



Høgskolen i **Hedmark**  
Campus Rena

**STUDIEPLAN**

# **Bachelor i marknadføring og internasjonalisering**

---

**182,5 studiepoeng**

Studieplanen er godkjent/revidert: 04.11.08  
Studiet er etablert: 15.12.99

## **1. Innleiing**

Norsk næringsliv er i utstrakt grad retta mot dei internasjonale marknader. Inntekta frå eksport utgjer difor ca 40 % av bruttonasjonalproduktet. I næringslivet vert det kravd i aukande grad at ein, i tillegg til ein kompetanse i økonomisk-administrative fag, har kunnskap om marknadsføring og internasjonale forhold. Dette er kompetanse som danner eit grunnlag for å gi viktige bidrag til arbeidet med å bygge effektive bedriftsorganisasjonar, og for å finne fram til de marknadsføringstiltak som møter dei aktuelle utfordringane.

## **2. Læringsmål**

Kandidaten får ei utdanning særleg retta mot marknadsføring og internasjonalisering av private bedrifter. Ein kandidat som har fullført denne utdanninga har og eit solid grunnlag innan økonomisk-/administrative basisfag og bedriftsøkonomiske fag.

Med dette som utgangspunkt skal kandidatane etter enda studium ha relevante kunnskapar innan marknadsføring, konsumentåtferd, internasjonal marknadsføring, forretningsutvikling, og marknadsorientert organisasjonsutvikling både nasjonalt og internasjonalt.

I tillegg skal kandidatane ha tileigna seg følgjande ferdigheter:

- kunne bruke teoretiske kunnskapar på praktiske problemstillingar i møtet med marknaden og kunden.
- kunne søke, behandle og vurdere informasjon om marknaden kritisk.
- kunne jobbe med oppgaver som høyrer til alle fasar i prosjektplanlegging og –gjennomføring.
- utvikle ein rollemedvit, trygging og grunnleggande forståing om marknadsføring av organisasjonar.

## **3. Målgruppe**

Studiet rettar seg mot søkarar som har gjennomført 3-årig vidaregåande skule og som ynskjer ein økonomisk utdanning, samtidig som ein spesialisering innan marknadsføringsfag er eit mål.

Studiet rettar seg vidare mot studentar som har ein lengre yrkespraksis og som ynskjer ein målretta etterutdanning og kompetanseoppbygging.

## **4. Opptakskrav**

Det vert kravd generell studiekompetanse eller realkompetanse på tilsvarande nivå.

## **5. Studiets varighet, omfang og nivå**

Studiet er ei grunnutdanning som består av 182,5 studiepoeng og er normera til tre års studium på heiltid.

## **6. Kompetanse**

Fullført studium gir vitnemål med tittelen "Bachelor i marknadsføring og internasjonalisering" . Uteksaminerte kandidatar vil vere kvalifisert for ulike funksjonar i private bedrifter. Dei vil vere kvalifiserte som mellomleiarar. Studiet kvalifiserar spesielt for oppgåver innan marknadsføring, internasjonal marknadsføring, forretningsutvikling og marknadsorientert organisasjonsutvikling. Studentane er og kvalifiserte for å begynne på masterutdanningar i Noreg og i utlandet.

## **7. Informasjonskompetanse**

Informasjonskompetanse inneber at studentane skal tileigne seg kunnskap for når det er behov for informasjon, og å kunne lokalisere, evaluere og effektivt nyttiggjere seg informasjon i eigen læring og forskning. Det vert halde kurs i Kilder og kildebruk ved studiestart. Studentane vert anbefalte å nytta det sjølvinstruerande informasjonskompetansekurset, VIKO, til Noregs teknisknaturvitenskapelege universitet, som ligg tilgjengeleg for fri bruk på <http://www.ub.ntnu.no/viko/start.php>.

I emnet *datahåndtering med samfunnsvitenskapelege metodar* får studentane innføring i informasjonssøk og vurdering av kilder.

## 8. Innhald, oppbygging og organisering av studiet

Studiet er bygd opp slik det framgår av tabellen nedanfor.

1.studieår		2.studieår		3.studieår	
Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse 3ØB116 7,5 sp	Markedsføring 3ØM100 5 sp	Grunnleggende Statistikk 3MA525 5 sp	Driftsregnskap med budsjettering 3ØB250 5 sp	Invest/finans 3ØB420 5 sp	Bachelor oppgave 3ØA900 30 sp
Datahåndtering med samfunnsvitensk. metode 3ØD115 10 sp	Mikroøkonomi 3ØB645 7,5 sp	Makroøkonomi 3ØB625 7,5 sp	Foretaksstrategi 3ØR355 10 sp	International economics 3ØM560 5 sp	
	Grunnleggende Matematikk 3MA120 5 sp			Grunnleggende organisasjonsfag. 3SA122 5 sp	
Business English 1 3ØE106 5 sp	Business English 2 3ØE206 5 sp	International Management 3ØM210 5 sp	Prosjektadm og -ledelse 3ØID30 10 sp	Service-markedsføring og forretnings-logikk 3SMA110 10 sp	
Grunnleggende regnskap 3ØR136 7,5 sp	Markeds-kommunikasjon 3ØM350 5 sp	Strategic E-mark. Consumer Beh. 3ØM215 7,5 sp			
	Finansregnskap m/analyse 3ØR150 5 sp				
30	32,5	30	30	30	30

## 9. Internasjonalisering

Det vert lagt opp til at studentane kan integrere eit utanlandsopphald som varar i eitt eller to semester. Studentane skal i prinsippet velge dette semesteret i 2. eller 3. studieår. Det 5. semesteret er best eigna til dette. Utanlandsopphald skal vere godkjent av høgskolen på førehand og bli innarbeida i den enkelte sin utdanningsplan.

