

STUDIEPLAN

Ledelse, innovasjon og marked – bachelor

180 stp

Studiested: Harstad

Studieplanen er godkjent av styret ved Fakultet for
biovitenskap, fiskeri og økonomi den <dd.mm.yyyy>/

Gjelder fra og med høsten 2020.

Navn på studieprogram	Bokmål: Ledelse, innovasjon og marked - bachelor Nynorsk: Leiing, innovasjon og marked - bachelor Engelsk: Management, Innovation and Marketing – bachelor
Oppnådd grad	Bachelor i ledelse, innovasjon og marked.
Målgruppe	Studieprogrammet i ledelse, innovasjon og marked er rettet mot dem som har interesse for ledelse, markedsføring og innovasjon i bedrifter. Studiet er tilpasset og aktuelt for både jobber i det private næringslivet og i offentlig sektor. Utdannelsen kvalifiserer til rådgivings- og utredningsoppgaver samt mellomleder-roller innen reiseliv, i service-, handels- og industri-bedrifter i inn- og utland. Studiet er også velegnet for de som ønsker å studere videre til mastergrad ved norske og utenlandske høyskoler og universitet.
Opptakskrav, forkunnskapskrav, anbefalte forkunnskaper	Generell studiekompetanse eller realkompetanse.
Læringsutbytte-beskrivelse	<p>Etter bestått studieprogram har kandidaten følgende læringsutbytte:</p> <p>Kunnskap:</p> <p>En bachelor i ledelse, innovasjon og marked har:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bred og oppdatert kunnskap om emner som personalledelse, organisasjonsteori, organisasjonspysykologi og HRM. • bred og oppdatert kunnskap om kreativitet, innovasjon, bedriftsutvikling, intraprenørskap og entreprenørskap. • bred og oppdatert kunnskap om markedsføring og markedsføringsteorier, som servicemarkedsføring, digital markedsføring og forbrukeratferd. • kunnskap om hvordan strategier utvikles, hvordan virksomheter organiseres og ledes, og hvordan virksomheter kan bidra til å styrke den forsyningskjede de er en del av. • grunnleggende kunnskaper i vitenskapsteori, anvendt metode og internasjonal politikk for å kunne identifisere utfordringer og trender, for dermed å kunne iverksette fornuftige tiltak som kan redusere skader eller sikre fremgang. • kunnskap om fagområdenes historie, tradisjoner, egenart og plass i samfunnet. <p>Ferdigheter:</p> <p>En bachelor i ledelse, innovasjon og marked kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gjennom teoretisk forståelse for ledelse, innovasjon og markedsføring, samt kompetanse i samfunnsvitenskapelige metoder, innhente og analysere informasjon om et bredt spekter av problemstillinger, og ut fra dette skrive rapporter og prosjektoppgaver. • anvende kunnskap relatert til ledelse, innovasjon og markedsføring på praktiske og teoretiske problemstillinger og treffe begrunnede valg ved ulike utfordringer.

