



UiT Norges arktiske universitet

Studieplan

Bachelor i ledelse, innovasjon og marked

180 Studiepoeng / Campus Tromsø

Studieplanen er godkjent av styret ved Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi den 19.9.2024



Navn på studieprogram	Bokmål: Bachelor i ledelse, innovasjon og marked Nynorsk: Bachelor i leiing, innovasjon og marked Engelsk: Bachelor in Management, Innovation and Marketing
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 først og fremst tilpasset det private næringslivet, men kandidatene kan også være interessante for offentlig sektor.
Opptakskrav, forkunnskapskrav, anbefalte forkunnskaper	Generell studiekompetanse eller realkompetanse. Søkere som ikke har generell studiekompetanse, og er 25 år eller eldre, kan søke om opptak på bakgrunn av sin realkompetanse. Krav til realkompetanse Søkeren må ha yrkeserfaring i minimum 5 år omregnet til heltid. Inntil 2 av disse årene kan erstattes av: • Militær-/siviltjeneste (førstegangstjeneste), inntil ett år • Relevant utdanning fra videregående skole, folkehøgskole eller tilsvarende • Relevant ulønnet arbeid (tillitsverv, organisasjonsarbeid, politiker) • Omsorgsarbeid for egne barn kan telle inntil ett år. Videre gjelder følgende faglige krav: • Norsk fra Vg2 (videregående kurs I fra Reform -94) • Engelsk fra Vg1 (grunnkurs fra Reform -94) • Matematikk fra Vg1 (grunnkurs fra Reform -94) Søknadsfristen er 1. mars for søkere med realkompetanse. For nærmere informasjon om krav til realkompetanse, se Opptak til studier på bakgrunn av realkompetanse
Læringsutbytte-beskrivelse	Etter bestått studieprogram har kandidaten følgende læringsutbytte: Kunnskap Kandidaten • Har bred og oppdatert kunnskap om relevante organisasjons- og ledelsesteorier, innovasjon- og markedsføringsteorier og metoder og personalledelse • Har kunnskap om vitenskapelige tilnærmingsmåter • Har kunnskap om hvordan strategier utvikles, hvordan virksomheter organiseres og ledes, og hvordan produkter og tjenester markedsføres. • Har grunnleggende kunnskaper i virksomhetsstyring, regnskapsanalyse og strategisk analyse av bedriftsøkonomiske problemstillinger. • Har grunnleggende kunnskap om hvordan organisasjoner tilpasser og utvikler seg i forhold til drivkrefter i omgivelsene, som digitalisering og bærekraft, og hvordan man benytter metoder fra for eksempel prosjektledelse og HRM i endringsprosesser • Kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor fagområdet • Kan oppdatere sin kunnskap innenfor fagområdet • Har kunnskap om fagområdets historie, tradisjoner, egenart og plass i samfunnet.

	Ferdigheter Kandidaten • Kan gjennom teoretisk forståelse for ledelse, innovasjon og markedsføring, samt kompetanse i samfunnsvitenskapelige metoder, finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og framstille dette slik at det belyser en problemstilling, og ut fra dette skrive rapporter og prosjektoppgaver. • Kan anvende kunnskap relatert til ledelse, innovasjon og markedsføring på praktiske og teoretiske problemstillinger og treffe begrunnede valg ved ulike utfordringer. • Behersker relevante faglige verktøy, teknikker og uttrykksformer innenfor ledelse, innovasjon og markedsføring, for eksempel 'design thinking' og digital markedsføring • Kan gjennomføre innovasjonsprosesser, utvikle markedsføringsstrategier, utforme og styre prosjekter og lede medarbeidere • Kan bruke styringsverktøy og analysere regnskap • Kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning Generell kompetanse Kandidaten • Har innsikt i relevante fag- og yrkesetiske problemstillinger, herunder: ○ er bevisst egne verdier og hvordan dette påvirker egen adferd og beslutninger ○ viser evne til ansvarlighet, kritisk tenkning og etisk refleksjon ○ forstår hvordan problemstillinger, prosesser og beslutninger påvirker og påvirkes av ressurser, kontekst og verdsett • Kan 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. • Kan gjøre kritiske refleksjoner rundt hvilken betydning ledelses-, innovasjons- og markedsføringsfaget har for virksomheter og samfunnet • Kan formidle sentralt fagstoff i form av ledelsesteorier, problemstillinger innen markedsføring og innovative løsninger, både skriftlig og muntlig • Kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis
Faglig innhold og beskrivelse av studiet	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 lede organisasjoner og mennesker, til å gjennomføre innovasjonsprosesser, og til å utvikle markedsføringsstrategier. Utdanningen vil også gi deg grunnleggende kunnskap innen økonomi, strategi og metodefag, og dermed allsidigheten til å kunne jobbe med kombinasjonen av flere fag i bredere arbeidsoppgaver, slik som i bedriftsrådgivning eller konsulentarbeid. De første to årene av utdanningen er felles og obligatorisk for alle.

