egenskaper som kreves av personer som skal jobbe som KAM, og hvordan KAM kan bistå kunder med hensyn til strategi- og analysearbeid og i samarbeid med kunden for å skape resultater som er til felles beste. Tema som salgsprosessen mot nye potensielle nøkkelkunder, forhandlinger, kategoristyring og varestyring vil også bli berørt.
Relasjonsmarkedsføring	Relasjonsmarkedsføring gir deg en helhetlig innsikt i ulike typer av relasjoner mellom forskjellige aktører, interessenter og stakeholders i markedet, og hvordan disse samvirker og påvirker hverandre. Kurset fokuserer på sammenhengen mellom kundelojalitet og lønnsomhet, samt viktigheten av forankring og implementering av CRM-strategi i alle ledd i virksomheten
Forhandling og påvirkning	Emnet skal gjøre studenten kjent med ulike typer forhandlinger og lærer han hvordan forhandlinger kan ledes på en effektiv måte for å oppnå ønskede resultater. Emnet gir en grunnleggende forståelse for bruken av påvirkning i samfunnet generelt og betydningen av aktivt å kunne påvirke aktørers beslutninger eller utfallet av en prosess. Emnet berører viktige elementer som nettverksrelasjoner og maktbegrepet, og gir innsikt i menneskelige reaksjoner på ulike typer påvirkning. Studentene vil også lære om hvordan

	medier bør håndteres for å påvirke omgivelsene i ønsket retning. Videre vil emnet også omfatte de ulike stegene i en forhandlingsprosess, valg av hensiktsmessig strategi og hvordan anvende teknikker i både nasjonale og internasjonale forhandlingsprosesser.
Salgsledelse	<p>Emnet skal gi studenten forståelse for hvilke utfordringer en salgsleder må løse for å nå organisasjonens salgsmål. Emnet er således ikke et kurs i salg, men skal lære studenten å lede et salgssapparat og nå salgsmål gjennom andre. Studentene skal forstå hva en salgsstrategi innebærer, og hvordan man best rekrutterer, motiverer og leder en salgsorganisasjon. Studenten skal bli i stand til å utvikle en salgsstrategi, samt organisere, lede og måle et salgssapparat. Videre skal studenten kunne vurdere lønnsomheten av salgsaktiviteter.</p> <p>Emnet skal bevisstgjøre studenten de etiske utfordringer en salgsleder står ovenfor og hvordan motivere et salgsteam til å nå sine mål. Kurset har følgende temaer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til salgsledelse - Salgsprosessen - Salgsstrategi - Salgsorganisering - Ledelse av selgere - Motivering av salgssstyrken - Salgstrening og opplæring - Rekruttering og ansettelse av selgere - Lønn, kompensasjon og insentiver - Saalgsplanlegging - Salgsvolum og lønnsomhet - Evaluering av salgsprestasjoner - Etikk for salgsledere
Informasjon og samfunnskontakt 30 stp:	<p>Profileringsemnet består av:</p> <p>Informasjon og samfunnskontakt 10 stp</p> <p>Kommunikasjon, massekultur og media 10 stp</p> <p>Tverrkulturell kommunikasjon 10 stp</p>
Informasjon og samfunnskontakt	<p>Informasjon og samfunnskontakt gir studenten kunnskap om hvordan man gjennom PR og målrettet kommunikasjon kan påvirke hvilket inntrykk bedrifter og andre organisasjoner gir, både internt og utad mot marked og samfunn. Informasjon og samfunnskontakt tar for seg forholdet mellom bedriften, markedet og samfunnet. Fokus er på hvordan man gjennom tilrettelagte informasjonsstrategier kan skape et positivt inntrykk av bedriften, både innad og utad.</p> <p>Emnet består av følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fagets historie og opphav - Informasjon og samfunnskontakt i et samfunnsvitenskapelig, juridisk og organisatorisk perspektiv - Den praktiske virkeligheten og den teoretiske tilnærmingen - Hvordan bedrifter og organisasjoner arbeider med informasjon og samfunnskontakt - Informasjonskampanjer og informasjonsstrategier - Segmentering og målgruppearalyse i informasjonsarbeidet * - Informasjonsledelse og -planlegging - Intern informasjon og dialoginformasjon - Ekstern kommunikasjon: bruk av massemedier - Forholdet mellom informasjon og markeds kommunikasjon - Etiske spørsmål i informasjonsarbeid