## 10. Undervisning og læringsformer

Læringsformene vil skifte mellom forelesingar, praktiske øvingar åleine og i grupper, prosjektarbeid, rettleiing, presentasjonar i plenum og sjølvstudium.

## 11. Vurderingsformer

Vurderingsformene som vert nytta i studiet er forskjellige. Det vert nytta: mappevurdering, skriftlege og muntlege eksamnar, praktiske øvingar, prosjektarbeid og bacheloroppgåve. Dei ulike vurderingsformene framgjeng av den enkelte omtala av emna. Det vert forutsatt at alle deleksamnar må vere bestått for at emnet skal verte vurdert til bestått. Om ikkje anna er oppgjeve, vert det nytta graderte karakterar, A-F, der E er lavast beståtte karakter.

## 12. Litteraturliste

Det er forbehold om endringar i pensumlitteraturen.

### Business English 1

MacKenzie, I. (2002). *English for business studies : a course for business studies and economics students : student's book* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 0-521-75285-x.

Audio CD set [lydopptak]. c2002. - 2 plater (CD) (ca 103 min).  
ISBN 0-521-75288-4

Sweeney, S. (2003). *English for business communication : a short course consisting of five modules: cultural diversity and socialising, telephoning, presentations, meetings and negotiations* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press

### **Business English2**

Audio CD set [lydopptak]. c2002. - 2 plater (CD) (ca 103 min).  
ISBN 0-521-75288-4

MacKenzie, I. (2002). *English for business studies : a course for business studies and economics students : student's book* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.  
ISBN 0-521-75285-x

Sweeney, S. (2003). *English for business communication : a short course consisting of five modules: cultural diversity and socialising, telephoning, presentations, meetings and negotiations* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.

### **Datahåndtering med samfunnsvitenskapelig metode**

Frye, C. (2004). *Microsoft Office Excel 2003 : trinn for trinn*. Oslo: IDG Norge Books. ISBN 82-7772-261-3.

### **Driftsregnskap og budsjettering**

Sending, A., Tangenes, T., & Gjønnnes, S. H. (2007). *Driftsregnskap og budsjettering, økonomi- og virksomhetsstyring* (2. utg.). Bergen: Fagbokforl. ISBN 978-82-450-0523-3.  
(Kap 1-5, 8, 9, 11, 12, 13, 15 og 17)

### **Anbefalt litteratur:**

Sending, A., Tangenes, T., & Gjønnnes, S. H. (2008) *Arbeidshefte til Driftsregnskap og budsjettering, økonomi- og virksomhetsstyring* (5. utg.). Bergen: Fagbokforl.  
ISBN 978-82-450-0699-5

### **Foretaksstrategi**

Løwendahl, B. R., Wenstøp, F., & Fjeldstad, Ø. D. (2003). *Grunnbok i strategi* (2. utg. utg.). [Oslo]: Damm. ISBN 82-04-08603-2, 978-82-04-08603-7.

### **Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse**

Hoff, K. G. (2005). *Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse* (5. utg.). Oslo: Universitetsforl. ISBN 82-15-00777-5, 978-82-15-00777-9

Hoff, K. G. & Hoff, J. E. (2005). *Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse : oppgaver og løsningsforslag* (3.utg.). Oslo: Universitetsforlaget. ISBN 82-15-00778-3.

### **Grunnleggende matematikk**

K. Sydsæter: *Matematisk analyse*, Bind 1, 7. utgave, Gyldendal Akademisk, 2000

### **Grunnleggende organisasjonsfag**

Jacobsen, D. I., & Thorsvik, J. (2007). *Hvordan organisasjoner fungerer : innføring i organisasjon og ledelse* (3. utg.). Bergen: Fagbokforl. ISBN 978-82-450-0517-2.

### **Grunnleggende regnskap**

Sending, A. (2005). *Grunnleggende regnskap* (2. utg.). Bergen: Fagbokforl.

ISBN 82-450-0347-6

**Grunnleggende statistikk**

Jan Ubøe/Kjell Jørgensen: Statistikk for økonomifag, Gyldendal, 1. utg. 2004.

**Investering og finansiering**

Bøhren, Ø., & Gjærum, P. I. (1999). *Prosjektanalyse* (2. utg.). [Oslo]

Bergen: Skarvet forl. Distribusjon: Fagbokforl. ISBN 82-992405-6-5. Kap. 4-7, 9-13

**Støttelitteratur**

Bredesen, Ivar. (2005). *Investering og finansiering* (3. utg.). Oslo : Gyldendal akademisk  
ISBN 978-82-05-33919-4

Boye, Knut. (2006). *Finansielle emner*. (14. utg.). Oslo : Cappelen akademisk  
ISBN 978-82-02-25763-7

**International Management**

Francesco, A. M., & Gold, B. A. (2005). *International organizational behavior : text, cases, and exercises* (2nd ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall. ISBN 0-13-100879-x Ch. 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11

Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2007). *Essentials of negotiation* (4th ed.). Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin. ISBN 0-07-310276-8 Ch. 1-6

Crane, A. & Matten, D. (2007). *Business ethics managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (2nd ed.). Oxford : Oxford University Press, ISBN 978-0-19-928499-3 Ch 1-5, 7

**International Marketing**

Hollensen, S. (2007). *Global marketing : a decision-oriented approach* (4. utg.). Harlow: FT Prentice Hall. ISBN 0-273-70678-0, 978-0-273-70678-6.