	I femte semester velger man en valgfri emnepakke, der kandidaten kan fordype seg i et fagområde ved Handelshøgskolens eller UiTs øvrige emneportefølje. Her er det også anledning til å ta et utvekslingsopphold i utlandet.				
	Studiet er et campusbasert heltidsstudium				
Tabell: oppbygging av studieprogram	1. sem	BED-1303 Markedsføring 7,5	BED-1306 Innovasjon 7,5	BED-2302 Organisasjons-teori og ledelse7,5	BED-1302 Bedriftsøkonomisk analyse 7,5
	2. sem	BED-2304 Driftsregnskap og budsjett7,5	BED-2305 Foretaksstrategi 7,5	FIL-0700 Examen philosophicum 10	Felles-emne 5
	3. sem	BED-2312 Merke-varebygging 7,5	BED-2330 Digital forretnings-forståelse 7,5	BED-1306 Design Thinking 7,5	Felles-emne 7,5
	4. sem	BED-2306 Anvendt metode 7,5	BED-2315 Prosjektledelse 7,5	BED-2311 Digital markedsføring 7,5	BED-2316 Tjeneste-design 7,5
	5. sem	Ekstern valgpakke 30			
	6. sem	BED-2317 Entreprenør-skap 7,5	BED-2308 Human resource management 7,5	BED-2318 Forhandlinger	BED-2319 Sustainable Arctic Tourism 7,5
Undervisnings-, lærings- og vurderingsformer	Undervisningen består av forelesninger, seminarer, prosjektarbeid, casearbeid og workshops. De fleste emner inneholder en stor del av forelesninger, som skal gi studentene grunnlag innen bedriftsøkonomiens ulike tema og arbeidsfelt. Forelesningene suppleres med seminarer. På seminarene får studentene mulighet til å drøfte ulike tema og legge frem oppgaver. Læringsformene innen de ulike emnene kan variere og det er derfor viktig å sette seg godt inn i emneplanene. Eksamen varierer mellom skoleeksamen, hjemmeeksamen og mappevurdering. Eksamensformen er tilpasset emnets art og innhold, og ulike eksamensformer er valgt for å prøve studenter i forskjellige typer kunnskap samt for å gi dem mulighet til å utvikle sin kompetanse i både skriftlig og muntlig presentasjon. De fleste emnene har obligatoriske arbeidskrav, som må være avlagt og godkjent før endelig eksamen i emnet kan leveres. For vurdering av eksamen benyttes det en karakterskala på 5 trinn fra A-E, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er ikke bestått.				

	Kontinuasjonseksamen vil bli særskilt omhandlet i de enkelte emnebeskrivelser.
Relevans	Studieprogrammet i ledelse, innovasjon og marked er rettet mot dem som har interesse for ledelse, markedsføring og innovasjon i bedrifter. Studiet er tilpasset og relevant for jobber både i det private næringsliv og i offentlig sektor. Utdannelsen kvalifiserer for rådgivnings- og utredningsoppgaver, samt mellomlederroller innen reiseliv, handels- og industribedrifter i inn- og utland. Studiet er også velegnet for de som ønsker å studere videre til mastergrad ved UiT, eller andre norske og utenlandske høyskoler og universitet.
Arbeidsomfang	For å nå læringsmålene må studentene forvente å arbeide 40 timer i uken med studiene, inkludert forelesninger, seminarer og selvstudium.
Undervisnings- og eksamensspråk	Undervisningsspråket for emnene som inngår i programmet er norsk. Enkelte emner undervises på engelsk, og undervisningsspråk for det enkelte emne står angitt i emnebeskrivelsen. Dette for å oppnå mål om å utvikle kompetanse i engelsk fagspråk hos norskspråklige studenter og å integrere studenter med annet morsmål enn norsk/annet skandinavisk språk. Litteratur i form av lærebøker og kompendier vil være på norsk eller engelsk. For å innfri krav om tilbud til utvekslingsstudenter, kan studentene forvente at emner som til sammen utgjør et semester vil bli gitt på engelsk
Internasjonalisering	Studiet har et internasjonalt fokus både gjennom undervisningen og gjennom at det åpnes for utvekslingsopphold. Studieprogrammet settes i en internasjonal kontekst blant annet gjennom bruk av internasjonal litteratur og sammenligning av lokal, regional, nasjonal og internasjonal praksis der hvor det er relevant.
Studentutveksling	Bachelorgradsprogrammene ved Handelshøgskolen åpner opp for utenlandsopphold i et eller to semestre. Informasjon om søknadsfrister, mulige steder å reise til samt alt annet som er viktig å tenke på finner du på nettsiden; «Studentutveksling UiT». Utbyttet av et studieopphold i utlandet vil erfaringsmessig bli best hvis studenten har gjennomført bachelorprogrammets grunnleggende emner. 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 del av studentenes utdanningsplan. For mer informasjon om dette kan du ta kontakt med en av studiekonsulentene ved Handelshøgskolen. Utenlandske studenter har mulighet til å ta et semester ved Handelshøgskolens studieprogram i ledelse, innovasjon og marked ved Campus Harstad 3. semester. Dette er et engelskspråklig semester spesielt skreddersydd for et studentopphold i Norge
Administrativt ansvarlig og faglig ansvarlig	Handelshøgskolen ved UiT, Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi. Faglig ledelse er lagt til instituttleder ved Handelshøgskolen.
Kvalitetssikring	Studieprogrammet forvaltes i samsvar med UiTs Kvalitetssystem for utdanning.

Andre bestemmelser	Ingen spesielle.
-----------------------	------------------