Kommunikasjon, massekultur og media	<p>Kommunikasjon, massekultur og media gir studenten innsikt i hvordan media og massekulturen påvirker og definerer virkeligheten for både individ, bedrift og samfunn. Kommunikasjon, massekultur og media vil gi studenten innsikt i hvordan media fungerer som en samfunnsaktør, og som en kanal for samfunnsaktører. I tillegg skal emnet gi studenten kunnskap om hvordan media bevisst og ubevisst bruker ulike samfunnsaktører som vil oppnå sine mål, og om hvordan media brukes ulikt av ulike grupper i samfunnet. Studentene vil få en forståelse av hvordan de ulike medier fungerer som opinions- og meningsdannere i samfunnet. Hensikten med emnet er at studentene skal få innsikt i teorier om kommunikasjon, massekultur og media, og en forståelse for hvordan du kan bruke media i mange typer arbeid.</p>
Tverrkulturkommunikasjon	<p>Tverrkulturell kommunikasjon tar for seg kultur- og kommunikasjonsteori med utgangspunkt i dagens multikulturelle virkelighet. Emnet vil gi studenten innsikt i kulturelle dimensjoner ved å ta for seg psykologiske, sosiale og kulturelle vilkår for vellykket tverrkulturell kommunikasjon. Det legges også vekt på å utvikle en generell forståelse for kulturelt baserte forskjeller og likheter. Gjennom arbeid med emnet vil studenten få innsikt i hvordan han kan analysere samhandlingsprosesser. Som et ledd i prosessen med å kunne forstå "den andre", vil studenten også få kunnskap om andres bilde av nordmenn og Norge. På samfunnsnivå vil emnet ta for seg relevante problemstillinger knyttet til kulturelle og etniske motsetninger i dagens flerkulturelle samfunn. Videre tematiseres etikk og samfunnsansvar på individ- og bedriftsnivå, og fagområdets betydning for å styrke bedrifters omdømme. Emnet avrundes med fokus på problemstillinger i det multikulturelle arbeidslivet.</p>
Strategi og ledelse 30 stp	<p>Profileringsemnet består av: Innføring i strategi 7,5 stp Forretningsstrategi 15 stp HR-strategi 7,5 stp</p>
Innføring i strategi	<p>Innføring i strategi gir kunnskap og verktøy for å arbeide strategisk med organisasjoners langsiktige konkurranseevne. Innføring i strategi fokuserer på sentrale begreper, metoder og sammenhenger som inngår i strategiarbeidet. Emnet går gjennom den strategiske beslutningsprosessen, gjennomføring av valgt strategi, samt kontroll og evaluering av følgene av den strategien som faktisk er iverksatt.</p> <p>Analysemetoder skal gi studenten verdifull informasjon med tanke på valg av riktig strategi for en virksomhet.</p> <p>Emnet har følgende tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategi som fagområde - Strategi og markedsføring - Strategiske prosesser og utforming av strategi - Strategiske analyser og beslutninger - Grunnleggende funksjonelle strategier - Strategi og ledelse - Strategi som prosess - Relasjoner og strategiske allianser - Internasjonal strategi - Fremtidige fokusområder
Forretningsstrategi	<p>Forretningsstrategi gir dypere innsikt i strategisk analyse, planlegging, utforming og iverksetting av strategi for virksomheter. Forretningsstrategi gir studenten innsikt i hvordan ting kan gjøres enkelt og slagkraftig, og hvordan strategiske tenkingen kombineres med praktisk arbeid, strategiprosessen og gjennomføringen.</p> <p>Emnet gir studenten verktøy og konsepter som fører strategien fra skrivebordet og ledermøtene, ut i virksomheten og markedet. Vesentlige</p>