**Markedsføring**

Kotler, P., & Fredriksen, J. I. (2005). *Markedsføringsledelse* (3. utg. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN 82-05-31582-5.

**Markedskommunikasjon**

Helgesen, T. (2004). *Markedskommunikasjon : prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning* (6. utg.). [Oslo]: Cappelen akademisk. ISBN 82-02-23631-2, 978-82-02-23631-1.

I tillegg to temahefter som er utarbeidet av kursansvarlig; *Markedsplanen og kommunikasjonsperspektivet i samfunnet*.

**Makroøkonomi**

Vale, P. H. (2007). *Makroøkonomi : har vi kontroll med utviklingen?* (2. utg. utg.). Oslo: Abstrakt forl. 978-82-7935-236-5. Kap. 1-18, 20 og 22.

*Norske finansmarkeder : pengepolitikk og finansiell stabilitet*. (2004). Oslo: Norges bank. ISBN 82-05-33771-3. Norges Banks Skriftserie nr. 34. Finnes også på [www.norges-bank.no](http://www.norges-bank.no)  
Kap. 2, 3 og 7.

**Mikroøkonomi**

Pindyck & Rubinfeld. 2008. Seventh edition. Prentice Hall. Kap. 1-4, 6-10, 16 og 18  
NOU 1998:16 Nytte-kostnadsanalyse. Finans- og tolldepartementet

**Operasjonell serviceledelse og Informasjonsteknologi**

Johnston, R. & Clark, G. (2008). *Service Operations Management*. (3<sup>rd</sup> ed.). Harlow: Prentice Hall/Financial Times. ISBN 978-1405847322

Kompendium med artikler

### Personalledelse

Nordhaug, O. (2002). *LMR : ledelse av menneskelige ressurser : målrettet personal- og kompetanseledelse* (3. utg.). Oslo: Universitetsforl. ISBN 82-15-00235-8.

### Prosjektadministrasjon og ledelse

Romstad, H., Eriksen, J & Johansen, R (2007/2008)

*Prosjektarbeid i praksis*. Denne er under arbeid, men studentene vil få et foreløpig dokument og maler som er ferdige.

Westhagen, H., & Faafeng, O. (2002). *Prosjektarbeid : utviklings- og endringskompetanse* (5. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk. 289 s. ISBN 978-82-05-30539-7

### Samfunnsvitenskapelige metoder

Johannessen, A., Tufte, P. A., & Kristoffersen, L. (2006). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg.). Oslo: Abstrakt forl. ISBN 82-7935-212-0, 978-82-7935-212-9

*Kompendium i metode : H-2002 / Høgskolen i Hedmark (ØSIR)*. - Oslo : Pensumtjeneste, c2002. ISBN 82-13-01923-7

#### **Innhold:**

Grønmo, S (1996) Forholdet mellom kvalitative og kvantitative metoder i Samfunnsforskningen. I *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*, Holter, H. & R. Kalleberg (red). Oslo, Universitetsforlaget.

Robson, C (1997) Designing case studies. I *Real world research. A resource for social scientists and practioner-researchers*, kap 6. Oxford, Blackwell.

Robson, C (1997) Interviews and questionnaires. I *Real world research. A resource for social scientists and practioner-researchers*, kap 9. Oxford, Blackwell.

Solberg, A. (1996) Erfaring fra feltarbeid. I *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*, Holter, H. og R. Kalleberg (red). Oslo, Universitetsforlaget.

### Servicemarkedsføring og forretningslogikk

Fisk, R. P., Grove, Stephen J. & Joby, J.( 2007). *Interactive Services Marketing*. (3rd ed). South-Western College. ISBN-10: 0618641807

Mossberg, L. (2007). *Å skape opplevelser : fra OK til WOW*. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN 978-82-450-0526-4

Vargo, S. L. & R. F. Lusch (2004a). Evolving to a new dominant logic for marketing. In *Journal of Marketing*, 68 (1), s.1-17.

Vargo, S. L. & R. F. Lusch (2004b). The four service marketing myths : remnants of a goods-based, manufacturing model. In *Journal of Service Research* 6 (4), s.324-35.

Vargo, S. L. & R. F. Lusch (2008a). Service-dominant logic: continuing the evolution. In *Journal of the*, 36 (1), s.1-10.

Lusch, R. F., Vargo, S. L. & M. O'Brien (2007). Competing through service : insights from service-dominant logic. In *Journal of Retailing* 83 (1), s. 5-18.

Grönroos, C. (2008). Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? I *European Business Review*, 20 (4), s. 298-314

**Strategic E-marketing and Consumer behavior**

Ebrary Schiffman, L. G., Hansen, H., Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (2008). *Consumer behaviour : a European outlook*. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times. ISBN 9780273704010  
ISBN 9780273704010.