	<ul style="list-style-type: none">• kunne identifisere utfordringer og trender, for dermed å kunne foreslå og iverksette tiltak for å møte disse.• beherske relevante faglige verktøy, teknikker og uttrykksformer.• gjennomføre innovasjonsprosesser, utvikle markedsføringsstrategier, utforme og styre prosjekter og lede medarbeidere.• bruke økonomiske styringsverktøy og analysere regnskap. <p>Generell kompetanse:</p> <p>En bachelor i ledelse, innovasjon og marked kan:</p> <ul style="list-style-type: none">• planlegge og gjennomføre arbeidsoppgaver og prosjekter, alene og som deltaker i en gruppe, og gjøre selvstendige vurderinger av organisatoriske og markedsrelaterte problemstillinger, og slik sett bidra til utvikling av virksomheter.• gjøre kritiske refleksjoner rundt hvilken betydning ledelses-, innovasjons- og markedsføringsfaget har for virksomheter og samfunnet.• formidle sentralt fagstoff som teorier, problemstillinger og løsninger både skriftlig og muntlig.• kunne utvikle utveksle synspunkter og erfaringer som kan ha praktisk nytte, på bakgrunn av kjennskap til fagområdene ledelse, innovasjon og markedsføring• kunne tenke kreative tanker og anvende innovasjonsprosesser til å få frem nye produkter, produksjonsmåte eller finne løsninger på problem																												
Faglig innhold og beskrivelse av studiet	<p>Bachelorstudiet i ledelse, innovasjon og marked er et treårig studium. Utdanningen fokuserer på emner innen ledelse, innovasjon, og markedsføring, og skal gjøre deg i stand til å forstå hvordan organisasjoner og mennesker bør ledes, til å gjennomføre innovasjonsprosesser og til å utvikle markedsføringsstrategier. Utdanningen vil også gi deg grunnleggende kunnskap innen økonomi, strategi og metodefag, og dermed allsidighet til å kunne jobbe med kombinasjonen av flere fag, for eksempel i bedriftsrådgivning eller konsulentarbeid.</p> <p>Tredje studieår kan studentene velge å dra på et utvekslingsopphold i utlandet, enten i ett semester (høst eller vår) eller i begge.</p>																												
Tabell: Studieprogrammets oppbygging:	<table><tr><th>Semester</th><th>10 studiepoeng</th><th>10 studiepoeng</th><th>10 studiepoeng</th></tr><tr><td>1. semester</td><td>BED-2029 Organisasjonsteori og ledelse</td><td>BED-1013 Bedrifts-økonomisk analyse</td><td>BED-1004 Markedsføring</td></tr><tr><td>2. semester</td><td>FIL-0700 Examen philosophicum, Tromsøvarianten</td><td>BED-1002 Grunnleggende regnskap og analyse</td><td>BED-XXXX Internasjonal politikk og globalisering</td></tr><tr><td>3. semester</td><td>BED-XXXX Praktisk personalledelse</td><td>BED-1009 Innovasjon og entreprenørskap</td><td>BED-XXXX Serviceledelse og innovasjon</td></tr><tr><td>4. semester</td><td>BED-2115 Forsyningsledelse og lean</td><td>BED-2046 Anvendt metode</td><td>BED-2003 Foretaksstrategi</td></tr><tr><td>5. semester</td><td>BED-2112 HRM</td><td>BED-XXXX Arbeids- og organisasjonspsykologi</td><td>BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp</td></tr><tr><td>6. semester</td><td>BED-2144 Social media marketing</td><td>BED-2145 Consumer behaviour and active retailing</td><td>BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp</td></tr></table>	Semester	10 studiepoeng	10 studiepoeng	10 studiepoeng	1. semester	BED-2029 Organisasjonsteori og ledelse	BED-1013 Bedrifts-økonomisk analyse	BED-1004 Markedsføring	2. semester	FIL-0700 Examen philosophicum, Tromsøvarianten	BED-1002 Grunnleggende regnskap og analyse	BED-XXXX Internasjonal politikk og globalisering	3. semester	BED-XXXX Praktisk personalledelse	BED-1009 Innovasjon og entreprenørskap	BED-XXXX Serviceledelse og innovasjon	4. semester	BED-2115 Forsyningsledelse og lean	BED-2046 Anvendt metode	BED-2003 Foretaksstrategi	5. semester	BED-2112 HRM	BED-XXXX Arbeids- og organisasjonspsykologi	BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp	6. semester	BED-2144 Social media marketing	BED-2145 Consumer behaviour and active retailing	BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp
Semester	10 studiepoeng	10 studiepoeng	10 studiepoeng																										
1. semester	BED-2029 Organisasjonsteori og ledelse	BED-1013 Bedrifts-økonomisk analyse	BED-1004 Markedsføring																										
2. semester	FIL-0700 Examen philosophicum, Tromsøvarianten	BED-1002 Grunnleggende regnskap og analyse	BED-XXXX Internasjonal politikk og globalisering																										
3. semester	BED-XXXX Praktisk personalledelse	BED-1009 Innovasjon og entreprenørskap	BED-XXXX Serviceledelse og innovasjon																										
4. semester	BED-2115 Forsyningsledelse og lean	BED-2046 Anvendt metode	BED-2003 Foretaksstrategi																										
5. semester	BED-2112 HRM	BED-XXXX Arbeids- og organisasjonspsykologi	BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp																										
6. semester	BED-2144 Social media marketing	BED-2145 Consumer behaviour and active retailing	BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap – 10 stp																										