	<p>tema i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til forretningsstrategi – basismodeller og strategiske skoler. - Strategiske utfordringer innen ulike bransjer – hvordan får vi kunnskap og informasjon, og hvordan kan vi kartlegge og analysere? - Hvordan kan vi skape en vinnende visjon for virksomheten – sette fokus og gi mening? - Målbilde og konkretisering av forretningsstrategi og konsepter. - Utvikling av målbilder og ønsket fremtidig tilstand – endringsprosessen. - Forretningsstrategiske valg og konsepter – hvordan kan vi utvikle konkurransefordeler og konsepter? - Strategiplanen – en innovativ forretningsorientert plan. - En forretningsstrategi blir til og blir til virkelighet - Strategi og endringsledelse – hånd i hånd <p>Emnet bygger på Innføring i strategi.</p>
HR-strategi	<p>Studentene skal lære de mest grunnleggende teorier og perspektiver innenfor strategisk ledelse av menneskelige ressurser. Studenten skal således tilegne seg kunnskaper om HR strategi på et overordnet plan. Studentene skal få forståelse for og kunnskap om organisasjonsanalyse, rekruttering, personalpolitikk, kompetanseutvikling og opplæring, belønning, og avvikling av arbeidsforhold Studentene skal ut fra tillærte teorier kunne analysere strategiske situasjoner og anbefale veivalg for å bedre en organisasjons konkurranseevne. Studentene skal etter endt emne ha innsikt i at menneskelig kapital er vanskeligere å styre og at menneskelig kapital er også en uensartet og heterogen ressurs. Studentene skal ha fått kompetansen i å planlegge en HR strategi og å kunne drøfte ulike konsekvenser denne vil ha på menneskene i organisasjonen.</p>
Prosjektledelse 30 stp	<p>Profileringsemnet består av:</p> <p>Prosjektledelse 15 stp eller</p> <p>Prosjekt som arbeidsform 7,5 stp</p> <p>Prosjektplanlegging metode og verktøy 7,5 stp</p> <p>og</p> <p>Prosjekt og strategi 7,5 stp</p> <p>Prosjektmetodikk, Lean Six Sigma og Scrum 7,5 stp</p>
Prosjekt som arbeidsform	<p>Emnet skal gi studenten grunnleggende kunnskap og innsikt i prosjekt som arbeidsmetode og tilnærming i forhold til forskjellige prosjekttyper og prosjektorganisasjon. Emnet tar for seg forhold til basisorganisasjon, tverrgående forbindelser, konflikthåndtering, forhandlinger, prosjektlederens kjernekompetanse, interessenter, usikkerhetsforståelse og kultur. Studenten skal kunne forstå hvordan arbeidsformen stiller krav til prosjektlederen. Studenten skal også utvikle forståelse for hvordan en som prosjektleder kan bidra til å fremme måloppnåelse, arbeidsinnsats, god kommunikasjon og samspill. Studenten skal også utvikle kompetanse som gjør han/henne i stand til kritisk vurdering av både prosess og fremdrift av prosjekter. Temaer som blir tatt opp i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prosjekt som arbeidsform - kjennetegn - når prosjekt er egnet organisasjonsmåte – organiseringsformer og typer - initiering av prosjekt - mandat - faser i et prosjekt – prosjektets livssyklus - prosjektplanlegging og estimering av ressursbehov - budsjett - fremdrift, oppfølging og styring av prosjekter - prosjektlederrollen - utvikling kultur og prosjektteam - kommunikasjon