**13. Emneomtaler**

<b>30E105</b>	<b>BUSINESS ENGLISH 1</b>
<b>Credits:</b>	5
<b>Semester:</b>	Autumn
<b>Language:</b>	English
<b>Aims:</b>	The goal of the course is to improve the student's ability to communicate in both written and spoken English. Students should acquire appropriate grammar and vocabulary, in order to enable them to function in business and administrative contexts where English is the medium of communication. The course also aims to improve the students' abilities to tackle various situations, which may arise in the course of doing business in English, and to further develop their analytic skills.
<b>Content:</b>	English Case studies – communication in English, training in grammar/ usage, acquisition of technical business vocabulary, study of and commentary on of business texts, oral practice
<b>Teaching and learning methods:</b>	Lectures, group work, discussions, presentations, individual studying.
<b>Prerequisites:</b>	English from upper secondary school or equivalent.
<b>Course requirements:</b>	None
<b>Assessment:</b>	Two written tests during the course account for 40% of the final grade. There is an oral examination at the end of the course that counts for 60% of the final grade.
<b>Contact person:</b>	Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science
<b>30E205</b>	<b>BUSINESS ENGLISH 2</b>
<b>Credits:</b>	5
<b>Semester:</b>	Spring
<b>Language:</b>	English
<b>Aims:</b>	The goal of the course is to further improve students' ability to communicate in both written and spoken, so that they will be able to function in business and administrative contexts where English is the medium of communication.
<b>Content:</b>	More advanced English Case studies, designed to help students improve both their spoken and written English. Particular emphasis is placed on language used in business meetings and negotiations. Written work will include writing exercises on topics to do with economics, international politics and cultural differences.
<b>Teaching and learning methods:</b>	Lectures, group work, discussions, presentations, individual studying.
<b>Prerequisites:</b>	English from upper secondary school or equivalent and 30E105 Business english 1 or equivalent.
<b>Course requirements:</b>	None

- Assessment:** Two written tests during the course account for 40% of the final grade. There is an oral examination at the end of the course that counts for 60% of the final grade.
- Responsible:** Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science

### **3ØD115 Datahandtering med samfunnsvitenskapelege metodar**

Studiepoeng: 10

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg ein forståing for og praktisk kunnskap i innhenting og handtering av data. Studentane skal klare å bruke datateknologi i dette arbeidet. Studentane skal og ha opparbeida seg kompetanse knytte til å samle inn, handtere, tolke og presentere informasjon, lære å utvikle problemstillingar, formulere seg skriftleg og bygge opp rapportar med ulike formelle krav.

Innhald: Datahandtering: Utvikling av webbaserte spørjeskjema mot databasar. Bygging av modellar i regneark, herunder; modellomgrepet, strukturering av modellar, analyse og datahandtering. Datamodellering, herunder: utforming og bygging av databasar, framhenting av data frå databasar, søking i fritekst databasar. Samfunnsvitenskapeleg metode: Kvalitative og til ein viss grad kvantitative metodar vert gjennomgått. Sentrale tema vil vere: problemutforming, rapportdesign, innhenting av kunnskap (informasjonssøk), handtering, analyse, og tolking av data.

Organisering og arbeidsformer: Forelesingar, øvingar, gruppearbeid og sjølvstendig arbeid.

Krav til forkunnskapar: Ingen

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Ingen.

Vurdering: Mappeevaluering med fire innleveringar, to individuelle og to gruppearbeid. Mappa vert vurdert til bestått/ikkje bestått.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØB250 Driftsregnskap og budsjettering**

Studiepoeng: 5

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg kunnskap slik at dei vert i stand til å setje opp budsjetta for et føretak. Vidare skal dei vere i stand til å leggje opp eit system for oppfølging og kontroll med hjelp av driftsregnskapet.

Innhald: Ein er spesielt opptatt av standardkostregnskap, budsjettering og budsjetteringsprosess med ein særlig vekt på likviditetsbudsjettering. I emnet spelar ein rekke stiliserte praksisverkelege "casar" ein sentral rolle. Det vert lagt vekt på praksisorienterte ferdigheiter.

Organisering og arbeidsformar: Undervisning og oppgåveløysning.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Ingen.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØR355 Føretaksstrategi**

Studiepoeng: 10

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg begrepsapparatet innan føretaksstrategi, opparbeida seg innsikt i den strategiske leiingsprosessen, og dessutan i aktuelle strategiske moglegheiter (generiske strategiar). Dei skal og ha

tileigna seg bransjeinnsikt ved gjennomgang/ presentasjon av eksempel frå bransjar/bedrifter.

Innhald: Emnet vil gjennom eksempla verte tilpassa dei enkelte studia si spesialisering. Emnet skal belyse samanhengen i dei andre emna i studiet, altså verke som ein overbygning. Dette vil danne eit grunnlag for generelt å øve opp til strategisk tenking.

Organisering og arbeidsformar: Forelesingar og oppgåveløysingar.

Krav til forkunnskapar: 3ØM100 Marknadsføring og 3SA122 Grunnleggande organisasjonsfag eller tilsvarande.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen:

Kontrolleksamen som må vere bestått for at prosjektoppgåva skal bli vurdert.

Vurdering: Prosjektarbeid i grupper.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØB116 Grunnleggande bedriftsøkonomisk analyse**

Studiepoeng: 7,5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg dei første og nødvendige grunnleggande kunnskapar i bedriftsøkonomisk teori og metode og dessutan ein oversikt over funksjonane i føretaket som økonomisk eining.

Innhald: Hovudvekta av emna vert lagt på å øve inn bedriftsøkonomisk tankegang. Emnet skal vere generelt og anvendeleg for alle bransjar Vidare går ein inn på bedrifta og bedrifta si plass i det økonomiske system, økonomifunksjonen si rolle og plass i bedrifta, enkle investeringskalkylar, kostnads- og inntektsteori, tilpassingar under ulike marknadsformer, Kalkulasjon og driftsregnskap, Kostnads-, resultat- og volumanalyse, Optimalisering under restriksjonar.

Organisering: Forelesingar og oppgåveløysning.

Krav til forkunnskap: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Ein individuell praktisk regneoppgåve må vere godkjent.

