



UiT Norges arktiske universitet

Studieplan

Markedsføringsledelse – Årsstudium (Samlingsbasert)

60 studiepoeng

Studieplanen er godkjent av styret ved Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi
30.09.2025



Navn på studieprogram	Bokmål: Markedsføringsledelse – årsstudium Nynorsk: Marknadsføringsleiing – årsstudium Engelsk: Marketing Management – one-year program
Oppnådd grad	Studieprogrammet gir ingen grad, men kan blant annet inngå i gradene Bachelor i økonomi og administrasjon og Bachelor i ledelse, innovasjon og marked.
Målgruppe	Årsstudium i Markedsføringsledelse passer for de som ønsker høyere utdanning eller faglig påfyll innenfor marked, strategi og ledelse. Studiet krever ingen tidligere høyere utdanning, og gir bred kunnskap, praktiske ferdigheter og analytisk kompetanse innen markedsføring, strategi, og ledelse. Studiemodellen er fleksibel og passer for studenter som for eksempel ønsker å kombinere studier med jobb. Studiet er et fulltidsstudie, der kombinasjonen av 3-4 samlinger pr semester og bruk av digitale undervisningsressurser mellom samlingene, tilrettelegger for en større fleksibilitet i hverdagen for den enkelte student.
Opptakskrav, forkunnskapskrav, anbefalte forkunnskaper	Opptakskravet Generell studiekompetanse eller realkompetanse.
Læringsutbytte-beskrivelse	KUNNSKAP Kandidaten: • har bred kunnskap om markedsføring, strategi, prosjektledelse, innovasjon og ledelse, med særlig fokus på små og mellomstore bedrifter. • har innsikt i bærekraftige og etiske perspektiver, og hvordan disse påvirker markeds- og ledelsesarbeid. • forstår hvordan man analyserer markedsforhold, forbrukeratferd og konkurransesituasjoner for å utvikle markedsstrategier og målrettede aktiviteter. • har kunnskap om tjenesteledelse, inkludert planlegging og leveranse av tjenester med høy kvalitet, samt bruk av innovasjon som virkemiddel for verdiskaping. • har kunnskap om hvordan en anvender forskningsmetoder og digitale analyseverktøy • har kunnskap om sentrale konsepter og metoder innen retail management, inkludert butikkstrategi, sortimentsstyring, lokalisering, kanalvalg og prinsipper for aktiv detaljhandel. FERDIGHETER

	Kandidaten: • kan planlegge markedsarbeid i ulike kanaler • kan bruke relevante analyseverktøy og planleggingsmetoder for å utvikle og gjennomføre prosjekter på en strukturert og målrettet måte • kan vurdere virksomheters interne og eksterne forhold for å formulere og evaluere strategiske alternativer • kan gjennomføre analyser av data GENERELL KOMPETANSE Kandidaten: • har utviklet evne til kritisk refleksjon og etisk bevissthet, og kan bidra til ansvarlig, bærekraftig og verdiskapende markeds- og ledelsesarbeid • har kompetanse til å ta ansvar for markeds- og ledelsesoppgaver i både private og offentlige virksomheter. • kan bygge nettverk, fremme markedsorientering, og utvikle konkurransefortrinn i små og mellomstore bedrifter. • evner til analytisk tenkning for å sikre verdiskaping og kvalitet i tjenester og prosjekter.				
Faglig innhold og beskrivelse av studiet	Årsstudiet er samlingsbasert ved campus Harstad, og gir en kombinasjon av teoretisk kunnskap og praktiske ferdigheter som gjør studentene rustet til å møte dagens og morgendagens utfordringer i arbeidslivet. Gjennom emner som digital markedsføring, prosjektledelse, foretaksstrategi og serviceledelse, vil man lære å utvikle strategier, lede prosjekter og jobbe med markedsføring i både små og mellomstore virksomheter. Studiet fokuserer på bærekraft, samfunnsansvar og hvordan man skaper verdi for både kunder og organisasjoner. Studentene får innsikt i hvordan de kan bruke digitale verktøy, analysere markedsdata og utvikle effektive markedsføringskampanjer. I tillegg vil de lære å samarbeide i team og ta informerte beslutninger som leder. Studieprogrammet har 3 samlinger á 3-4 dager per semester. Mellom de fysiske samlingene må det påregnes selvstendig arbeid, digitale forelesninger, webinarer og lignende. Dette studiet er perfekt for de som ønsker å bygge en plattform for videre studier eller en karriere innen markedsføringsledelse.				
Tabell: oppbygging av studieprogram	1. sem.	BED-2320 Retail	BED-1303 Markedsføring (7,5 stp.)	BED-2322 Service Management and	BED-2315 Prosjekt-