	<ul style="list-style-type: none"> - rapportering, evaluering og terminering av prosjekter.
Prosjektplanlegging, metode og verktøy	<p>Prosjektplanlegging, metode og verktøy skal gi studenten grunnleggende kunnskap og innsikt i ulike organisatoriske grep for å utvikle prosjektorganisering når den er egnet som arbeidsform. Videre skal studenten få innsikt i prosjekters natur som grunnlag for å kunne ta i bruk nødvendige metoder og verktøy. Studenten skal kunne forstå viktigheten av fagets bidrag og hvilke forutsetninger som må være oppfylt for å lykkes med et prosjekt. Videre skal han få forståelse av kompleksiteten i prosjektarbeid og kunne tilpasse tilhørende verktøy som påvirker prosjektets ressursbruk og resultat. Emnet skal gi videreføring i prosjektorganisering med fokus på metoder og verktøy for planlegging og styring av prosjekter. Temaer som blir tatt opp vil være:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grunnlag for prosjektstyring – prioriteringer – rammebetingelser - prosjektendringer - avvik - styringssløyfen - risiko og usikkerhets håndtering - beslutningsprosesser - kvalitetssikring - verktøy for planlegging, organisering, styring, kontroll og ledelse av prosjekter slik som: prosjekt nedbrytningsstruktur (PNS/WBS), kritisk linje, framdriftsplanlegging, milepælsplanlegging, Gantt, Pert og prosjektavslutning.
Prosjekt ledelse 15 stp	Prosjekt som arbeidsform + Prosjektplanlegging metoder og verktøy
Prosjekt og strategi	<p>Prosjekt og strategi skal gi studenten grunnleggende kunnskap og innsikt i hvordan prosjekter bidrar til å gjennomføre organisasjoners strategi, og hvordan prosjekter formuleres og etableres fra et slikt ståsted. Videre skal studenten ha kunnskap om hvilke krav til intern organisering en slik ambisjon for prosjekter stiller. Studenten skal kunne forstå sammenhengen mellom organisasjoners strategiske effektivitet og prosjektarbeidet i organisasjonen. Betydningen av å velge rett prosjekt i situasjoner der ressursene er begrenset og sammenhengen mellom disse beslutningene og verdiskapning skal gi studenten forståelse for betydningen av velbegrunnede valg. Studenten skal forstå betydningen av organisering og valg av beslutningsmetoder i en slik sammenheng og kunne drøfte styrker og svakheter ved forskjellige løsninger på dette. Emnet skal gi en videreføring i prosjektforslag, utvelgelse og gjennomføring fra et strategisk ståsted med fokus på prosjekters bidrag til strategisk effektivitet i en organisasjon.</p>
Prosjektmetodikk Lean, Six Sigma og Scrum	<p>Prosjektmetodikk Lean, Six Sigma og Scrum skal gi studenten forståelse av forretningslogikken bak Lean Six Sigma og SCRUM og hvordan disse metodene bidrar til kvalitet og kontinuerlig forbedring i forretnings- og IT (utviklings)prosesser. Gjennom emnets tema skal studenten bli bevisst at kontinuerlig forbedring både har en kulturell og en analytisk dimensjon og at ledelse spiller en nøkkelrolle i kvalitetsarbeid og kontinuerlig forbedring. Studenten skal forstå hva Lean ledelse innebærer, beherske prosjektmetodikken DMAIC, kunne bruke de mest vanlige verktøyene innenfor Lean Six Sigma og kjenne til de mest brukte statistiske modellene for dataanalyse.</p>
Markedsføring og merkevareledelse 30 stp	<p>Profileringsemnet består av:</p> <ul style="list-style-type: none"> Merkevareledelse 7,5 stp Forbrukeradferd 7,5 stp Markedskommunikasjon 7,5 stp Digital markedsføring 7,5 stp
Merkevareledelse	<p>Merkevareledelse tar for seg hva en merkevare er og hvordan man bygger den opp steg for steg, fra valg av målgruppe og posisjon, til hvordan man skaper kjennskap og kunnskap hos målgruppen. Merkevareledelse fokuserer</p>