Vurdering: Individuell skriftlig eksamen på fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3SA120 Grunnleggande matematikk**

Studiepoeng: 5

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studenten skal ha tileigna seg kunnskapar i matematikk som skal kunne verte brukt i problemstillingar innan bedrifts- og samfunnsøkonomi. Studentane si evne til logisk og analytisk tenking skal oppøvast.

Innhald: Elementær algebra, funksjonar i ein variabel, derivasjon og funksjonsanalyse: derivasjonsreglar, kjerneregul, elastisitetsberegningar, bruk av derivasjon: Maksimums- og minimumsproblem, funksjonsdrøfting, eksponential og logaritmefunksjonen: naturleg logaritme, kontinuerlig forrenting, derivasjon og drøfting av eksponential- og logaritmefunksjonar, geometriske rekker, finansmatematikk, funksjonar av fleire variable. Maksimums- og minimumsproblem for to variablar, enkel integralregning: Areal under kurver og det bestemte integral som kan verte tilpassa økonomiske problemstillingar

Organisering og arbeidsformer: Forelesingar og oppgåveløysning.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Ingen.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3SA122 Grunnleggande organisasjonsfag**

Studiepoeng: 5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg kunnskap på innføringsnivå i korleis organisasjonar fungerer, og korleis menneske påverkar og vert påverka av organisasjonar som dei arbeida og samspelar i. Studentane skal ha tileigna seg grunnleggande teoretisk kunnskap om og overblikk over sentrale organisasjonsteoretiske og organisasjonspsykologiske tema, og dessutan praktisk innsikt i sentrale strukturar og prosessar i og mellom organisasjonar som påverkar og regulerar organisasjonsåtfærd.

Innhald: Historikk og utviklingstrekk (globalisering, fokusering, e-handel mm), organisasjonsteoretiske perspektiv, organisasjonsstruktur (formell og uformell), organisasjonsformar og -design organisasjonskultur, organisasjonen og omgivnadene til organisasjonen, avhengighet og strategi, interessentar og makt - medverknad, harmoni- og konfliktområde, grunnleggande prosessar som målsettingar, beslutningar, informasjon og kommunikasjon, leiing og leierskapsteoriar, intellektuell kapital, mellommenneskelege relasjonar - kognitive og sosiale prosessar, motivasjon, læring på individ- og organisasjonsnivå.

Organisering og arbeidsformer: Forelesingar, gruppeseminar, rettleiing.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere obligatoriske arbeidskrav undervegs i emnet – dette vert det opplyst om seinast ved studiestart

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØR136 Grunnleggande rekneskap**

Studiepoeng: 7,5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg grunnleggande kunnskapar om finansregnskapet og føringa av dette, forståing av omgrepa utgifter, kostnader, utbetalingar, inntekter og innbetalingar og dessutan beholdningar. Dei skal kunne foreta ordinære årsoppgjerspostering og disponering av overskudd.

Innhald: Oppbygging av regnskapet, standard kontoramme og -plan, krav til dokumentasjon og oppbevaring, registrering av forretningstransaksjonar, mva., arbeidsgivaravgift, skattetrekk og skattebetaling, transaksjonsprinsippet, sammenstillingsprinsippet og andre grunnleggande regnskapsprinsipp, avskrivningar, andre periodiseringar og avsetningar, generelle verddivurderingsreglar for omløpsmidlar og anleggsmidlar og dessutan presentasjon av resultat og balanse etter regnskapslova. Kurset omfattar og ulike selskapsformer med regnskapsmessige forskjellar og ulike former for beskatning. Regnskapsanalyse og intern kontroll gjeng inn som ein del av stoffet. Lovomgrep innan regnskap og bokføring vert og gjennomgått.

Organisering og arbeidsformar: Førelsingar, oppgåveløysning og rettleiing.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere obligatoriske arbeidskrav undervegs i emnet – dette vert det opplyst om seinast ved studiestart

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3MA525 Grunnleggande statistikk**

Studiepoeng: 5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studenten skal ha tileigna seg grunnleggande kunnskapar i sannsynleghetsregning og statistikk, og særleg kunnskap om bruk av statistiske metodar innan emneområdet bedrifts- og samfunnsøkonomi. Studenten skal ved oppgåverekning opparbeide seg innsikt og trening i bruk av viktige statistiske metoder.

Innhald: Beskrivande statistikk, sannsynleghetsbegrepet, sannsynleghetsmodellar, regning med sannsynlegheter, betinga sannsynlegheter, diskre tilfeldige variablar. Beregning av forventning og varians, kontinuerlige tilfeldige variablar: Normalfordeling/-normaltilnærming, t-fordeling, m.m., fleire tilfeldige variablar. Simultan sannsynleghetsfordeling: Beregning av forventning, varians og kovarians, estimering: Punktestimering og intervallestimering, hypotesetesting: Hypotesar, signifikansnivå, testmetode, hypotesetest i målemodell og binomisk modell, bestemme nødvendig antal observasjonar i binomisk modell, enkel korrelasjons- og regresjonsanalyse:

Organisering og arbeidsformar: Forelesingar, oppgåveløysning og rettleiing.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Ingen.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØM560 INTERNATIONAL ECONOMICS**

**Credits:**

5

**Semester:**

Autumn

**Language:**

English

**Aims:**

Students will gain an insight into, and knowledge of, relevant theories that deal with the trade of goods and services, as well as the movement of money and labour between different countries. They will be given an introduction to how the international competitive position of individual countries and certain business sectors are influenced by internal and external economic developments. Students will also develop the ability to assess changes in businesses that are exposed to competition.