		Management (7,5 stp.)		Innovation (7,5 stp.)	ledelse (7,5 stp.)
	2. sem.	BED-XXXX Ledelse av små og mellomstore bedrifter (7,5 stp.)	BED-2306 Anvendt Metode (7,5 stp.)	BED-2305 Foretaks- strategi (7,5 stp.)	BED-2311 Digital Markedsføring (7,5 stp.)
Undervisnings-, lærings- og vurderingsformer	Årsstudiet i Markedsføringsledelse er et samlingsbasert fulltidsstudium med normert tid på ett år. Læringsformene innen de ulike emnene kan variere og det er derfor viktig å sette seg godt inn i emneplanene. Undervisningen foregår i 3 samlinger per semester av 3-4 dager og består av forelesninger, seminarer, prosjektarbeid, casearbeid og workshops. De fleste emner inneholder en stor andel forelesninger som skal gi studentene innføring i ulike tema og arbeidsfelt knyttet til markedsføringsledelse. Forelesningene suppleres med seminarer. På seminarene får studentene mulighet til å drøfte ulike tema og legge frem oppgaver. Samlingene vil ha et særlig fokus på å etablere og videreføre studentsamarbeid gjennom gruppearbeid og diskusjoner og presentasjoner av arbeidskrav. Det vil også tilrettelegges for aktiviteter mellom samlingene, herunder ved bruk av digitale undervisningsressurser og webinarer. Canvas vil være emnenes digitale klasserom. Læringsressursene tilgjengeliggjøres i canvasrommene. Sentrale læringsressurser er webinarer, videoer, podkaster og oppgaver. De forskjellige emnene vil tilby ulike læringsaktiviteter hvor noen vil være synkrone og andre asynkrone. Webinarer er et eksempel på en synkron læringsaktivitet som krever studentdeltakelse til et fastsatte tidspunkt, mens videoer og podkaster er eksempler på asynkrone læringsressurser da de er tids- og stedsuavhengige. Emnebeskrivelsene gir en detaljert beskrivelse av de enkelte emners undervisningsopplegg. Eksamen kan variere mellom skoleeksamen, hjemmeeksamen, muntlig eksamen og mappevurdering. Eksamensformen er tilpasset emnets art og innhold, og ulike eksamensformer er valgt for å prøve studenter i forskjellig 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. En del av arbeidskravene vil være av en slik karakter at det kreves obligatorisk oppmøte og tilstedeværelse på samlingene. Dette reguleres i emnebeskrivelsene for de emnene det gjelder.				

	Merk at for de emnene som har skoleeksamen, stilles det krav om å møte til gitte eksamenssteder for å gjennomføre eksamen. Vurderingsformen på eksamen er i utgangspunktet bokstavkarakterer A-F, hvor F er stryk. I enkelte fag er vurderingen bestått eller ikke bestått. Kontinuasjoneksamen vil bli særskilt omhandlet i de enkelte emnebeskrivelser.
Relevans	Årsstudiet er skreddersydd for å møte behovene i et stadig mer komplekst og digitalisert samfunn. Gjennom emner slik som prosjektledelse, digital markedsføring og foretaksstrategi, utdanner studiet kandidater som kan bidra til å styrke konkurransekraften i små og mellomstore bedrifter.
Arbeidsomfang	Studieprogrammets samlede arbeidsomfang er på 1500-1800 timer per år. For å nå læringsmålene må studentene forvente å arbeide 40 timer i uken med studiene, inkludert fysiske forelesninger, digitale forelesninger, webinarer og selvstudium om man studerer med full progresjon.
Undervisnings- og eksamensspråk	Undervisningsspråket for de fleste av emnene som inngår i programmet er norsk, mens det for noen emner undervises på engelsk. Undervisningsspråk for det enkelte emne er angitt i emnebeskrivelsen. Emner som gis på norsk krever at eksamen avlegges på norsk eller annet skandinavisk språk. Når emner gis på engelsk, kan eksamen avlegges på norsk eller et annet skandinavisk språk, i tillegg til engelsk. Litteratur i form av lærebøker, artikler og kompendier vil i utgangspunktet være på norsk eller engelsk.
Administrativt ansvarlig og faglig ansvarlig	Handelshøgskolen ved UiT, Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi. Faglig ledelse er lagt til ass. instituttleder ved Handelshøgskolen, Campus Harstad.
Kvalitetssikring	Programmet forvaltes i samsvar med UiTs Kvalitetssystem for utdanning.
Andre bestemmelser	Studiet kan danne utgangspunkt for videre studier ved høgskole eller universitet.