	<p>på hvilke virkninger en sterk merkevare har for bedrifter og forbrukere, hvordan merkevaren kan posisjoneres i kundenes hukommelse, merkekjennskap og -kunnskap samt markedsposisjonering. Viktige temaer i emnet er merkearkitektur, prinsipper for styring av merkeporteføljen og fokus på strategier. Det sees på ulike virkemidler for å bygge opp en merkevare med grep som merkeutvidelser, merkesamarbeid og markedskommunikasjon. Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til merkevareledelse - Psykologiske virkninger av merkeverdi for kundene - Økonomiske virkninger av merkeverdi - Verdifastsettelse av merkevarer - Merkekjennskap - Merkeassosiasjoner - Merkeposisjonering - Merkearkitektur - Merkeelementer - Merkesamarbeid - Merkeutvidelser - Kommunikationsplanlegging - Merkekommunikasjon - Taktikk og operative tiltak i bygging av merkevarer
<p>Forbrukeratferd</p>	<p>Forbrukeratferd gir deg kunnskap og forståelse om forbrukernes kjøps- og konsumatferd. Både som enkeltindivider og som del av en gruppe mennesker. Forbrukeratferd gir studenten en forståelse for hvilke prosesser individet går gjennom ved kjøp av en vare eller tjeneste. Studenten skal også få forståelse for hvordan individets behov og motiver påvirker forbrukeren før, under og etter kjøpet. Emnet fokuserer på hvordan individet lærer og bearbeider informasjon, og hvordan dette påvirker forbrukerens oppfatning av varen eller tjenesten. Det vil bli lagt vekt på psykologiske og økonomiske teorier knyttet til forbrukeratferd. Emnet skal gjøre studenten i stand til å bruke kundeinnsikt og teorier om forbrukeratferd i praktisk markedsføring. Herunder skal studenten kunne analysere hvordan endringer i markedsføringsmiksen for produkter og tjenester potensielt kan påvirke forbrukerne og deres atferd.</p> <p>Følgende tema inngår i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til forbrukeratferd og forbrukerforskning - Kunden som individ - Forbrukeren i en sosial kontekst samt forskjeller i forbrukeratferd på tvers av kulturer
<p>Markedskommunikasjon</p>	<p>Markedskommunikasjon gir studenten en bred innføring i de aktiviteter og prosesser som inngår i planleggingen og gjennomføringen av bedriftens kommunikasjon med markedet. Markedskommunikasjon fokuserer på forståelse av de ulike faser og steg man går gjennom i planleggingen av konkrete kommunikasjonstiltak. I tillegg ser emnet på de grunnleggende psykologiske prinsippene for hvordan markedskommunikasjon virker og påvirker kundene.</p> <p>Følgende temaer inngår i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon av markedskommunikasjon - Kommunikationsrespons- og planleggingssekvensen - Stegene i den strategiske kommunikasjonsplanleggingen - Hvordan markedskommunikasjon påvirker kunden - Ulike taktiske virkemidler og valg av markedskommunikasjon - Grunnleggende prinsipper for påvirkningsteori - Betydningen av kreativitet i kommunikasjonsløsninger - Effekten av nye medier, sosiale kanaler som for eksempel Facebook - Taktiske promosjonstiltak - Sammenhengen mellom markedskommunikasjon og de andre

	virkemidlene i markedsføringsmiksen
Digital markedsføring	<p>Digital markedsføring skal gi studentene god kjennskap til de viktigste forskjellene mellom industri- og digitalt nettsamfunn, samt lære de å anvende prinsippene fra den digitale økonomien i utvikling av digitale tjenester. Emnet skal gi studentene kjennskap til webmarketingmatrix rammeverket og gi de verktøy til å planlegge og å utføre digital markedsføring i bedrifter. Emnet er delt inn i fem hovedsesjoner knyttet til den digitale markedsføring. Emnet starter med en introduksjon til det digitale nettsamfunnet. Deretter ser vi nærmere på hvilke konsekvenser digitaliseringen har for ulike medier. Til slutt ser vi på hvordan digitaliseringen påvirker arbeidshverdagen og åpner nye muligheter for å realisere ideer.</p> <p>Sentrale tema i emnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduksjon til det digitale nettsamfunnet. - Det nye mediasamfunnet, fra proprietære tjenester til plattform og apps.
HR og personalledelse 30stp	<p>Profileringsemnet består av:</p> <p>Leder og talentutvikling 7,5 stp Internkommunikasjon og merkebygging 7,5 stp Rekruttering og prestasjonsutvikling 7,5 stp HR strategi 7,5 stp</p>
Leder og talentutvikling	<p>Studentene skal utvikle en forståelse av begrepsapparat og noen sentrale teorier innen leder- og talentutvikling. De vil også bli introdusert til grunnleggende utviklingspsykologi, samt moralske dimensjoner av det å jobbe med mennesker. Emnet vil lære studentene teori og praktisk kunnskap knyttet til utvikling av mennesker. Grupper, ledere og talenter vil bli vektlagt, og studentene vil bl.a. lære om utviklingsfilosofi, teori og utviklingsmetodene coaching, verdsettende samtaler. Filosofiske og psykologiske aspekter av faget vil danne de teoretiske rammene, og studentene vil bruke seg selv for å teste ut forskjellige tilnærminger. I tillegg vil de overordnede perspektivene knyttet til leder- og talentutvikling fra et HR-ståsted bli gjennomgått. Studentene vil gjennomføre praktiske øvelser, hvor de vil tilegne seg erfaringer, lære seg å koble teori og praksis.</p>
Internkommunikasjon og merkebygging	<p>Emnet skal gi studentene forståelse for prinsippene for intern merkevarebygging som er en metode for å involvere ansatte og skape verdier for kunder. Emnet vil se på temaer som: Definerings av merke; med en deltakende tilnærming, slik at ansatte kan engasjere seg. Kommunisere merket; med vekt på viktigheten av informasjon om varemerket og å inspirere dem til å bruke merket. Det vil også omhandle betydningen av ekstern kommunikasjon. HR-prosesser; hvordan merkets ideologi bør styre rekruttering, måling og belønning av ansatte. Leve merket; integrere merket inn i organisasjonen, vise mekanismer som kan brukes til å lage langsiktige engasjement med en hel ide.</p>
Rekruttering og prestasjonsutvikling	<p>Emnet skal gi studentene innsikt i metoder som er i bruk for å sikre best mulig rekruttering og prestasjonsoppfølging. De skal settes i stand til å vurdere bruk av metoder ut fra hensikt og forretnings-/organisasjonsmessige forutsetninger. De skal tilegne seg metodiske kvalitetskrav som må stilles til aktuelle verktøy. De skal få en forståelse for de hensyn som må tas i utvikling og oppfølging basert på slike systemer – blant annet med hensyn til forholdet mellom fastlønn og bonus, gruppe og individuelt rettet oppfølging, kortsiktig salgsfokus og mer langsiktig fokus i oppfølgingen.</p>
Personalledelse	<p>Personalledelse fokuserer på hvordan en organisasjon kan håndtere sine personalressurser. Hvordan utarbeide en bemanningsanalyse, planlegge bemanningsressursene, rekruttere, utvikle og belønne de menneskelige</p>

	<p>ressursene for produktive formål. Emnet går igjennom hvordan personalressursene kan forvaltes gjennom kunnskap, og gir en forståelse for kompleksiteten og utfordringene i å forvalte menneskelige ressurser i en organisasjon. Emnet inneholder de viktigste prosessene innenfor personalledelse, og viktige sider ved det å være medarbeider. Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisasjon og personalledelse - Interne og eksterne arbeidsbetingelser for personalledelse - Strategisk personalledelse - Organisering av personalledelsesfunksjonen - Ansettelsesprosessen - Kompetanse og kompetanseutvikling - Vurdering av ansattes ytelse og potensial - Belønning og motivasjon - Karriereutvikling - Avvikling av arbeidsforhold - Personalledelse og prestasjon - Attraktive organisasjoner
<p>Regnskap 30 stp (Emne tilsvarende 6084 Finansregnskap er nødvendig forkunnskap)</p>	<p>Profileringsemnet består av: Finansregnskap og regnskapsteori 15 stp Årsregnskap og god regnskapsskikk 7,5 stp Regnskapsføreryrket og regnskapsorganisering 7,5 stp</p>
<p>Finansregnskap og regnskapsteori</p>	<p>Studenten får kunnskaper om følgende temaer:</p> <p>Videregående finansregnskap Studenten</p> <ul style="list-style-type: none"> • har inngående kunnskap om innregning og måling av de viktigste regnskapspostene og de grunnleggende regnskapsprinsipper • har innsikt i regnskapsregler for små foretak • kjenner til regnskapsregler for ideelle organisasjoner • kjenner til de mest sentrale forskjellene mellom regnskaps- og skatteregler • kan avslutte et årsregnskap, inklusiv skatteposter og resultatdisponering, for AS. • kjenner til regelverket for noter og årsberetning • kan utarbeide et enkelt konsernregnskap <p>Regnskapsteori Studenten har forståelse for og kan reflektere over</p> <ul style="list-style-type: none"> • brukergruppenes informasjonsbehov og behov for regnskapsregulering • det teoretiske grunnlaget for de grunnleggende regnskapsprinsipper og god regnskapsskikk • resultat- og balanseorientering når det gjelder hovedmodell for regnskapet • det konseptuelle rammeverket til IFRS • internasjonal regnskapsutvikling, reguleringsorganer mv.
<p>Årsregnskap og god regnskapsskikk</p>	<p>Studenten får kunnskap om følgende temaer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kjenner til plikten til å utarbeide årsregnskap • har kunnskap om sentrale standarder for utarbeidelse av årsregnskap • har kjennskap til etiske regnskapsfaglige problemstillinger, herunder grensen mot regnskapsmanipulasjon.

	<ul style="list-style-type: none"> • kan beskrive krav til de mest sentrale noter til regnskapet og årsberetningen • kjenner til prosessen rundt avleggelsen av et årsregnskap og være aktiv bidragsyter i et regnskapsfaglig miljø <p>-</p>
Regnskapsføreryrket og regnskapsorganisering	<p>Studenten får kunnskap om følgende temaer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - har god kjennskap til de regler som regulerer rettigheter og plikter for autoriserte regnskapsførere, herunder også regnskapsføreres erstatningsrettslige plikter - har god kjennskap til krav, plikter og anbefalinger som fremkommer i god regnskapsføringsskikk - kjenner styrets, daglig leder og revisors rolle og ansvar knyttet til en virksomhet - kjenner de mest sentrale virksomhetsrutinene - kjenner generelle kontroller og kan reflektere over organisasjonsmessige relasjoner i tilknytning til intern kontroll, herunder tiltak for å sikre effektiv intern kontroll - kjenner krav til sikkerhet og kontroller i IKT-systemer - har kunnskap om de grunnleggende bokføringsprinsipper i bokføringsloven og god bokføringskikk, herunder øvrige bestemmelser i bokføringslov og regnskapsloven. - har omfattende kunnskaper om analyse av regnskap
Innovasjon og entreprenørskap 30 stp	<p>Profileringsemnet består av:</p> <p>Innovasjon 7,5 stp Entreprenørskap 7,5 stp Endringsledelse I 7,5 stp Endringsledelse II 7,5 stp Eller Endringsledelse (I+II) 15 stp</p>
Innovasjon	<p>Emnet gir kunnskap og ferdigheter om forretningsutvikling og nyskaping. Studenten blir kjent med utvikling av personlige egenskaper og holdninger, lærer om verktøy for entreprenørskap, og sammenhengene mellom individ, gruppe og samfunn for å oppnå gode resultater. Emnet gir kunnskap om hvilke egenskaper og prosesser som er viktige, samt innsikt i hvilken kompetanse som trengs for å lykkes.</p> <p>Innovasjon gir grunnlaget for en helhetlig forståelse for og verktøy for å analysere utfordringer ved forskjellige innovasjoner. Studentene skal også tilegne seg et bredere perspektiv på utviklingstrekk og trender i økonomien, som berører forutsetninger og mulighetsrommet for innovasjon.</p> <p>Det gis også et historisk perspektiv på innovasjon, forretningsutvikling og aktuelle utviklingstrender i økonomien mht. innovasjon. Det vil bli lagt vekt på å utvikle en første forståelse for krefter som hemmer og fremmer innovasjon – både i virksomhetens omverden og internt i virksomhetene.</p>
Entreprenørskap	<p>Entreprenørskap skal gi studenten en introduksjon til prosessen fra idé til oppstart av ny virksomhet inkludert idéutvikling, markedsforståelse, strategisk tenkning, organisering og finansiering. Emnet tar for seg stegene og kriteriene ved utarbeidelse av en forretningsplan. Det legges vekt på at studenten tilegner seg teknikker for selvledelse og evnen til å agere som entreprenør ved å se muligheter og lede seg selv og andre. Sentrale tema er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Psykologiske verktøy rettet mot utvikling av seg til entreprenør og forandringsagent - Forretningsutvikling - Idéutvikling, markedsforståelse, strategisk posisjonering, markedsutvikling og organisering