**Content:**

The following topics are covered: The significance of international trade, theories on international trade, foreign trade policy, exchange rates and the foreign exchange market, European economic integration.

**Teaching and learning methods:**

Lectures and group work

**Course requirements:**

A term paper must be passed.

**Prerequisites:**

3ØB625 Macro economics and 3ØB420 Invest and Finance or similar.

**Assessment:**

4-hour individual, written exam.

**Responsible:**

Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science.

### **3ØM210 INTERNATIONAL MANAGEMENT**

**Credits:**

5

**Semester:**

Autumn

**Language:**

English

<b>Aims:</b>	Students will gain an insight into, and knowledge of cultural aspects that have a bearing on economic adaptability and development, particularly in a business perspective.
<b>Content:</b>	The following topics are covered: National culture and its influence on organisational and business processes. Included are: the concept of culture, intercultural communication/negotiations, culture and organisations, culture and management, culture and motivation, culture and ethics, Corporate Social Responsibility etc.
<b>Teaching and learning methods:</b>	Lectures, group work and simulations.
<b>Course requirements:</b>	A term paper must be passed.
<b>Prerequisites:</b>	None
<b>Assessment:</b>	4-hour individual, written exam.
<b>Responsible:</b>	Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science.

### **3ØM525 INTERNATIONAL MARKETING**

<b>Credits:</b>	10
<b>Semester:</b>	Autumn
<b>Language:</b>	English
<b>Aims:</b>	Students will gain an in-depth understanding of a company's basis for engaging in international operations, as well as the challenges faced when dealing with foreign markets. Students will also acquire the skills needed for carrying out strategic and operational decisions in connection with internationalisation and export-oriented activities.
<b>Content:</b>	Theories on internationalisation, the international macro- and micro environment, international market research, a company's decisions with regard to: whether to go abroad, choice of markets, choice of market entry strategies, designing the global/international marketing programme, implementation and organisation.
<b>Teaching and learning methods:</b>	Lectures and group work
<b>Course requirements:</b>	None.
<b>Prerequisites:</b>	3ØM100 Marketing or similar.
<b>Assessment:</b>	Individual portfolio assessment and one 4-hour individual, written exam, each of which makes up 50% of the final grade
<b>Faglig ansvar:</b>	Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science.

### **3ØB640 Investering og finansiering**

Studiepoeng: 5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg en grunnleggande forståing for både kvalitative og kvantitative problem innan investerings- og finansieringsbeslutnadar til føretaket. Dei skal ha tilegna seg ei forståing for faget sine grunnleggande føresetnadar og skal kunne angi eit riktig fundament for metodar og vurderingar i faget.

Innhald: Føresetnadar og fundament innan investering og finansiering, berekning av beslutnadsrelevant kontantstrøm inkl. arbeidskapitaleffekt, korrekte verddivurderingsmetodar, renteregning/finansmatematikk, investeringsanalysar, økonomisk levetid og utskiftningsanalysar, skattens og prisstigninga si

innverknad på kontantstrømmar, risikovurdering, porteføljeteori og kapitalverdimodellen, finansieringskilder.

Organisering og arbeidsformar: Forelesingar, oppgåveløysning og rettleiing.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere obligatoriske arbeidskrav undervegs i emnet – dette vert det opplyst om seinast ved studiestart.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØB625 Makroøkonomi**

Studiepoeng: 7,5

Semester: Haust

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg innsikt i korleis ein vurderar eit land sin økonomiske tilstand og utviklingstendensar, og dessutan årsaka til og verknadene av konjunktursvingningar på kort sikt. Studentane skal og ha tileigna seg kunnskap om verknaden av penge- og finanspolitikk. Studentane skal ha opparbeida seg kunnskap om grunnleggande makroøkonomisk teori slik at dei skal kunne følgje med i den offentlige debatten på området, og dessutan vurdere betydinga av makroøkonomiske forhold sett frå ein bedrift sitt perspektiv.

Innhald: Nasjonalregnskap, strukturell arbeidsløyse, inflasjon, renter, valuta, konjunkturmodellar og verknaden av finans- og pengepolitikk (enkel multiplikatormodell for både lukka og open økonomi, IS-LM, Mundell-Fleming, samt AS-AD eller modell for optimal pengepolitikk med inflasjonsmål), finansiell stabilitet og økonomisk vekst.

Organisering og arbeidsformar: Forelesing og oppgaveseminar.

Krav til forkunnskapar: Ingen

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere ein skriftleg obligatorisk oppgåve undervegs i emnet. Oppgåva skal løysast i grupper. Studentane er sjølv ansvarlege for å danne grupper.

Vurderingsordning: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Tillatt hjelpemiddel til eksamen: kalkulator

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØM100 Marknadsføring**

Studiepoeng: 5

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg sentrale problemstillingar og metodar i marknadsføringa. Studentane skal ha tileigna seg noko bransjeinnsikt ved gjennomgang/ presentasjon av eksemplar frå bransjar og bedrifter, herunder ein grunnleggande forståing for virkeområda til marknadsføringa, slik at studentane kan delta i løysning av enkle marknadsføringsproblem i praksis.

Innhald: Det sentrale temaet til emnet er marknadsføringa sine oppgåver og marknadsføringsleiing. Etter ein introduksjon om den grunnleggande historiske utvikling av marknadsføringa og definisjonar og begrep vil ein behandle emner som marknadsføringa si strategiske forankring, kjøpsatferd i forbruker- og bedriftsvaremarknader (behov, ønskjer, krav og etterspørsel), segmentering, marknadsanalysar og prognosar, relasjons- og dialogmarknadsføring, tjenestemarknadsføring og servicekvalitet, etikk, miljø og samfunnsansvar.