	Valgfritt emne 20 stp, 5. og 6. semester: Istedenfor BED-2139 Bedriftsutvikling og intraprenørskap kan BED-2209 Bacheloroppgave velges Valgfritt emne 10 stp, 5. semester: BED-2406 Innkjøp og logistikk, i så fall må et annet velges bort Valgfritt emne 10 stp, 6. semester: BED-2136 Experience Development, i så fall må et annet emne velges bort						
Undervisnings-, lærings- og vurderingsformer	Emner	Forelesninger og diskusjoner	Oppgaveløsning/øvelser/case	Student-presentasjoner	Skriftlige arbeider	Bedriftsbesøk/studietur/foredrag	
	BED-2029 Organisasjonsteori og ledelse	X	X	X	X	X	
	BED-1013 Bedriftsøkonomisk analyse	X	X		X		
	BED-1004 Markedsføring	X	X	X	X	X	
	FIL-0700 Examen philosophicum	X	X				
	BED-1002 Grunnleggende regnskap og analyse	X	X		X		
	BED-XXXX Internasjonal politikk og globalisering	X	X	X	X	X	
	BED-XXXX Praktisk personalledelse	X	X	X	X		
	BED-1009 Innovasjon og entreprenørskap	X	X	X	X		
	BED-XXXX Serviceledelse og innovasjon	X	X	X	X	X	
	BED-2115 Forsyningsledelse og lean	X	X		X		
	BED-2046 Anvendt metode	X	X		X		
	BED-2003 Foretaksstrategi	X	X	X	X	X	
	BED-2112 HRM	X	X	X	X		
	BED-XXXX Arbeids- og organisasjonspsykologi	X	X	X	X		
	BED-2144 Social media marketing	X	X	X			
	BED-2145 Consumer behaviour and Active Retailing	X	X	X		X	
	BED-2039 Bedriftsutvikling og intraprenørskap 20 stp	X		X	X	X	
	BED-2406 Innkjøp og logistikk * 10 stp	X	X		X		
	BED-2136 Experience Development * 10 stp	X		X	X		
	BED-2209 Bacheloroppgave * 20 stp				X		
	*= valgfritt emne						

	Denne tabellen viser en oversikt over de ulike vurderingsformene som benyttes i studiet fordelt på det enkelte emnet:				
	Emne	Skoleeksamen, skriftlig	Hjemme-eksamen, skriftlig	Presentasjoner, muntlig arbeidskrav	Innleveringer skriftlige arbeider
	Organisasjonsteori	X (I)			X (G)
	Bedriftsøkonomi	X (I)			X (I)
	Markedsføring	X(I)			X (G&I)
	Ex Phil	X (I)		X (I)	
	Regnskap og analyse	X(I)			X (I)
	Internasjonal politikk og globalisering	X (I)			X (I)
	Praktisk personalledelse	X (I)		X (I)	X (I & G)
	Innovasjon og intraprenørskap	X (I)			X (I)
	Serviceledelse og innovasjon	X (I)			X (G)
	Forsyningsledelse og lean	X (I)			X (G)
	Anvendt metode	X (I)	X(I)		X(I)
	Foretaksstrategi		X(I)		X(I)
	HRM		X(I)		X(G)
	Organisasjonpsykologi		X(I)		X(I/G)
	Social Media Marketing		X(I)		X(I/G)
	Consumer behaviour		X(I)	X(G)	X(I/G)
	Bedriftsutvikling og intraprenørskap		X(I/G)		X(I/G)
	Bacheloroppgaven	X (I)		X(I/G)	X(I/G)
	Innkjøp og logistikk	X (I)		X (I)	X (I)
	Experience Development	X (I)	X (I)		
	<i>I=Individuell; G=Gruppebasert</i>				
Relevans	Studieprogrammet i ledelse, innovasjon og marked er rettet mot dem som har interesse for ledelse, markedsføring og innovasjon i bedrifter. Studiet passer for jobber både i det private næringslivet og i offentlig sektor. Utdannelsen kvalifiserer til rådgivnings- og utredningsoppgaver og til ulike mellomlederroller i næringslivet og innen offentlig sektor i inn- og utland. Studiet er også velegnet for dem som ønsker å studere videre til mastergrad ved norske og utenlandske høyskoler og universitet.				
Arbeidsomfang	Studieprogrammet samlede arbeidsomfang skal være på 1650 timer per år for dem som tar studiet på heltid. For å nå læringsmålene må studentene forvente å arbeide 37,5 timer i uken med studiene, inkludert forelesninger, seminarer og selvstudium.				
Undervisnings- og eksamensspråk	Undervisningsspråket for de fleste emnene som inngår i programmet er norsk, to av emnene er engelsk. Litteratur i form av lærebøker og kompendier vil som oftest være på engelsk eller norsk. Enkelte emner undervises på engelsk, undervisningsspråk for det enkelte emne står angitt i emnebeskrivelsen.				

Internasjonalisering	Det vil bli undervist i tre engelske emner på vårsemesteret det tredje studieåret, hvor det blir tatt opp utenlandske studenter. Våre studenter har anledning til å reise ut for å studere ved et utenlandsk universitet ett eller to semestre i studietiden.
Student-utveksling	Det er tilrettelagt for utenlandsopphold ved at studentene kan velge å ta et eller to semestre ved en utenlandsk institusjon. Utbyttet av et studieopphold i utlandet vil erfaringsmessig bli best hvis studenten har gjennomført bachelorprogrammets grunnleggende emner. Det er mulig å få innpass for emner fra andre institusjoner som del av de obligatoriske emnene i bachelorgraden. Det anbefales at et utenlandsopphold gjennomføres gjennom eksisterende avtaler med instituttets samarbeidspartnere, men andre alternativer kan godkjennes etter vurdering av instituttet. Utenlandsstudier må være forhåndsgodkjent som en del av studentenes utdanningsplan. For mer informasjon om dette kan du ta kontakt med en av studiekonsulentene ved Handelshøgskolen.
Praksis	Studiet er praksisrelatert gjennom bruk av case, problembasert læring, oppgaver og bruk av andre studentaktive læringsformer som muntlig presentasjoner og hjemmeeksamen. Formålet med disse undervisningsformene er å øke studentenes motivasjon og læringsutbytte, samt å gjøre de kjent med arbeidslivet. Det vil bli ansatt deltidsansatte mentorer fra næringslivet til å forestå bedriftsbesøk, foredrag og deler av undervisningen.
Administrativt ansvarlig og faglig ansvarlig	Studiet er en del av Handelshøgskolen UiT, som er et institutt ved Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi. Programstyret ved Handelshøgskolen UiT har det faglige ansvaret for studieprogrammet. Studieprogrammet administreres fra Harstad.
Kvalitetssikring	Emnene som inngår i studieprogrammet, evalueres minimum én gang i løpet av studieåret. Emneevalueringen består av student og faglærers evaluering. Hele studieprogrammet evalueres årlig i et møte mellom studentrepresentanter, faglærere og programstyrelederen. Programstyret vurderer evalueringene og foreslår eventuelle tiltak for å forbedre studiekvaliteten.
Andre bestemmelser	Videre studier: Studenter med fullført bachelorgrad kan søke opptak til master-grad i Ledelse, innovasjon og marked ved HHT Tromsø og erfarings-basert master i ledelse ved HHT Harstad.