	- Finansiering.
Endringsledelse I	Emnet skal gi kunnskap i å lede endringer med fokus på mellommenneskelige prosesser. Etter endt emne skal studentene få forståelse for hvordan man kan endre organisasjoner. Studentene skal få innsikt i hvordan de kan utvikle mellommenneskelige prosesser i en organisasjon, for å få til endringsprosesser. Følgende emner vil bli gjennomgått Individnivå <ol style="list-style-type: none"> 1. Personlige endringsprosesser 2. Personlig omdømme 3. Mellommenneskelig kommunikasjon 4. Personlig suksess i endringsprosesser Organisasjonsnivå <ol style="list-style-type: none"> 13. Taus kunnskap 14. Kunnskapsarbeiderens produktivitet 15. Organisatorisk læring
Endringsledelse II	Endringsledelse skal gi studentene forståelse for organisasjonens plass i samfunnet og samspillet mellom samfunnsendringer, endringer i organisasjonen og endringer av mellommenneskelige relasjoner, dvs. kunnskapen skal utvikles på samfunnsnivå og på organisasjonsnivå. Følgende emner vil bli gjennomgått Emnet skal ta for seg sentrale problemstillinger innenfor endringsprosesser, slik som: <ul style="list-style-type: none"> • Organisering og fremtidens næringsliv • Det fremtidige marked • Forestillinger om fremtidens næringsliv Organisering og strategi for fremtidens næringsliv
Endringsledelse 15 stp	Endringsledelse I+II

Tabell 6. Profileringsemner

4. Undervisnings- og vurderingsformer

4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Bachelorstudiet i *Administrasjon og ledelse* er tilrettelagt som nettstudier. Pensum og faglige krav til nivå er det samme som for studenter som følger ordinær undervisning.

Hvert emne i bachelorgraden har et tilhørende nettkurs i NKS' læringsplattform (LMS) Luvit. Når nettstudenten har blitt tatt opp på ett eller flere emner, får han eller hun tilgang til de aktuelle nettkursene i læringsplattformen. Hvert nettkurs inneholder veiledningstekster, lyd- og bildeforelesninger, øvingsoppgaver og obligatoriske innsendingsoppgaver. Nettkurset inneholder også anbefalinger om tidsbruk for aktuelle tema innen et emne, og informasjon om hvordan de ulike emnene forholder seg til hverandre, og i hvilken rekkefølge de bør gjennomføres. Alt faglig innhold i nettkurset henviser til pensum, gir utfyllende kommentarer til pensum, og eventuelt supplerende kommentarer og problematisering av pensumlitteraturen.

Hvert emne inneholder også en rekke øvingsoppgaver/selvtester som skal hjelpe studenten til å vurdere sin egen progresjon og om læringsmålene blir nådd.

I hvert nettkurs har studenten tilgang til en faglig veileder (nettveileder). Veilederen er vanligvis den samme fagpersonen som har utviklet det faglige innholdet i nettkurset. Veilederens oppgaver er å sende velkomstmelding til nye studenter, besvare faglige spørsmål fra studenter, og å gi faglig veiledning og vurdering på innsendingsoppgavene i kurset. Innsendingsoppgavene er obligatoriske og må bestås før studenten kan meldes opp til eksamen. I enkelte emner vil innsendingsoppgavene også være underveisevaluering som gir uttelling på eksamenskarakteren. Dette vil i så fall være oppgitt i den enkelte emnebeskrivelsen.

Nettstudenten velger selv om han/hun vil samarbeide med andre studenter, og har i læringsplattformen tilgang til digitale verktøy for å kommunisere med veileder og medstudenter, planlegge egen studieprogresjon, og for å finne aktuelle samarbeidspartnere i nettkurset.

4.2 Vurderingsformer

Progresjon og faglig nivå ivaretas gjennom de obligatoriske arbeidskrav eller innsendingsoppgaver i hvert enkelt emne. Omfanget varierer, men som oftest er det minst to omfattende innleveringsoppgaver i et emne på 7,5 studiepoeng. Ved større emner øker antall innsendinger. I enkelte emner teller en av innsendingsoppgavene som underveisevaluering og gir uttelling på slutt karakteren i emnet.

Det arrangeres egen skriftlig eksamen i alle emner. Eksamensreglementet er det samme som for Markedshøyskolens øvrige studenter, men på grunn av at studentene ikke er fysisk til stede arrangeres eksamen desentralt i samarbeid med andre utdanningsinstitusjoner og offisielt godkjente eksamensarrangører.