Organisering og arbeidsformer: Forelesingar og oppgåveløysning.

Krav til forkunnskapar: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før man kan avlegge eksamen: Ingen.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØM350 MARKEDSKOMMUNIKASJON**

<b>Studiepoeng:</b>	5
<b>Semester:</b>	Vår
<b>Språk:</b>	Norsk
<b>Læringsmål:</b>	Studentane skal ha tileigna seg innsikt i marknadskommunikasjonens teoretiske og praktiske bruk av virkemidlar i marknadsføringa. Dei skal kunne planlegge kommunikasjonsstrategiane og tileigne seg premisser som ligg bak utforminga av reklamen. Studentane skal vidare ha tileigna seg ein heilskapleg forståing av marknadskommunikasjonen sine oppgåver i marknadsføringa og samspill med bedriften sine andre strategiar.
<b>Innhold:</b>	Det sentrale tema til emnet er reklame - begrep og modellar, kommunikasjonsverkemidlar i massemediar, bruk av inter-, intra- og ekстранett, forbrukeråtferd og påverking, kommunikasjonsstrategi og -taktikk, samarbeid med byrå og kreative prosessar i samarbeidet.
<b>Organisering og arbeidsformer:</b>	Forelesingar
<b>Krav til forkunnskaper:</b>	Ingen
<b>Obligatoriske krav:</b>	Ingen
<b>Vurderingsform:</b>	Mappeevaluering.
<b>Faglig ansvar:</b>	Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

### **3ØB645 Mikroøkonomi 1**

Studiepoeng: 7,5

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg kunnskap om grunnleggande mikro- og marknadsteori, innsikt i korleis ein kan beskrive og analysere enkeltaktørar sin økonomiske tilpasning og samspillet mellom desse under ulike marknadsformar. Dei skal ha opparbeida seg ein forståing for føresetnadane for at frie marknad skal gi eit samfunnsøkonomisk effektivt resultat, kvifor marknada kan svikte og grunngevingar for og verknader av offentleg inngrep i økonomien. Dei skal og ha opparbeida seg innsikt i kvifor og korleis ein gjennomfører samfunnsøkonomiske analysar i samband med offentlege reformer og prosjekt. Studentane skal kunne beherske både grafisk og matematisk analyseapparat og kunne bruke analyseapparatet til å drøfte brukte problemstillingar.

Innhald: Produksjonsteori, konsumentteori, fullkommen konkurranse, generell likevekt, monopol, monopsoni, verknader av skatt/subsidier, verknaden av minstepris og kvoter, kollektive godar, eksterne verknader og nytte-kostnadsanalyse.

Organisering og arbeidsformer: Førelsnig, oppgaveseminar og sjølvstudium.

Krav til forkunnskap: Ingen.

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere ein skriftleg obligatorisk oppgåve undervegs i emnet. Oppgåva skal løysast i grupper. Studentane er sjølv ansvarlege for å danne grupper.

Vurderingsordning: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Tillate hjelpemiddel til eksamen: kalkulator

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk

<b>3ØID30</b>	<b>PROSJEKTADMINISTRASJON OG -LEDELSE</b>
<b>Studiepoeng:</b>	10
<b>Semester:</b>	Haust
<b>Språk:</b>	Norsk
<b>Læringsmål:</b>	Studentane skal ha opparbeida seg ein basisforståing og kompetanse med prosjektarbeidsformen. Studentane skal ha opparbeida seg kunnskap på innføringsnivå i teori, metodikk og terminologi. Studentane skal ha blitt i stand til å designe prosjekt, med vekt på forstudiar og forprosjekt. Studentane skal og ha tileigna seg PLP-kompetanse (Prosjekt Leder Prosessen) på generelt nivå. Vidare skal studentane ha tileigna seg kunnskap om prosjekthandteringsverktøy og prosjektleiing.
<b>Innhald:</b>	Emnet vil innehalde generell opplæring i prosjektadministrasjon og praktisk arbeid i prosjekt. Emnet vil gå igjennom, Prosjekt Leder Prosessen, prosjektplanlegging, prosjektorganisering, prosjektstyring, prosjektgjennomføring og rapportering. Vidare skal emnet gi opplæring i prosjekteringsverktøy, som Microsoft Project, Kostnad-, tid- og ressursplan (KTR-plan), gantdiagrammer, sensitivitetsanalyser, nyttekostnadsanalyser, risikovurderingar. Ein vil vidare vektlegge prosjektleiing i relasjon til punkta overfor.
<b>Organisering og arbeidsformer:</b>	Forelesingar og case. Gruppearbeid gjennom oppgåver/caseløysingar, eigenaktivitet og rettleiing.
<b>Krav til forkunnskapar:</b>	Ingen
<b>Obligatoriske krav:</b>	Ingen
<b>Vurderingsform:</b>	Mappeevaluering. Mappa vert vurdert til bestått/ikkje bestått.
<b>Fagleg ansvar:</b>	Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.
<b>3SMA110</b>	<b>SERVICEMARKEDSFØRING OG FORRETNINGSLOGIKK</b>
<b>Studiepoeng:</b>	10
<b>Semester:</b>	Haust
<b>Språk:</b>	Norsk
<b>Læringsmål:</b>	Studentane skal ha tileigna seg innsikt i og forståing for serviceomfang og -betydning i det moderne samfunnet sine forskjellige faglege perspektiv på tjenesteleveransar og konsekvensane dei forskjellige perspektiva har for marknadsføring av ein service, og dessutan forskjellige områder som høyrer med til servicemarknadsføring.
<b>Innhald:</b>	Tema som vert tatt opp vil f.eks. vere: 1. Service/tjenester og det moderne samfunn. 2. Forretningslogikk med tanke på forklaringskraft og robusthet når det gjeld å beskrive ein teneste og kva for implikasjonar dette har for bedrifta. 3. Samspill organisasjon – medarbeider – kunde ved organisasjon, leiing og marknadsføring av ein teneste 4. Servicemarknadsføringsstrategiar og –tiltak.
<b>Organisering og arbeidsformer:</b>	Forelesingar, med gruppearbeid, case- og oppgåveløysing
<b>Krav til forkunnskapar:</b>	Ingen
<b>Obligatoriske krav:</b>	Ein skriftlig innlevering må vere godkjent for å kunne framstille seg for eksamen.
<b>Vurderingsform:</b>	Skriftlig, individuell eksamen i fire timar.
<b>Fagleg ansvar:</b>	Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.
<b>3ØM215</b>	<b>STRATEGIC E-MARKETING AND CONSUMER BEHAVIOR</b>
<b>Credits:</b>	7,5
<b>Semester:</b>	Fall

<b>Language:</b>	English
<b>Aims:</b>	The students will acquire an overview of the challenges and opportunities in Internet marketing. The students will acquire good knowledge of how companies' websites can enhance the image and build trust either in the B2B or the B2C market. The students will get an understanding of how to evaluate website content, strategic e-marketing issues, tailor-making of intranet and extranet, planning for e-commerce, e-CRM, e-retailing and the use of the e-P's. Because of the importance of the consumer market, the course will focus on developing an in-depth understanding of the consumer, including attitudes, memory and brand building, loyalty and buying behaviour.
<b>Content:</b>	<p>Strategic E-Marketing: This part of the course, which comprises of three parts, will give the students an in depth overview of the Internet and its role in marketing. They will then discuss the development of Internet strategies in general and put this in relation to other marketing strategies. The third part will deal with practical issues such as constructing websites, how to ensure that they catch people's attention, the use of the Internet in relational marketing, e-commerce transactions, website maintenance, assessing a website's effectiveness compared to other strategies and measures, etc.</p> <p>Consumer behavior: This part is an in-depth study of how psychological, sociological, and cultural variables influence buying behaviour and marketing strategy development. It focuses on identifying the relevant behavioural variables in a given product purchase situation and determining how marketing strategy can be adapted to meet the way in which consumers perceive, select, and buy.</p>
<b>Teaching and learning methods:</b>	Lectures and project work
<b>Course requirements:</b>	Passet Multiple choice tests.
<b>Prerequisites:</b>	None
<b>Assessment:</b>	Portfolio assessment
<b>Responsible:</b>	Faculty of Business Administration, Social Sciences and Computer Science

### **30A200 Vidaregåande organisasjonsfag**

Studiepoeng: 5

Semester: Vår

Språk: Norsk

Læringsmål: Studentane skal ha tileigna seg grunnleggande teoridanning, prinsipp og arbeidsformar innan personal- og kompetanseleiing. Vidare innsikt i korleis emnar i personal- og kompetanse kan verte organisert til å verte ein strategisk ressurs i bedrifter, forvaltning og tenesteytande verksemdar.

Innhald: Verksemdsidé, strategi og personalpolitikk. Sentrale leiingsoppgåver innan strategisk personalleiing. Strategisk kompetansestyring som prosess. Kompetanseutvikling og læring. Kompetanseplanlegging og kompetansetiltak (rekruttering, kompetanseutvikling og mobilisering)

Organisering og arbeidsform: Førelsesningar og rettleiing.

Krav til forkunnskapar: Ingen

Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen: Det vil vere obligatoriske oppgåver i løpet av emnet.

Vurdering: Individuell skriftleg eksamen i fire timar.

Fagleg ansvar: Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.

**3ØA900 BACHELOROPPGAVE**

- Studiepoeng:** 30
- Semester:** Haust og vår
- Språk:** Norsk
- Læringsmål:** Studentane skal ha tileigna seg kunnskap om og erfaring med korleis eit større forsknings-/utredningsarbeid vert organisert, planlagt, gjennomført og styrt. I tillegg skal studentane ha tileigna seg ein akademisk og metodisk arbeidsmåte og utvikla ein forståing for kommunikasjon med berørte partnarar.
- Innhold:** Gjennom denne perioden gjennomfører studentane eit prosjektarbeid eller FOU-relatert arbeid innan eit fagleg relevant tema. Resultata av dette arbeidet vert formidla gjennom ein prosjektrapport.
- Organisering og arbeidsformar:** Det blir gjennomført eit undervisnings- og metodeopplegg som skal sikre at studentane lykkast best mogleg. Det vert gjennomført ein formell kickoff om hausten som vert følgt opp med samlingar som skal sikre progresjon og tilførsel av relevant teori og relevant kunnskap undervegs.
- Krav til forkunnskapar:** Gjennomført og bestått minimum 70 studiepoeng fra 1. og 2. år i bachelorprogrammet.
- Obligatoriske krav som må vere godkjent før ein kan avlegge eksamen:** Ingen
- Vurdering:** Karakter vert satt på grunnlag av innlevert prosjektrapport og eventuelle produkter i tilknytting til prosjektrapporten.
- Fagleg ansvar:** Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk.