

ISSN 2464-3025

## WORKING PAPER SERIES

No. 1/2022



**HØYERE ØKONOMISTUDIER I ÅLESUND I OFFENTLIG REGI: EN GJENNOMGANG AV  
UTVIKLINGEN AV STUDIE- OG FAGSAMMENSETNINGEN OVER BORTIMOT 40 ÅR**

**Øyvind Helgesen, Department of International Business, NTNU in Ålesund**

**Department of International Business, NTNU in Ålesund, 6025 Ålesund, Norway**

**NTNU**

Norwegian University of  
Science and Technology

**Arbeidsnotat 01/2022, 1-74.**  
**HØYERE ØKONOMISTUDIER I ÅLESUND I OFFENTLIG REGI:**  
**EN GJENNOMGANG AV STUDIE- OG FAGSAMMENSETNINGEN**  
**OVER BORTIMOT 40 ÅR**

### **Introduksjon**

Presentasjonen baseres på utviklingen i fire organisasjoner over en tidshorisont på nesten 40 år. Studietilbud og faglig utvikling henger imidlertid sammen fordi organisasjonene er videreføringer som følge av omorganiseringer og fusjoner. Fagmiljøet er altså bare blitt flyttet fra én organisasjon til en annen og har kommet styrket ut av organisasjonsprosessene.

De fire organisasjonene er:

- Ålesund maritime skole (ÅMS)/Fiskeriteknisk høyskole (FTH) (1983-1987)
- Møre og Romsdal Fiskeritekniske Høyskole (MRFH) (1988-1993)
- Høgskolen i Ålesund (HiÅ) (1994-2015)
- NTNU (NTNU i Ålesund) (2016 →)

### **Sammendrag/milepeler**

- 1983 Utvidelse av nautisk studium rettet mot skips- og rederidrift (skipsadministrasjon) fra to til tre år med vektlegging av økonomi og ledelse det tredje året
- 1985 Administrasjon og ledelse: Ettårig studium innenfor bedriftsøkonomiske emner
- 1986 Ettårig studium i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen
- 1989 Toårig studium i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen
- 1997 Ettårig påbyggingsstudium i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen
- 2002 Økonomi og ledelse (tidligere Administrasjon og ledelse): Ettårig studium innenfor bedriftsøkonomiske emner
- 2002 Eksportmarkedsføring, treårig studium tilpasset NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon
- 2004 Bachelorstudium i Internasjonal logistikk – samarbeid med Høgskolen i Molde
- 2005 Bachelorstudium i Innovasjonsledelse og entreprenørskap
- 2006 Bachelorstudium i Økonomi og administrasjon
- 2007 Bachelorstudium i Handels- og serviceledelse
- 2008 Økonomi og ledelse i Kristiansund
- 2008 Bachelorstudium i Handels- og serviceledelse (deltid)
- 2012 Mastergradstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert
- 2014 Mastergradstudium i Internasjonal Business – erfaringsbasert
- 2014 Bachelorstudium i Økonomi og administrasjon – tre spesialiseringer
- 2014 Bachelorstudium i Markedsføring og ledelse – tre spesialiseringer
- 2018 Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in International Business
- 2018 Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in Innovation and Entrepreneurship
- 2019 Bachelor i Økonomi og administrasjon – fra tre til to spesialiseringer

- 2019 Bachelorstudium i Markedsføring og ledelse – fra tre til to spesialiseringer
- Doktorgradsutdanning (ph.d)

### **Ålesund maritime skole (ÅMS)/Fiskeriteknisk høgskole (FTH)**

Utdanning for fiske og sjøfart har lange tradisjoner i Ålesund. I 1907 ble Navigasjonsskolen for fiskere etablert i kommunal regi. Dette var opptakten til at Ålesund Maskinistiskole ble en realitet fra 1916 og Ålesund Sjømannsskole, senere Ålesund Navigasjonsskole, fra 1918. I 1970 ble maskinistiskolen og navigasjonsskolen samlet i et nytt skolebygg på Volsdalsberga under navnet Ålesund maritime skole.

I 1983 ble høgskoleutdanning etablert for overstyrmenn og maskinsjefer. Samme året ble Ålesund maritime skole (ÅMS)/Fiskeriteknisk høgskole (FTH) opprettet. Nautisk studium ble fra da av økt fra toårig til treårig utdanning, dvs. at en la til et tredje år for maritim utdanning som ga det teoretiske grunnlaget for et sertifikat som sjøkaptein. Emnene som ble tilbudt i påbyggingsåret, var også interessante for andre studentgrupper. Dette åpnet nye muligheter for FTH. Av helt naturlige grunner var oppstarten høsten 1985, dvs. det tredje året for utdanningen til sjøkaptein. Det tredje året ble kalt Administrasjon og ledelse rettet mot skips- og rederidrift (ettårig studium) med to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. Det ettårige studiet Eksportmarkedsføring for fiskerinæringen ble etablert i 1986. (Det ble utvidet til et toårig studium fra høsten 1989.)

#### **1985/86:**

##### **1-årig kurs i administrasjon og ledelse rettet mot skips- og rederidrift (20 vekttall)**

Studiet gikk over to semester og hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. Opptaket var basert på generell studiekompetanse med presisering at når studiet er påbygging på 2-årig nautisk linje, vil det gi det teoretiske grunnlaget for sjøkapteinsertifikat.

For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Regnskap/analyse (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), og Økonomisk analyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Skatterett (2 v.); Organisasjonsteori (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); to valgemner, ett emne for hvert semester (2 + 2 v.). Følgende emner kunne velges: Produktkunnskap, Markedsføringsledelse, Fiskerinæringens oppbygging og struktur, Statistikk, Prosessovervåking, Miljø, forurensing og hygiene, Spansk, eller Engelsk. I tillegg skulle det leveres en studentoppgave (2 v.).

#### **Kommentarer**

Emnet sosialøkonomi (2 v.) tar for seg emner innenfor makroøkonomi, mikroøkonomi og internasjonal økonomi. Fagmiljøet leverte emner til andre studieretninger.

#### **1986/87:**

##### **1-årig kurs i administrasjon og ledelse rettet mot skips- og rederidrift (20 vekttall)**

For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Regnskap/analyse (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Økonomisk analyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Skatterett (2 v.); Organisasjonsteori (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); to valgemner, ett emne for hvert semester (2 + 2 v)..

Følgende emner kunne velges: Produktkunnskap, Markedsføringsledelse, Fiskerinæringens oppbygging og struktur, Statistikk, Prosessovervåking, Miljø, forurensing og hygiene, Spansk, eller Engelsk. I tillegg skulle det leveres en studentoppgave (utredning) (2 v.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med studieåret 1985/86 var det ingen justeringer av studiet.

### **1-årig kurs for eksportmarkedsføring (rettet mot fiskerinæringen) (20 vekttall)**

Studiet tar sikte på å rekruttere studenter fra videregående skoler, høyskoler og fra fiskerinæringen. Det opplyses om at søkere blir tatt opp etter en helhetsvurdering av tidligere utdanning og praksis. Følgende kriterier tillegges vekt: (1) Bedriftsøkonomisk kunnskap/praksis, (2) Erfaring fra markedsføring og eksportarbeid i fiskerinæringen, og (3) Språkkunnskaper, dvs. en fordel om studenten har forkunnskaper i to fremmedspråk.

Den faglige sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelsene er beskrevet og består av emner innenfor økonomi (2 v.): Økonomi (2 v.) som består av emner innenfor bedriftsøkonomi, men også tema innenfor samfunnsøkonomi; markedsføring (7 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Markeds- og omsetningskunnskap (2 v.), Internasjonal markedsføring (3 v.); fiskerifag (2 v.): Produktkunnskap (2 v.); språk (6 v.): Engelsk (3 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (3 v.); Studentoppgave (utredning) (3 v.).

### **Kommentarer**

Emnet markeds- og omsetningskunnskap (2 v.) dekker også temaer innenfor fiskerifag og samfunnsøkonomi.

### **1987/88:**

### **1-årig kurs i administrasjon og ledelse rettet mot skips- og rederidrift (20 vekttall)**

For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Regnskap/analyse (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), og Økonomisk analyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Skatterett (2 v.); Organisasjonsteori (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); to valgemner, ett emne for hvert semester (2 + 2 v.). Følgende emner kunne velges: Produktkunnskap, Markedsføringsledelse, Fiskerinæringens oppbygging og struktur, Statistikk, Prosessovervåking, Miljø, forurensing og hygiene, Spansk, eller Engelsk. I tillegg skulle det leveres en studentoppgave (utredning) (2 v.).

### **Kommentarer**

Det var ingen justeringer av studiet.

### **1-årig kurs for eksportmarkedsføring (rettet mot fiskerinæringen) (20 vekttall)**

Den faglige sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelsene er beskrevet og består av emner innenfor økonomi (2 v.): Økonomi (2 v.) som består av emner innenfor bedriftsøkonomi, men også tema innenfor samfunnsøkonomi; markedsføring (7 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Markeds- og omsetningskunnskap (2 v.), Internasjonal markedsføring (3 v.); fiskerifag (2 v.): Produktkunnskap (2 v.); språk (6 v.): Engelsk (3 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (3 v.); Studentoppgave (utredning) (3 v.).

### **Kommentarer**

Det var ingen justeringer av studiet.

## **Møre og Romsdal Fiskeritekniske Høgskole (MRFH)**

Med virkning fra 1. januar 1988 overtok Møre og Romsdal fylkeskommune ansvaret for Fiskeriteknisk Høgskole (FTH) basert på statlig drift/finansiering. FTH fikk navnet Møre og Romsdal Fiskeritekniske Høgskole (MRFH). MRFH hadde fire avdelinger: Maritim driftsteknikk, Fiskeri- og biologifag, Økonomisk-/allmennfag og kurs/prosjektvirksomhet.

### **1988/89:**

#### **1-årig kurs i administrasjon og ledelse rettet mot skips- og rederidrift (20 vekttall)**

For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Regnskap/analyse (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), og Økonomisk analyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Skatterett (2 v.); Organisasjonsteori (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); to valgemner, ett emne for hvert semester (2 + 2 v.). Følgende emner kunne velges: Produktkunnskap, Markedsføringsledelse, Fiskerinæringens oppbygging og struktur, Statistikk, Prosessovervåking, Miljø, forurensing og hygiene, Spansk, eller Engelsk. I tillegg skulle det leveres en studentoppgave (utredning) (2 v.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen justeringer av studiet.

#### **1-årig kurs for eksportmarkedsføring (rettet mot fiskerinæringen) (20 vekttall)**

Den faglige sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelsene er beskrevet og består av emner innenfor økonomi (2 v.): Økonomi (2 v.) som består av emner innenfor bedriftsøkonomi, men også tema innenfor samfunnsøkonomi; markedsføring (7 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Markeds- og omsetningskunnskap (2 v.), Internasjonal markedsføring (3 v.); fiskerifag (2 v.): Produktkunnskap (2 v.); språk (6 v.): Engelsk (3 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (3 v.); Studentoppgave (utredning) (3 v.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen justeringer av studiet.

### **1989/90:**

Studiet Eksportmarkedsføring for fiskerinæringen ble økt fra ett til to år. Dvs. fra 20 til 40 vekttall. Det utvidete studiet ble tilbudt fra høsten 1989.

#### **1-årig kurs i administrasjon og ledelse (20 vekttall)**

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. Opptaket var basert på generell studiekompetanse med presisering at når studiet er påbygging på 2-årig nautisk linje, vil det gi det teoretiske grunnlaget for sjøkapteinsertifikat.

For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Regnskapsanalyse (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Økonomisk analyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); administrasjonsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse) (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Administrativ databehandling (2 v.); Skatterett (2 v.); ett valgemne (2 v.), samt en studentoppgave (utredning) (2 v.). Følgende valgemner kunne velges: Spansk I, Spansk II, Akvatiske økologi eller Litteratur i tilknytning til studentoppgaven.

### **Kommentarer**

Det har skjedd endringer ved at ett valgemne er erstattet med emnet Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), men den største endringen er kanskje tittelen på studiet.

### **2-årig studium i eksportmarkedsføring for fiskerinæringen (40 vekttall)**

Sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelser består av emner innenfor økonomi (4 v.): «Økonomi» (4 v.); markedsføring (8 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Internasjonal markedsføring (6 v.); fiskerifag (8 v.): Fiskeribiologi (2 v.), Produktkunnskap (4 v.), Fiskerinæringens oppbygning og struktur (2 v.); Metode (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); språk (10 v.): Engelsk (5 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (5 v.); Studentoppgave (utredning) (6 v.).

### **Kommentarer**

Den viktigste endringen er utvidelsen av studiet fra ett til to år, dvs. fra 20v til 40v. Økningen i antall vekttall er som følger: økonomi +2 (fra 2 til 4), markedsføring +1 (fra 7 til 8), fiskerifag +6 (fra 2 til 8), språk +4 (fra 6 til 10), studentoppgave (utredning) +3 (fra 3 til 6), samt to nye emneområder: metode (2 v.) og administrativ databehandling (2 v.).

### **1990/91:**

Mht. studiet i Administrasjon og ledelse presiseres det i Studiehåndboka at «søkerne med bestått eksamen på nautisk studium eller maskinstudium ved maritim/fiskeriteknisk høyskole, har fortrinnsrett til studieplassene» (Studiehåndboka 1990/91, s. 8).

### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner (fag) slik: bedriftsøkonomi (6 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskapsanalyse (2 v.) Investering og finansiering (2 v.). samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Skatterett (2 v.), administrasjonsfag (6 v.): Organisasjonsteori (2 v.) Arbeidspsykologi og personalledelse) (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.), ett valgfag (2 v.); Studentoppgave (utredning) (2 v.).

### **Kommentarer**

Det bedriftsøkonomiske emnet Økonomisk analyse er tatt ut og emnet Investering og finansiering er kommet til. Dette innebærer at følgende bedriftsøkonomiske emner inngår: Bedriftsøkonomi (2 v), Regnskapsanalyse (2 v), og Investering og finansiering (2 v). Alle de tre emnene er sentrale innenfor fagområdet. Ellers oppgis det ikke hvilke emner som kan være valgemner.

### **Studium i eksportmarkedsføring (40 v.)**

Sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelser består av emner innenfor bedriftsøkonomi (4 v.): Økonomi (4 v.); markedsføring (8 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Internasjonal markedsføring (6 v.); fiskerifag (8 v.): Råstofflære (2 v.), Produktkunnskap (4 v.), Fiskerinæringens oppbygning og struktur (2 v.); Metode (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); språk (10 v.): Engelsk (5 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (5 v.); Studentoppgave (utredning) (6 v.).

### **Kommentarer**

Det er bare mindre justeringer i studiet.

### **1991/92:**

«Sommeren 1990 flyttet MRFH inn i nye lokaler på Voldsdalsberga. Planene er videre at det skal etableres et høgskolesenter på Fogdegården, bestående av MRFH, Møre og Romsdal Ingeniørhøgskole (MRIH) og Sykepleierhøgskolen i Ålesund (SPÅ)» (Studiehåndboka 1991/92, s. 4).

#### **Administrasjon og ledelse (20 v)**

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. Den bedriftsøkonomiske linjen består av obligatoriske emner (16 v.) og valgemner (4 v.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedriftsøkonomi (4 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskapsanalyse (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Sosialøkonomi (2 v.); Administrasjonsfag (6 v.): Organisasjonsteori (2 v.), Arbeidspsykologi og personalledelse) (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); Markedsføringsledelse (2 v.); to valgemner (2 + 2 v.); Studentoppgave (utredning) (2 v.). Følgende emner er valgemner: Investering og finansiering (2 v.), Skatterett (2 v.); Befraktning (1 v.), Sjørett, sjøforsikring og fiskerett (3 v.).

#### **Kommentarer**

Det er mindre justeringer i studiet siden studentene kan velge emner som innebærer bortimot det samme innholdet som for det foregående årskullet.

#### **Studium i eksportmarkedsføring (40 v.)**

Sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelser består av bedriftsøkonomi (4 v.): Bedriftsøkonomi (2 v), Regnskap (2 v.); markedsføring (8 v.): Markedsføringsledelse (2 v), Internasjonal markedsføring (6 v); fiskerifag (8 v): Råstofflære (2 v), Fiskerinæringens oppbygning og struktur (2 v.), Produksjonsteknologi (4 v.); Metode (2 v.); Administrativ databehandling (2 v.); språk (10 v.): Engelsk (5 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (5 v.); Studentoppgave (utredning) (6 v.).

#### **Kommentarer**

I stedet for emnet «Økonomi» (4v) var følgende emner kommet med: Bedriftsøkonomi (2 v.) og Regnskap (2 v.). I stedet for Produktkunnskap (4 v.) inneholdt studiet emnet Produksjonsteknologi (4 v.).

### **1992/93:**

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner (fag) slik: bedriftsøkonomi (6 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskapsanalyse (2 v.) samt Investering og finansiering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Makroøkonomi (2 v.); administrasjonsfag (8 v): Organisasjonsteori (4 v), Arbeidspsykologi (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); Administrativ databehandling (ADB) (2 v.), Skatterett (2 v.).

#### **Kommentarer**

Det er endringer. Omfanget av emnet «Organisasjonsteori» økes fra 2 til 4 vektall. Dessuten endres tittelen på emnet «Sosialøkonomi» til «Makroøkonomi» og «Arbeidspsykologi og personalledelse» til «Arbeidspsykologi».

#### **Studium i eksportmarkedsføring (40 v.)**

Sammensetningen av emner (fag) og fagbeskrivelser består av bedriftsøkonomi (4 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskap (2 v.); markedsføring (10 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Markedsundersøkelser (2 v.), Internasjonal markedsføring (6 v.); fiskerifag (8 v.): Råstofflære (2 v.), Fiskerinæringens oppbygning og struktur (2 v.); Produktkunnskap (4 v.); Administrativ databehandling (2 v.); språk (10 v.): engelsk (5 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (5 v.); studentoppgave (utredning) (6 v.).

### **Kommentarer**

Emnet markedsundersøkelser erstatter emnet metode. Emnet fiskerinæringens oppbygning og struktur kan sees på som et samfunnsfag. (I oversikten er det tatt med et emne som kalles «Statistikk». Emnet beskrives og har 2 som vektall, men vektallet er ikke med i summeringen.)

### **1993/94:**

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner (fag) slik: bedriftsøkonomi (6 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskapsanalyse (2 v.) samt Investering og finansiering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Makroøkonomi (2 v.); administrasjonsfag (8 v.): Organisasjonsteori (4 v.), Arbeidspsykologi (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); Administrativ databehandling (ADB) (2 v.), Skatterett (2 v.).

### **Kommentarer/vurderinger**

Det er ingen endringer i studiet. (I oversikten er det tatt med et emne som kalles «Statistikk». Emnet beskrives og har 2 som vektall, men vektallet er ikke med i summeringen.)

#### **Studium i eksportmarkedsføring (40 v)**

Sammensetningen av studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (4 v.): Bedriftsøkonomi (2 v.), Regnskap (2 v.); markedsføring (10 v.), dvs. Markedsføringsledelse (2:v.), Markedsundersøkelser (2 v.) og Internasjonal markedsføring (6 v.), fiskerifag (8 v.): Råstofflære (2 v.), Fiskerinæringens struktur (2 v), Produktkunnskap (4 v.); Administrativ databehandling (2 v.); språk (10 v.), Engelsk (5 v.), annet fremmedspråk (Tysk, Fransk eller Spansk) (5 v.); Studentoppgave (utredning) (6 v.).

### **Kommentarer/vurderinger**

Det er ingen justeringer av studiet.

## **Høgskolen i Ålesund (HiÅ)**

Høgskolen i Ålesund (HiÅ) ble etablert 1. august 1994 ved sammenslåing av de tre statlige høgskolene i Ålesund: Møre og Romsdal ingeniørhøgskole, Møre og Romsdal fiskeritekniske høgskole og Sjukepleierhøgskolen i Ålesund. HiÅ hadde da ca. 1200 studenter og 140 ansatte. Hovedadministrasjonen var i Fogdegården mens avdelingsadministrasjonene med servicetjenester for studenter hadde tilhold på studiestedene.

HiÅ ble organisert i fire avdelinger (enheter): Avdeling for elektrofag og allmenne fag (AEA), Avdeling for ingeniørfag og maritime fag (AIM), Avdeling for helsefag og biologiske fag (AHB), Senter for etter- og videreutdanning (SEVU). Økonomimiljøet var en faggruppe i Avdeling for elektrofag og allmenne fag (AEA).



### **1994/95:**

Studiebok for 1994/95 mangler, men informasjon om studiet Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v.) er tatt med i studiehåndboka for studieåret 1995/96 (se nedenfor).

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Det foreligger ikke noen beskrivelse av studiet for studieåret 1994/1995.

#### **Kommentarer**

I og med at det ikke foreligger noen studiehåndbok for 1994/95, kan en ikke ta med noen oversikt over studieplanen. I eksportmarkedsstudiet er det imidlertid ingen vesentlige justeringer. Det framgår videre av studiehåndboka for 1995/96 at det ble gjennomført store endringer i begge studiene, dvs. eksportmarkedsstudiet og administrasjon og ledelse (se nedenfor). Derfor er det grunn til å tro at det ikke var noen (vesentlige) justeringer i studiet administrasjon og ledelse for studieåret 1994/1995. (Trolig er emnet Administrativ databehandling (ADB) (2 v.) blitt erstattet med Datateknikk I (2 v.), men ellers er det ingen andre endringer.

#### **Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v.)**

Innledningsvis opplyses at oversikten gjelder fra og med studieåret 1994/95 og gjelder til endringer kunngjøres.

Studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (4 v.): Regnskap (2 v.), Bedriftsøkonomi (2 v.); markedsføring (10 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Markedsundersøkelser (2 v.) og Internasjonal markedsføring (6 v.); fiskerifag (8 v.): Råstofflære (2 v.), Fiskerinæringens struktur (2 v.), Produktkunnskap (4 v.); Datateknikk I (2 v.), språk (10 v.): Engelsk (5 v.) og annet språk der en kan velge mellom Fransk, Tysk eller Spansk (5 v.); Studentoppgave (6 v.).

#### **Kommentarer**

Emnet datateknikk I (2 v.) erstatter tidligere emne, dvs. administrativ databehandling (2 v.). Ellers er det ingen andre forandringer. Det er altså bare mindre justeringer av studiet, jfr. studiehåndboka for 1993/1994.

### **1995/96:**

Innledningsvis opplyses at oversikten gjelder fra og med studieåret 1995/1996 og gjelder til endringer kunngjøres.

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

I studieboka (side 22) sies det blant annet at «studiet gir nyttig påbygging innenfor det økonomisk-administrative fagfeltet for studenter og yrkesutøvere fra ulike bransjer. For kandidater med maritim høyskolebakgrunn gir studiet spesialisering innen skipsadministrative fag».

Studiet hadde to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. For den bedriftsøkonomiske linjen var sammensetningen av emner (fag) slik: bedriftsøkonomiske emner (6 v.): Forkurs regnskap (0 «null» v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Investering/finansiering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2v.), Organisasjonsteori (2 v.),

Markedsføringsledelse (2 v.); Datateknikk I (2 v.); to valgmemner (4 v.) der en kunne velge blant følgende emner: Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.), Befraktning (2 v.), Sjøforsikring (2 v.) og fiskerett (2 v.). Det kunne altså velges blant fem emner, to økonomiemner og tre emner rettet mot skips-/rederidrift.

### **Kommentarer**

Det er altså grunn til å tro at det ikke var noen justeringer i studiet administrasjon og ledelse for studieåret 1994/95 (se kommentarer ovenfor).

Imidlertid er det nå foretatt betydelige endringer/justeringer av emnesammensetningen av studiet.

- 1) Mht. bedriftsøkonomiske emner innføres et Forkurs regnskap (0 «null» v.) som er obligatorisk for studenter som ikke har dokumenterte forkunnskaper i regnskap.
- 2) Under fagområdet samfunnsøkonomi (2 v.) er Mikroøkonomi (2 v.) innført i stedet for makroøkonomi.
- 3) Studentene måtte velge to valgmemner (4 v.) blant følgende emner: Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.), Befraktning (2 v.), Sjøforsikring (2 v.) og Fiskerirett (2 v.). De kunne altså velge to metodefag.

Endringene førte til at studiets sammensetning av emner ble mer i samsvar med tilsvarende studier ved andre institusjoner innenfor høyere utdanning.

### **Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v.),**

Studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (6 v.): Forkurs regnskap (0 «null» v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); markedsføring (10 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.), Markedsundersøkelser (2 v.) og internasjonal markedsføring (4 v.); fiskerifag (6 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.), Fiskerinæringens struktur (2 v.); Datateknikk I (2 v.); språk (12 v.): Engelsk (5 v.) og annet språk der en kan velge mellom Fransk, Tysk eller Spansk (7 v.); Studentoppgave (4 v.).

### **Kommentarer**

Det er foretatt betydelige endringer/justeringer av emnesammensetningen av studiet.

- 1) Mht. bedriftsøkonomiske emner tilbys totalt fire emner (6 v.), dvs. Forkurs regnskap (0 «null» v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.) samt Driftsregnskap og budsjettering (2 v.). Antall vektall øker dermed fra 4 til 6. Dessuten ble det gitt et forkurs som ikke ga noe vektall. Kurset var obligatorisk for studenter som ikke har dokumenterte forkunnskaper i regnskap (se side 105 i Studiehåndboka for 1995/1996).
- 2) Markedsføringsemner utgjorde fortsatt 10 vektall, men det tidligere emnet i internasjonal markedsføring er delt i to: Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) og Internasjonal markedsføring (4 v.).
- 3) For fiskerifag ble antall vektall redusert fra 6 til 4 dvs. til ett emne: Råstofflære og produktkunnskap (4 v.).
- 4) Språk ble tillagt større vekt, dvs. at antall vektall økte fra 10 til 12. Engelsk ble uendret mht. vekt (5 v.). Imidlertid ble andrespråket økt fra 5 til 7 vektall.
- 5) Vektingen av utredningen (studentoppgaven) ble redusert fra 6 til 4 vektall.

### **Kommentarer for endringene samlet for de to studiene**

- 1) Det tilbys totalt fem bedriftsøkonomiske emner (8 v.), dvs. forkurs regnskap (0 «null» v.), bedriftsøkonomi (2 v.), finansregnskap med analyse (2 v.), driftsregnskap og budsjettering (2 v.) og investering/finansiering (2 v.). De fire første ble tilbudt på eksportmarkedsstudiet og tilsvarende antall emner ble tilbudt på adm./led.-studiet, men emnet investering/finansiering var med i stedet for driftsregnskap og budsjettering. Endringene førte til at en kunne totalt sett tilby en sammensetning av bedriftsøkonomiske emner som ble mer i samsvar med tilsvarende studier ved andre institusjoner innenfor høyere utdanning.
- 2) Det kunne nå tilbys tre metodefag: matematikk (2 v.), statistikk (2 v.), markedsundersøkelser (2 v.).

### **1996/97:**

Innledningsvis opplyses at oversikten gjelder fra og med studieåret 1996/97 og gjelder til endringer kunngjøres. I studieboka (side 22) sies det at «studiet er bygd opp hovedsakelig av 2 vekttallsmoduler som til sammen skal gi en helhetsforståelse av økonomisk-administrative systemer. Innhold: økonomifag, ledelsesfag, evt. spesialisering innen skipsadministrative fag».

### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (6 v.): Forkurs regnskap (0 «null» v.), Bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Investering/finansiering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), organisasjonsteori (2 v.), markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v) Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.); datateknikk I (2 v).. (Mht. skipsadministrative fag tilbys ett valgmenne (2 v.): Sjøforsikring (2 v.)).

### **Kommentarer**

Studiet hadde hittil to retninger: (1) Skipsadministrasjon og (2) Bedriftsøkonomi. Imidlertid viser emnebeskrivelsene at retningen «Skipsadministrasjon» er «tonet ned». Endring fra studieåret 1995/96 er at emnene matematikk og statistikk ikke er valgmenner, men er blitt obligatoriske. Dessuten er det bare ett emne (valgfag) som direkte kan relateres til retningen skipsadministrasjon. Dette indikerer at studiet som tilbys, kan oppfattes som det første året på et økonomisk/administrativt studium.

### **Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v),**

Studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (6 v.): Forkurs regnskap (0 «null» v.), Bedriftsøkonomi (2 v), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); markedsføring (10 v.): Markedsføringsledelse (2 v.), Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.), Markedsundersøkelser (2 v.) og Internasjonal markedsføring (4 v.); fiskerifag (6 v.); Produktkunnskap (4 v.), Fiskerinæringens struktur (2 v.); Datateknikk I (2 v.); språk (12 v.): Engelsk (5 v) og annet språk der en kan velge mellom Fransk, Tysk eller Spansk (7 v.); Studentoppgave (4 v.).

### **Kommentarer**

Det er bare mindre justeringer av studiet. Emnet fiskerinæringens oppbygging og struktur kan sees på som et samfunnsfag (næringsøkonomi) og emnet markedsundersøkelser kan sees på som et metodefag.

### **1997/98:**

På sidene 20-21 redegjøres det først kortfattet om de økonomisk/administrative studiene ved Høgskolen i Ålesund:

- 1) Ettårig studium i administrasjon og ledelse (Bedriftsøkonom)
- 2) Toårig studium i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (Høgskolekandidat)
- 3) Ettårig påbyggingsstudium i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (Diplomøkonom). Studiet startes opp høsten 1999.

For de tre studiene gis det informasjon slik som: studiets navn, studiets lengde, formell grad, opptakskrav, studiets hensikt/overordnet mål, eksempler på arbeidsoppgaver etter endt utdanning, samt studiets oppbygging og gjennomføring.

Det ettårige studiet i administrasjon og ledelse (20 v.) utgjør også det første året i det toårige studiet i eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen, (Derfor er det naturlig at studiet i administrasjon og ledelse beskrives først.)

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av emner (fagbeskrivelser) innenfor bedriftsøkonomi (6 v.): Forkurs regnskap (0 «null» v.), Innføring i bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Investering/finansiering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v.): Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.); Datateknikk I (2 v.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen vesentlige endringer i emnene som tilbys (sammenholdt med Studiehåndboka 1996/97). Emnesammensetningen som tilbys, innebærer at ikke er noen emner er direkte knyttet til retningen Skipsadministrasjon. Dermed kan en si at denne retningen ble «lagt ned».

#### **Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v.)**

Det første året for studiet har de samme emnene som i studiet administrasjon og ledelse (20 v.). I det andre studieåret kan studentene velge mellom tre retninger:

- 1) Eksportmarkedsføring med økonomi
- 2) Eksportmarkedsføring med ett språk
- 3) Eksportmarkedsføring med to språk

Studieretningen for det andre året velges våren 1998. Emnene som tilbys det andre året, beskrives ikke i detalj, men forteller bare antall vektall for hvert fagområde. Det vises til studenthåndboka for 1998/99.

#### **Kommentarer:**

Justeringene gir grunnlag for å kunne tilby flere studieretninger i framtida.

#### **Ettårig påbyggingsstudium i eksportmarkedsføring (20 v.)**

Emnene som tilbys i påbyggingsstudiet, dvs. det tredje studieåret, beskrives ikke i detalj, men forteller bare antall vektall for hvert fagområde. Det vises til studenthåndboka for 1998/99.

**Kommentarer:**

Påbyggingsstudiet førte til at det kunne tilbys treårig studium. Dette innebar at det legges til rette for det kunne tilbys bachelorstudier som er under utvikling for institusjoner som tilby høyere utdanning.

**1998/99:**

Innledningsvis opplyses at oversikten gjelder fra og med studieåret 1998/99 og gjelder til endringer kunngjøres.

**Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av 13 obligatoriske emner (fagbeskrivelser) inklusiv tre forkurs (0 «null» v.): Datateknikk, Matematikk, Regnskap; bedriftsøkonomi (6 v.): Innføring i bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v): Matematikk (2 v), Statistikk (2 v.); Datateknikk I (2 v.).

**Kommentarer:**

Det er kommet til to forkurs: datateknikk og regnskap. Dermed ble det tre obligatoriske forkurs. Emnesammensetningen er uendret fra studieåret 1997/98.

**Eksportmarkedsføring rettet mot fiskerinæringen (40 v.)**

Det første studieåret (20 v.) er identisk med årsstudiet i administrasjon og ledelse.

I det andre året (20 v.) tilbys to retninger (og ikke tre som antydnet i studiehåndboka for 1997/98), dvs.:

- 1) Eksportmarkedsføring med økonomi
- 2) Eksportmarkedsføring med språk

**Eksportmarkedsføring med økonomi (andre studieår) (20 v.)**

Studiet består av obligatoriske emner (16 v.) og valgmemner (4 v.). Obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (4 v.): Investering og finansiering (2 v.), Økonomisk styring – fiskerinæringen (2 v.); samfunnsøkonomi (4 v.): Makroøkonomi (2 v.); Fiskerinæringens struktur (2 v.); atferdsfag (8 v.): Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.), Markedskommunikasjon og forbrukeratferd (2 v.), Markedsanalyse (2 v.); Strategisk ledelse (2 v.). Følgende valgmemner kunne velges: Råstofflære og produktkunnskap (4 v.), Finansregnskap med årsoppgjør (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.).

**Kommentarer:**

Emnesammensetningen for studieåret 1999/2000, dvs. det andre studieåret for studentene som begynte på studiet høsten 1998, er helt forskjellig fra tidligere sammensetninger, f. eks, sammenliknet med kullet som begynte på studiet høsten 1997. Mht. bedriftsøkonomiske emner tilbys nå seks emner (12 v.) i stedet for tre emner (6 v.). For samfunnsøkonomi er tilbudet nå fire emner (8 v.) i stedet for to emner (4 v.) og for atferdsfag er tilbudet sju emner (14 v.) i stedet for fire emner (6 v.). Imidlertid er det ikke noen språk på denne retningen.

**Eksportmarkedsføring med språk (andre studieår) (20 v.)**

Denne studieretningen har ingen emner i bedriftsøkonomi eller samfunnsøkonomi med unntak av emnet Fiskerinæringens struktur (2 v.) som kan oppfattes som et samfunnsøkonomisk emne (næringsøkonomi). Følgende atferdsfag tilbys (8 v.): Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.), Markedskommunikasjon og forbrukeratferd (2 v.), Markedsanalyse (2 v.); Strategisk ledelse (2 v.). De resterende 10 vektallene er valgemner, dvs. engelsk (4 v.) eller råstofflære og produktkunnskap (4 v.), samt ett av følgende språkfag: Tysk, Spansk eller Fransk (6 v.). (Bare to av de tre språkene tilbys og det kreves minimum 10 studenter for at fag blir startet.)

#### **Kommentarer:**

Denne studieretningen har mye mer til felles med tidligere studietilbud ved at språk vektlegges (10 v.), dvs. utgjør 25% av vektallene. Imidlertid inngår det flere økonomifag enn det som ble tilbudt i tidligere tilsvarende studium, jfr. emnene som er obligatoriske i det første studieåret.

#### **Ettårig påbyggingsstudium i eksportmarkedsføring (20 v.)**

Emnene som tilbys i påbyggingsstudiet, dvs. det tredje studieåret, beskrives i studiehåndboka, men tas ikke med her fordi studiet startet opp høsten 1999. Dessuten ble det endringer mht. sammensetningen av studiet (se studiehåndboka for 1999/00).

#### **1999/00:**

Innledningsvis opplyses at oversikten gjelder fra og med studieåret 1999/00 og gjelder til endringer kunngjøres.

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av 13 obligatoriske emner (fagbeskrivelser) inklusiv tre forkurs (0 «null» v.): Datateknikk, Matematikk, Regnskap; bedriftsøkonomi (6 v.): Innføring i bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v.): Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.); Datateknikk I (2 v.).

#### **Kommentarer:**

Emnesammensetningen er det samme som for studieåret 1998/99.

#### **Eksportmarkedsføring (40 v.)**

Det første studieåret (20 v) er identisk med årsstudiet i administrasjon og ledelse. Det andre året består av obligatoriske emner (6 v.) og valgemner (14 v.).

Følgende emner er obligatoriske: Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner er valgemner; bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): Makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

#### **Kommentarer:**

Justeringene fra foregående år (1998/99) viderefører opplegget med to studieretninger (økonomi eller språk) samtidig som studentene får valgmuligheter.

### **Økonomisk/administrativt studium med markedsføring – påbyggingsår – år 3 (20 v.)**

Påbyggingsåret har obligatoriske emner (10 v.), obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere (6 v.) og valgemner. Obligatoriske emner består av Kulturforståelse (2 v.), Internasjonal markedsføring (4 v.), samt Kandidatoppgave (4 v.). Obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere var følgende emner (6 v.): Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner er valgemner; bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): Makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); atferdsfag (2 v.): Strategisk ledelse (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk I (2 v.), Engelsk II (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

#### **Kommentarer:**

Etableringen av det tredje studieåret la grunnlaget for at en kunne tilby bachelorstudier da disse ble innført i Norge i 2002.

### **2000/01:**

#### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av 13 obligatoriske emner (fagbeskrivelser) inklusiv tre forkurs (0 «null» v.): Datateknikk, Matematikk, Regnskap; bedriftsøkonomi (6 v.): Innføring i bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v): Matematikk (2 v), Statistikk (2 v.); Datateknikk I (2 v.).

#### **Kommentarer:**

Emnesammensetningen er det samme som for studieåret 1999/00.

#### **Eksportmarkedsføring (40 v.)**

Det første studieåret (20 v.) er identisk med årsstudiet i administrasjon og ledelse. Det andre året består av obligatoriske emner (6 v.) og valgemner (14 v.).

Følgende emner er obligatoriske: Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner er valgemner; bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): Makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

#### **Kommentarer:**

Emnesammensetningen er det samme som for studieåret 1999/200, dvs. at opplegget med to studieretninger (økonomi eller språk) videreføres samtidig som studentene får valgmuligheter.

### **Eksportmarkedsføring (Økonomisk/administrativt studium med markedsføring) – påbygging år 3 (20 v.)**

Påbyggingsåret har obligatoriske emner (12 v.), obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere (6 v.) og valgemner. Obligatoriske emner består av Strategisk ledelse (2 v.), Kulturforståelse

(2 v.), Internasjonal markedsføring (4 v.), samt Kandidatoppgave (4 v.). Obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere var følgende emner (6 v.): Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner kunne velges: bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

#### **Kommentarer:**

Emnesammensetningen er den samme som for studieåret 1999/00. Imidlertid er emnet strategisk ledelse (2 v.) blitt et obligatorisk emne og ikke valgemne, dvs. at obligatoriske emner har økt fra 10 til 12 v.

#### **2001/02:**

##### **Administrasjon og ledelse (20 v.)**

Studiet består av 13 obligatoriske emner (fagbeskrivelser) inklusiv tre forkurs (0 «null» v.): Datateknikk, Matematikk, Regnskap; bedriftsøkonomi (6 v.): Innføring i bedriftsøkonomi (2 v.), Finansregnskap med analyse (2 v.), Driftsregnskap og budsjettering (2 v.); samfunnsøkonomi (2 v.): Mikroøkonomi (2 v.); atferdsfag (6 v.): Arbeidspsykologi og personalledelse (2 v.), Organisasjonsteori (2 v.), Markedsføringsledelse (2 v.); metoder (4 v.): Matematikk (2 v.), Statistikk (2 v.); Datateknikk I (2 v.).

#### **Kommentarer/vurderinger:**

Emnesammensetningen er det samme som for studieåret 2000/01.

##### **Eksportmarkedsføring (40 v.)**

Det første studieåret (20 v.) er identisk med årsstudiet i administrasjon og ledelse. Det andre året består av obligatoriske emner (6 v.) og valgemner (14 v.).

Følgende emner er obligatoriske: Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner er valgemner; bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): Makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk (2 v.), Merkantil engelsk (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

#### **Kommentarer:**

Det er mindre justeringer i studieplanen. Det presiseres at emnet «Engelsk» har fokus på «Merkantil engelsk».

##### **Eksportmarkedsføring (Økonomisk/administrativt studium med markedsføring) – påbygging år 3 (20 v.)**

Påbyggingsåret har obligatoriske emner (12 v.), obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere (6 v.) og valgemner. Obligatoriske emner består av Strategisk ledelse (2 v.), Kulturforståelse (2 v.), Internasjonal markedsføring (4 v.), samt Kandidatoppgave (4 v.). Obligatoriske fag i tillegg for eksterne søkere var følgende emner (6 v.): Innføring i internasjonal markedsføring (2 v.) samt Markedsanalyse, markedskommunikasjon og forbrukeratferd (4 v.). Følgende emner kunne velges: bedriftsøkonomiske emner (4 v.): Investering og finansiering (2 v.) samt



Økonomisk styring (2 v.); samfunnsøkonomiske emner (6 v.): Makroøkonomi (2 v.), Internasjonal økonomi (2 v.), samt Fiskerinæringens struktur (2 v.); fiskerifag (4 v.): Råstofflære og produktkunnskap (4 v.); språk (12 v.): Engelsk (4 v.), Merkantil engelsk (4 v.), Tysk/Spansk/Fransk (8 v.).

**Kommentarer:**

Det ble tilbudt to engelskemner: Engelsk (2 v.) og Merkantil engelsk (4 v.).

**2002/03:**

Fra og med studieåret 2002/03 ble det brukt studiepoeng i stedet for vektall der ett vektall = tre studiepoeng.

**Økonomi og ledelse (2002 kullet) (60 stp.)**

Studiet består av 8 obligatoriske emner (fagbeskrivelser); bedriftsøkonomi (18 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (24 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); metoder (12 stp.): Grunnleggende metoder (12 stp.).

**Kommentarer:**

Studiet har skiftet navn fra «Administrasjon og ledelse» til «Økonomi og ledelse». Emnet «Grunnleggende metoder» (12 stp.) består av to deler: matematikk og statistikk. Antall emner er redusert fra 13 obligatoriske emner (Studiehåndboka 2001/02) til 8 (Studiehåndboka 2002/03).

**Eksportmarkedsføring for 2002-kullet (180 stp.)**

Det første studieåret er identisk med studiet i Økonomi og ledelse. Alle emnene er obligatoriske, se ovenfor. Det andre studieåret gir to valgmuligheter, språk eller økonomi. Det tredje året gir fordypninger i internasjonal markedsføring, markedsanalyse og språk. Studiemodellen er tilpasset NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av NRØA i 2001. Dette forutsetter imidlertid at studentene velger økonomiske fag i det andre studieåret. Det er lagt til rette for internasjonal studentutveksling.

Økonomiretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (30 stp.):

Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (18 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); samt Mikroøkonomi og næringsanalyse (12 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.), Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (30 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), ett annet språk (Spansk, Tysk, Fransk) (18 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

Språkretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (24 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal

markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (48 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), to andre språk (Spansk, Tysk, Fransk) (36 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

### **Kommentarer**

Metodefagene tar for seg matematikk og statistikk. Det første metodefaget går på høstsemesteret og det andre på vårsemesteret. Innføring av NRØA-modellen førte til mer ensartet studieprogram for institusjonene som tilbød treårig økonomisk/administrative utdanning. Imidlertid var omleggingen kjent i god tid, dvs. at obligatoriske emner var innført og tilbudt til studentene før NRØA-modellen ble tatt i bruk. Dette framgår også av studietilbudene som var gitt til studentene på tidligere kull (se ovenfor). En kan kanskje si at den største endringen var overgangen fra vektall til studiepoeng.

### **Eksportmarkedsføring (overgangsmodell i ett år for studenter som skal begynne på 2. og 3. studieår)**

For studentene som begynte på studiet i studieåret 2001/2002 fikk studentene for det andre studieåret (2002/2003) et studietilbud som gjorde det mulig å starte på et 3. studieår som er identisk med 3. år i den nye studiemodellen. Fagtilbudet bestod av 10 v./30 stp. som var obligatoriske emner i NRØA-modellen. Studenter som vil begynne på et siviløkonomstudium, måtte i tillegg velge alle økonomiske emner. Studenter som ville oppnå en bachelorgrad, måtte velge emnet Foretaksstrategi.

### **Kommentarer**

Det var krevende å gi studentene et overgangstilbud slik at de kunne oppnå en bachelorgrad og muligheter for videre økonomistudier (siviløkonom). (Studenter som begynte 3. studieår høsten 2002, fikk et tilsvarende opplegg – se nedenfor.)

### **2003/04:**

#### **Økonomi og ledelse (2003 kullet) (60 stp.)**

Studiet består av 9 obligatoriske emner (f60 stp.); innen bedriftsøkonomi (18 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (24 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); metoder (12 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.)

### **Kommentarer**

Metodefagene tar for seg matematikk og statistikk. Det første metodefaget går på høstsemesteret og det andre på vårsemesteret. Alle emnene i studiet er obligatoriske. Studiet er identisk med første året på eksportmarkedsstudiet. Etter fullført studium kan det søkes om opptak på 2. året av eksportmarkedsstudiet.

### **Eksportmarkedsføring for 2003-kullet (180 stp.)**

Det første studieåret er identisk med studiet i Økonomi og ledelse. Alle emnene er obligatoriske, se ovenfor. Det andre studieåret gir to valgmuligheter, språk eller økonomi. Det tredje året gir fordypninger i internasjonal markedsføring, markedsanalyse og språk. Studiemodellen er tilpasset NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og

administrasjon vedtatt av NRØA i 2001. Dette forutsetter imidlertid at studentene velger økonomiske fag i 2. studieår. Det er lagt til rette for internasjonal studentutveksling.

Økonomiretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (30 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (18 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); samt Mikroøkonomi og næringsanalyse (12 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (30 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), ett annet språk (Spansk, Tysk, Fransk) (18 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

Språkretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (24 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (48 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), to andre språk (Spansk, Tysk, Fransk) (36 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

### **Eksportmarkedsføring (overgangsmodell i ett år for studenter som skal begynne på 2. og 3. studieår)**

For studentene som begynte på studiet i studieåret 2001/2002, fikk studentene for det andre studieåret (2002/2003) et studietilbud som gjorde det mulig å starte på et 3. studieår som var identisk med 3. år i den nye studiemodellen. Fagtilbudet bestod av 10 v./30 stp. som var obligatoriske emner. Studenter som ville begynne på et siviløkonomstudium måtte i tillegg velge alle økonomiske fag. Studenter som gikk videre mot en bachelorgrad, måtte velge emnet Foretaksstrategi.) Studenter som begynte 3. studieår høsten 2002 fikk et tilsvarende opplegg – se ovenfor).

### **Kommentarer**

Det var krevende å gi studentene et overgangstilbud slik at de kunne oppnå en bachelorgrad og muligheter for videre økonomistudier (siviløkonom). (Studenter som begynte 3. studieår høsten 2002, fikk et tilsvarende opplegg – se nedenfor.)

### **2004/2005:**

Dette året ble bachelorstudiet i Internasjonal logistikk introdusert. Studiet var et samarbeid med Høgskolen i Molde. Dette førte til at instituttets studietilbud bestod av ett årsstudium og tre bachelorstudier (Økonomi og administrasjon, Eksportmarkedsføring og Internasjonal logistikk). I tillegg hadde instituttet et deltidsstudium på 30 stp.

### **Økonomi og ledelse (60 stp.)**

Studiet består av ett valgemne (6 stp.) og åtte obligatoriske emner (54 stp.), dvs. innen bedriftsøkonomi (18 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.),

Finansregnskap med analyse (12 stp.); samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (18 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.); metoder (12 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.). Studentene kunne velge mellom to emner (6 stp.): Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.) eller Medier og markedskommunikasjon (6 stp.).

### **Kommentarer**

Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.) har erstattet Kulturforståelse (6 stp.), se studieplanen for foregående år. Metodefagene tar for seg matematikk og statistikk. Det første metodefaget går på høstsemesteret og det andre på våsemesteret.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2004) (180 stp.)**

Det første studieåret er identisk med studiet i Økonomi og ledelse. Det andre studieåret gir to valgmuligheter, språk eller økonomi. Det tredje året gir fordypninger i internasjonal markedsføring, markedsanalyse og språk. Studiemodellen er tilpasset NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av NRØA i 2001. Dette forutsetter imidlertid at studentene velger økonomiske fag i 2. eller 3. studieår.. Det er lagt til rette for internasjonal studentutveksling. 5. semester undervises på engelsk.

Økonomiretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (30 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (18 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); samt Mikroøkonomi og næringsanalyse (12 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (30 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), ett annet språk (Spansk, Tysk, Fransk) (18 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

Språkretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (24 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (48 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), to andre språk (Spansk, Tysk, Fransk) (36 stp.), Kandidatoppgave (12 stp.).

### **Kommentarer**

Fagsammensetningen er den samme som for foregående studieprogram. Det er noen mindre justeringer mht. å flytte noen få emner og gjøre om fra obligatorisk til valgemner. Dette førte til at en hadde ett årsstudium og tre bachelorstudier.

### **Internasjonal logistikk (kull 2004) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (12 stp.): Mikroøkonomi (6 stp.); Internasjonal økonomi (6 stp.); logistikkfag (67 stp.): Innføring i logistikk (6 stp.), Innføring i informasjonsteknologi (6 stp.), Styringsmodeller i logistikk (12 stp.), Operasjonsanalyse (6 stp.), Innkjøpsledelse (6 stp.), Distribusjonsopplegg (6 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (10 stp.); atferdsfag (24 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.).

### **Kommentarer/vurderinger**

Flere av logistikkemnene kunne henføres til andre fagområder, men det er valgt å gjøre slik for å få fram at betegnelsen for studiet er underbygget av den faglige sammensetningen. Antall studiepoeng summerer seg til 181.

### **Salg og salgsledelse (30 stp.)**

Studiet ble organisert som deltidsstudium over ett år og ble lagt på kveldstid. Studiet bestod av fem emner hvert på 6 stp.: Salg og salgsledelse 1 (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.), Merkevaremarkedsføring (6 stp.), Salg og salgsledelse 2 (6 stp.) og Markedsføring (6 stp.).

### **Kommentarer**

Studiet vektlegger salg- og salgsledelse fordi disse emneområdene tradisjonelt ble tillagt mindre oppmerksomhet enn markedsføringsemner.

### **2005/2006:**

Dette året ble bachelorstudiet i Innovasjonsledelse og entreprenørskap introdusert. Dette førte til at instituttets studietilbud bestod av ett årsstudium (Økonomi og ledelse) og i realiteten fire bachelorstudier, dvs. Eksportmarkedsføring, Økonomi og administrasjon, Innovasjonsledelse og entreprenørskap samt Internasjonal logistikk.

### **Økonomi og ledelse (60 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (fagbeskrivelser) (48 stp., 24 stp. for hvert semester) med slik fordeling: bedriftsøkonomi (18 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (24 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp. I tillegg må det velges mellom to valgemner, for høstsemesteret mellom Matematikk for økonomifag (6 stp.), Grafisk presentasjon og informasjonsteknologi (5 stp.) og Kulturforståelse (6 stp.), for vårsemesteret mellom Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.) og Statistikk for samfunnsfag (6 stp.).

### **Kommentarer**

Studiet er identisk med første året på Eksportmarkedsstudiet.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2005) (180 stp.)**

Det første studieåret er identisk med studiet i Økonomi og ledelse. Det andre studieåret gir to valgmuligheter, språk eller økonomi. Det tredje året gir fordypninger i internasjonal markedsføring, markedsanalyse og språk. 5. semester undervises på engelsk. Det er lagt til rette for internasjonal studentutveksling i 6. semester.

Økonomiretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (30 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (18 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); samt Mikroøkonomi og næringsanalyse (12 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.), Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Matematikk for økonomifag (6 stp.), Statistikk for samfunnsfag (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (30 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), ett annet språk (Spansk, Tysk, Fransk) (18 stp.), Bacheloroppgave (12 stp.).

Språkretningen består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (24 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (6 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.); atferdsfag (57 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Kulturforståelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 stp.); Internasjonal markedsføring og salg (15 stp.); metoder (33 stp.): Grunnleggende metoder I (6 stp.), Grunnleggende metoder II (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.); språk (48 stp.): Merkantil engelsk (12 stp.), to andre språk (Spansk, Tysk, Fransk) (36 stp.), Bacheloroppgave (12 stp.).

### **Kommentarer**

Det er noen mindre endringer/justeringer.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2003) og Eksportmarkedsføring (kull 2004)**

I Studiehåndboka for 2005-2006) er det også tatt med oversikter for Eksportmarkedskullene 2003 og 2004. Dette tas ikke med her.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (180 stp.)**

Bachelorstudiet Innovasjonsledelse og entreprenørskap ble tilbudt fra høsten 2005.

### **Studiets hensikt og overordnede mål:**

I st.prp. 51 Virkemidler for et innovativt og nyskapende næringsliv heter det at Norge skal være ett av verdens mest nyskapende land preget av holdninger og kultur for å skape nytt. Virkemidlene skal fokusere på forskning og kompetanseheving, idé-, utviklings- og kommersialiseringsfasen og internasjonalisering. Regionale strategier skal spille en viktig rolle for vektleggingen på fokusområder og målgrupper for virkemiddelbruken.

I samsvar med flere teorier, jfr. for eksempel Ichak Adizes (ref.) eller Torodd Strand (ref.) må følgende fire roller være utført tilfredsstillende i ledelsen i enhver organisasjon: produsent (P), administrator (A), entreprenør (E) og integrator (I) for at organisasjonen skal overleve. Det er en fallgrube at mange, særlig produsenter, mener at de selv kan utføre alle disse rollene på en gang, noe som i praksis har vist seg å være «umulig». Mange som har kunnet tenke seg

å starte opp en ny bedrift, og som kan ha hatt gode forretningsidéer/et godt produkt, har gitt opp fordi de ikke har hatt den nødvendige kompetanse for å få dette til, da det hele ble for komplekst og komplisert.

Målet med studiet i Innovasjonsledelse og entreprenørskap er å gi studentene nødvendig kompetanse innen områdene administrering, entreprenørskap og integrasjon for at de skal kunne starte opp og drive en virksomhet. De vil imidlertid få forholdsvis liten forutsetning for å dekke produsentrollen, hvis en ser bort fra på en del tjenesteytende områder. Men sammen med personell som har produsentkompetanse, vil de ha de nødvendige faglige forutsetningene for etablering og drift av en organisasjon, enten det dreier seg om en produksjonsbedrift eller tjenesteyting.

Studentene vil få solid kunnskap innenfor aktuelle fagområder, jfr. studieplanen. Det siste studieåret vil først og fremst gå med til å arbeide med Studentbedrift i samsvar med konseptet Ungt Entreprenørskap. I løpet av dette studieåret skal studentene gjennomføre følgende:

- Utvikle forretningsidé
- Registrere bedriften
- Skaffe startkapital
- Skrive forretningsplan og årsrapport
- Drift og eventuelt produksjon, dvs. administrasjon, regnskap, markedsføring, salg, personalforvaltning m.m.
- Avvikle studentbedriften

Under arbeidet med studentbedriften vil det være mulig å samarbeide med andre studenter, for eksempel ingeniør-, sykepleie-, bioingeniørstudenter eller studenter ved marin bioteknologi som arbeider med hovedprosjekt eller tilsvarende.

### **Studieplanen for Innovasjonsledelse og entreprenørskap (180 stp.)**

Studiet består av følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (24 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.); innovasjons- og entreprenørskap (96 stp.): Innovasjonsledelse (6 stp.), Immaterielle rettigheter (6 stp.), Innovasjonsteknikk (12 stp.), Entreprenørskap med vekt på forretningsplanutvikling (12 stp.), Innføring i produktutvikling (12 stp.), Studentbedrift (48 stp.); atferdsfag (36 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.); Arbeidspsykologi og personalledelse (6 stp.), Foretaksstrategi (6 v), Kulturforståelse (6 stp.); metode (6 v): Kvalitetssikring I (6 stp.). For de tre første semestrene har studentene tre valgemner (18 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (6 stp.) eller Matematikk for økonomifag (6 stp.), Innføring i logistikk (6 stp.) eller Statistikk for samfunnsfag (6 stp.), Investering og finansiering (6 stp.) eller Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.).

### **Kommentarer**

Flere av emnene kan plasseres under andre flere grupperinger, f. eks, emnet Kvalitetssikring I (6 stp.).

### **Internasjonal logistikk (kull 2005) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (6 stp.), Finansregnskap med analyse (12 stp.); Investering og finansiering (6 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (6 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (13.5 stp.): Mikroøkonomi (6 stp.), Internasjonal økonomi (7.5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Seminarer i transport og logistikk (7.5), Innføring i logistikk (7.5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7.5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (24 stp.): Markedsføring (6 stp.), Organisasjon og ledelse (6 stp.), Medier og markedskommunikasjon (6 stp.), Innføring i internasjonal markedsføring (6 stp.); metoder (33 stp.): Matematikk for økonomifag (6 stp.), Statistikk for samfunnsfag (6 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (6 stp.), Markedsanalyse (15 stp.).

### **Kommentarer**

Studiets sammensetning er blitt justert ganske mye, jfr. Internasjonal logistikk (kull 2004) (180 stp.). Antall studiepoeng er nå 183. Flere emner kan relateres til flere fagområder.

### **2006/2007:**

To nye bachelorstudier ble introdusert: (1) Økonomi og administrasjon, og (2) Handels- og serviceledelse, men Bachelorstudiet i handels- og serviceledelse skulle startes opp høsten 2007. Imidlertid bestod instituttets studietilbud fra høsten 2007 av ett årsstudium (Økonomi og ledelse) og fire bachelorstudier, dvs. Eksportmarkedsføring, Økonomi og administrasjon, Innovasjonsledelse og entreprenørskap, samt Internasjonal logistikk.

En skal merke seg at vektallene ble justert sammenliknet med tidligere studiehandbøker, ofte fra 6 stp. til 5 stp. Imidlertid varierer dette, se f.eks. studiet i Internasjonal logistikk.

### **Økonomi og ledelse (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (45 stp.) og tre valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); atferdsfag (25 stp.): Markedsføring (5 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Medier (5 stp.). I tillegg måtte det velges mellom tre valgemner, to emner for høstsemesteret, dvs. mellom Matematikk for økonomifag (5 stp.), Grafisk presentasjon og informasjonsteknologi (5 stp.) eller Kulturforståelse (6 stp.), og for vårsemesteret mellom Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.) og Statistikk for samfunnsfag (5 stp.).

### **Kommentarer**

Studiet er ganske likt det første året på bachelorstudiene i Eksportmarkedsstudiet og Økonomi og administrasjon. Vektallene er justert sammenliknet med tidligere studiehandbøker.

### **Økonomi og administrasjon (kull 2006) (180 stp.)**

Studiets fulle navn er Bachelorstudium i Økonomi og administrasjon med profilering i internasjonal markedsføring. Studiemodellen er tilpasset plan for bachelorgradsstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning i 2001.

I fem av seks semester har studiet bare obligatoriske fag. I det femte semesteret var ett av fire emner obligatorisk. Studentene måtte velge tre av seks valgemner. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.),



Finansregnskap med analyse (10 stp.), Investering og finansiering (7.5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7.5 stp.); samfunnsøkonomi (17.5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Mikroøkonomi (7.5 stp.), Anvendt mikroøkonomi (5 stp.); adferdsfag (82,5 stp.): Organisasjon og ledelse (5 stp.), Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Medier (5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7.5 stp.), Foretaksstrategi (7.5 stp.), Kulturforståelse (7.5 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.), Internasjonal markedsføring II (10 stp.), Markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.); metode (17,5 stp.): Matematikk for økonomifag (5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.); språk (10 stp.): International business communication (10 stp.). Mht. valgemner måtte det velges tre av seks emner (22,5 stp.): Tysk I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Spansk I (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Økonomisk styring («managerial economics») (7,5 stp.), Fransk I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde. For eksempel kan markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.) relateres til metode. Emner som er markedsrelaterte, utgjør ca. 2/3 av emnene under atferd.

Det må nevnes at studiet i Eksportmarkedsføring for kullet 2002 hadde to retninger: (1) språk eller (2) økonomi. Studiemodellen var tilpasset NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av NRØA i 2001. Forutsatt at studentene valgte retningen økonomi tilfredsstilte dette NRØAs plan for treårig Bachelorstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av NRØA i 2001. Det samme gjelder for kullene 2003-2005. Imidlertid var det først fra og med 2006-kullet at det i vitnemålet ble brukt tittelen Bachelor i Økonomi og administrasjon.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2006) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 125 stp. og valgemner 55 stp.

Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); atferdsfag (75 stp.): Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Medier (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring II (10 stp.), Markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.); metoder (12,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.); språk (10 stp.): «International business communication» (10 stp.).

Innenfor bedriftsøkonomi kan en velge følgende emner: Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.); atferdsfag: Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); metoder; Matematikk for økonomifag (5 stp.), Grafisk presentasjon og informasjonsteknologi (5,0 stp.); språk: tysk (inntil 20 stp.), spansk (inntil 20 stp.), fransk (inntil 20 stp.)

### **Kommentarer**

Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde. For eksempel kan markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.) relateres til metode. Emnene som er markedsrelaterte, utgjør ca. 80% av emnene under atferd.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2006) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (162,5 stp.) og valgemner (17,5 stp.).

Innenfor bedriftsøkonomi er det tre obligatoriske emner (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (95 stp.): Innovasjonsledelse (10 stp.), Immaterielle rettigheter (5 stp.), Innovasjonsteknikk (10 stp.), Entreprenørskap med vekt på forretningsplanutvikling (12,5 stp.), Innføring i produktutvikling (10 stp.), Studentbedrift (47,5 stp.); atferdsfag (40 stp.): Markedsføring (5 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Medier (5 stp.); Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Foretaksstrategi (7,5 v), Kulturforståelse (7,5 stp.); metode (5 stp.): Kvalitetssikring I (5 stp.).

Det er seks valgemner hvorav (minimum) tre må velges: Matematikk for økonomifag (5 stp.), Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Innføring i logistikk (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7,5 stp.),

#### **Kommentarer**

Det er gjort justeringer i studieplanen, men disse er ikke omfattende. Flere emner kan plasseres under andre flere grupperinger, f. eks, emnet kvalitetssikring I (6 stp.).

### **Internasjonal logistikk (kull 2006) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksporttettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (51 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); Investering og finansiering (7.5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (13,5 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (12.5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Mikroøkonomi (7.5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Seminarer i transport og logistikk (7.5), Innføring i logistikk (7.5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7.5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (15 stp.): Markedsføring (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.); metoder (32.5 stp.): Matematikk for økonomifag (5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.), Markedsanalyse (15 stp.).

#### **Kommentarer**

Studiets sammensetning er blitt justert ganske mye, jfr. Internasjonal logistikk (kull 2005) (180 stp.). Det later til å være flere feil i studieplanen. F. eks. opereres det med to emner innenfor Driftsregnskap og budsjettering, det ene på 7,5 stp. og det andre med 6 stp. der begge emnene tilbys i det samme semesteret og er obligatoriske. Det må også være feil mht. antall stp.

#### **Andre studier (2006)**

Det ble også tilbudt to studier, begge på 30 stp. over to semester.

#### **Salg og salgsledelse (30 stp.)**

Studiet ble organisert som deltidsstudium over ett år og ble lagt på kveldstid. Studiet bestod av fem emner hvert på 6 stp.: Salg og salgsledelse 1 (6 stp.), Medier og

markedskommunikasjon (6 stp.), Merkevaremarkedsføring (6 stp.), Salg og salgsledelse (6 stp.) og Markedsføring (6 stp.).

### **Ledelse og veiledning i organisasjoner (30 stp.)**

Studiet ble organisert som deltidsstudium over ett år og bestod av tre emner hvert på 10 stp.: Organisasjon (10 stp.), Veiledning (10 stp.) og Ledelse (10 stp.).

### **2007/2008:**

Ett nytt bachelorstudium ble introdusert: Handels- og serviceledelse. Dette førte til at instituttets studietilbud bestod av ett årsstudium (Økonomi og ledelse) og fem bachelorstudier, dvs. Eksportmarkedsføring, Økonomi og administrasjon, Innovasjonsledelse og entreprenørskap, Handels- og serviceledelse, samt Internasjonal logistikk (samarbeid med Høgskolen i Molde).

### **Økonomi og ledelse (kull 2007) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (45 stp.) og tre valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.); Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); atferdsfag (25 stp.): Markedsføring (5 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Medier (5 stp. I tillegg må det velges mellom tre valgemner, to emner for høstsemesteret dvs. mellom Matematikk for økonomifag (5 stp.), Grafisk presentasjon og informasjonsteknologi (5 stp.) eller Kulturforståelse (6 stp.), for vårsemesteret mellom Driftsregnskap og budsjettering (7.5 stp.) og Statistikk for samfunnsfag (5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endringer i studiets sammensetning av emner fra foregående opptak (2006).

### **Økonomi og administrasjon (kull 2007) (180 stp.)**

Studiets fulle navn er Bachelorstudium i Økonomi og administrasjon med profilering i internasjonal markedsføring. Studiemodellen er tilpasset plan for bachelorgradsstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning i 2001.

I fem av seks semester har studiet bare obligatoriske fag. I det femte semesteret er ett av fire emner obligatorisk. Studentene må velge tre av seks valgemner. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.), Investering og finansiering (7.5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7.5 stp.); samfunnsøkonomi (17.5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Mikroøkonomi (7.5 stp.), Anvendt mikroøkonomi (5 stp.); adferdsfag (82,5 stp.): Organisasjon og ledelse (5 stp.), Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Medier (5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7.5 stp.), Foretaksstrategi (7.5 stp.), Kulturforståelse (7.5 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.), Internasjonal markedsføring II (10 stp.), Markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.); metode (17,5 stp.): Matematikk for økonomifag (5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.); språk (10 stp.): International business communication (10 stp.). Mht. valgemner må det velges tre av seks emner (22,5 stp.): Tysk I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Spansk I (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Økonomisk styring («managerial economics») (7,5 stp.), Fransk I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endringer i studiets sammensetning av emner fra foregående opptak (2006). Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2007) (180 stp.)**

I studiet utgjør obligatoriske emner 125 stp. og valgemner 55,0 stp.

Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); atferdsfag (82,5 stp.): Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Medier (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring II (10 stp.), Markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.); metoder (12,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (10 stp.): «International business communication» (10 stp.).

Innenfor bedriftsøkonomi kan en velge følgende emner: Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.); atferdsfag: Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); metoder; Matematikk for økonomifag (5 stp.), Grafisk presentasjon og informasjonsteknologi (5,0 stp.); språk: tysk (inntil 20 stp.), spansk (inntil 20 stp.), fransk (inntil 20 stp.)

### **Kommentarer**

Det er ingen endringer fra 2006-kullet. Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2007) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (162,5 stp.) og valgemner (17,5 stp.).

Innenfor bedriftsøkonomi er det tre obligatoriske emner (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.); obligatoriske emner innenfor innovasjons- og entreprenørskap (95 stp.): Innovasjonsledelse (10 stp.), Immaterielle rettigheter (5 stp.), Innovasjonsteknikk (10 stp.), Entreprenørskap med vekt på forretningsplanutvikling (12,5 stp.), Innføring i produktutvikling (10 stp.), Studentbedrift (47,5 stp.); atferdsfag (40 stp.): Markedsføring (5 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Medier (5 stp.); Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Foretaksstrategi (7,5 v), Kulturforståelse (7,5 stp.); metode (5 v): Kvalitetssikring I (5 stp.).

Det er seks valgemner: Matematikk for økonomifag (5 stp.), Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Innføring i logistikk (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring I (7,5 stp.),

### **Kommentarer**

Det er ingen endringer fra 2006-kullet. Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2007) (180 stp.)**

Studiet Handels- og serviceledelse ble introdusert i 2006 med første opptak i 2007. Det overordna målet med studiet er å utdanne selvstendige, ansvarsbevisste endrings- og kundeorienterte ledere som viser evne og vilje til en bevisst, reflektert og etisk holdning til

handels- og servicenæringene, medarbeiderne, kunder og andre samarbeidende aktører. Utdanningen vil gi studentene kompetanse – teoretisk og praktisk.

Studiet har bare obligatoriske emner; bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.); Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); handelsfag (30 stp.): Handelsnæringens struktur (5 stp.), Detaljhandel I (7,5 stp.), Detaljhandel II (7,5 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.); atferdsfag (70 stp.): Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Markedsføringskanaler (5 stp.), Medier (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Markedsanalyse – servicekvalitetsundersøkelse (10 stp.), Strategi og rammer (10 stp.); metoder (12,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (10 stp.): «International business communication» (10 stp.); Bacheloroppgave (30 stp.)

### **Kommentarer**

Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde. Mange av atferdsfagene (marked) kunne ha blitt plassert under handelsfag. Det er lagt til rette for utveksling i det femte semesteret.

### **Internasjonal logistikk (kull 2007) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Obligatoriske emner utgjør 172,5 stp. og ett valgemne 7,5 stp. Obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (20 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Internasjonal økonomi (7,5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Seminarer i transport og logistikk (7,5), Innføring i logistikk (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); metoder (17,5 stp.): Matematikk for økonomifag (5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.). Ett av følgende tre emner må velges (7,5 stp.): Internasjonal markedsføring I (7,5 stp.), Managerial Economics (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde.

### **2008/2009:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2008) (60 stp.)**

Studiets fulle navn er Årsstudium i Økonomi og ledelse

Studiet består av seks obligatoriske emner (45 stp.) og to valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). I tillegg er det to valgemner, tre emner for høstsemesteret:

Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), og to valgemner for vårsemesteret: Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) eller Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret noe.

### **Økonomi og ledelse i Kristiansund (60 stp.)**

Dette studiet er et deltidsstudium som går over 1,5 år.

Studiet består av åtte emner som alle er obligatoriske med slik fordeling: bedriftsøkonomi (15 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (22,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Handelsfag ble tatt med fordi dette var ønskelig fra næringslivet i Kristiansund (Nordmøre).

### **Økonomi og administrasjon (kull 2008) (180 stp.)**

Studiets fulle navn er Bachelorstudium i Økonomi og administrasjon. Studiemodellen er tilpasset planen for bachelorgradsstudium i økonomi og administrasjon vedtatt av Nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning i 2001.

Hvert av de fire første semestrene består av fire obligatoriske fag. Hvert av de to siste semestrene består av tre obligatoriske emner og ett valgemne. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (37,5 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Videreføringsemne i bedriftsøkonomi (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (75,0 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To valgemner måtte velges (15 stp.): fire valgemner i det femte semesteret: Spansk I (7,5 stp.), Fransk I (7,5 stp.), Tysk 1 (7,5 stp.) eller Forbrukeratferd (7,5 stp.); fire valgemner i det sjette semesteret: Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), eller Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret en hel del.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2008) (180 stp.)**

I studiet utgjør obligatoriske emner 135 stp. og valgemner 45,0 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Det må velges mellom minst 6 emner av 15 emner der minst ett andrespråk velges, dvs. Tysk I og II (22,5 stp.), Spansk I og II (22,5 stp.), Fransk I og II (22,5 stp.), Fransk for begynnere I og II (22,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgemner: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret en hel del.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2008) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (165 stp.) og valgemner (15 stp.). Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To valgemner må velges (15 stp.) og følgende tilbys: Spansk I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), samt Fransk for begynnere I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret en hel del.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2008) (180 stp.)**

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); handelsfag (37,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (90 stp.):

Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Marketbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret en hel del.

### **Bachelorstudium i Handels- og serviceledelse – deltid (kull 2008) (180 stp.)**

Studiet er deltid og går over ni semester.

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); handelsfag (65 stp.): Handelsnæringens struktur (5 stp.), Markedsføringskanaler (5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandel II (7,5 stp.), Strategi og rammer (10 stp.), Bacheloroppgave (30 stp.); atferdsfag (65 stp.): Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Medier (5 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.), Markedsanalyse (10 stp.); metode (12,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (10 stp.).

### **Kommentarer**

Studiet ble tilbudt på Nordmøre (Kristiansund).

### **Internasjonal logistikk (kull 2008) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Internasjonal økonomi (7,5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Seminarer i Supply Chain Management (7,5), Innføring i Supply Chain Management (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metoder (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort betydelige endringer ved at alle emner nå er på 7,5 stp. Sammensetningen av studiet er også endret en hel del. Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde.



### **2009/2010:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2009) (60 stp.)**

Studiet består av seks obligatoriske emner (45 stp.) og to valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). I tillegg er det to valgemner, to emner for høstsemesteret: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), eller Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), og to valgemner for vårsemesteret: Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) eller Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Den eneste endringen fra foregående opptak (2008) er at ett valgemne er tatt ut.

#### **Økonomi og ledelse i Kristiansund (kull 2009) (60 stp.)**

Dette studiet er et deltidsstudium som går over 1,5 år.

Studiet består av åtte emner som alle er obligatoriske med slik fordeling: bedriftsøkonomi (15 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (22,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra foregående opptak (2008).

#### **Økonomi og administrasjon (kull 2009) (180 stp.)**

Hvert av de fire første semestrene består av fire obligatoriske fag. Hvert av de to siste semestrene består av tre obligatoriske emner og ett valgemne. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (37,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Videreføringsemne i bedriftsøkonomi (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (75,0 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To valgemner måtte velges (15 stp.): fire valgemner i det femte semesteret: Spansk I (7,5 stp.), Fransk for begynnere I (7,5 stp.), Tysk 1 (7,5 stp.) eller Forbrukeratferd (7,5 stp.); fire valgemner i det sjette semesteret: Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), eller Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen vesentlig endring fra foregående opptak (2008), dvs. i 2008 Fransk I (7,5 stp.) ett av valgemnene mens det i 2009-opptaket var endret til Fransk for begynnere I (7,5 stp.).

### **Eksportmarkedsføring (kull 2009) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 135 stp. og valgemner 45,0 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Det må velges mellom minst 6 emner av 15 emner der minst ett andrespråk velges, dvs. Tysk I og II (22,5 stp.), Spansk I og II (22,5 stp.), Fransk for begynnere I og II (22,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgemner: Handelsnæringsstruktur (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er gjort noen mindre justeringer. Tre valgemner som var med i studiehåndboka for 2008, er tatt ut. Dette gjelder fransk og innovasjonsledelse. Det tilbys altså 12 valgemner og ikke 15.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2009) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (165 stp.) og valgemner (15 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To valgemner må velges (15 stp.) og følgende tilbys: Spansk I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), samt Fransk for begynnere I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2008.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2009) (180 stp.)**

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); handelsfag (37,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (90 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Marketbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2008.

### **Bachelorstudium i Handels- og serviceledelse – deltid (kull 2009) (180 stp.)**

Studiet er deltid og går over ni semester.

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (5 stp.), Finansregnskap med analyse (10 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (5 stp.); handelsfag (65 stp.): Handelsnæringens struktur (5 stp.), Markedsføringskanaler (5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandel II (7,5 stp.), Strategi og rammer (10 stp.), Bacheloroppgave (30 stp.); atferdsfag (65 stp.): Markedsføring og markedskommunikasjon (10 stp.), Organisasjon og ledelse (5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (10 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Medier (5 stp.), Innkjøp og salg (10 stp.), Markedsanalyse (10 stp.); metode (12,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (10 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2008. Studiet ble tilbudt på Nordmøre (Kristiansund).

### **Internasjonal logistikk (kull 2009) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Internasjonal økonomi (7,5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Seminarer i Supply Chain Management (7,5), Innføring i Supply Chain Management (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og

personalledelse (7,5 stp.); metoder (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2008.

### **2010/2011:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2010) (60 stp.)**

Studiet består av seks obligatoriske emner (45 stp.) og to valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). I tillegg er det to valgemner, to emner for høstsemesteret: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), eller Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), og to valgemner for vårsemesteret: Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) eller Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2009.

#### **Økonomi og administrasjon (kull 2010) (180 stp.)**

Hvert av de fire første semestrene består av fire obligatoriske fag. Hvert av de to siste semestrene består av tre obligatoriske emner og ett valgemne. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (37,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (75,0 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), dvs. International Business communication (7,5 stp.). Ett valgemne måtte velges blant fem valgemner i det femte semesteret: Spansk I (7,5 stp.), Fransk for begynnere I (7,5 stp.), Tysk 1 (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.) eller Økonomisk styring (7,5 stp.); og ett emne måtte velges blant fire valgemner i det sjette semesteret: Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), eller Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2009/2010 er det to endringer: (1) Videreføringsemne i bedriftsøkonomi (7,5 stp.) er spesifisert, dvs. Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.), og (2) Økonomisk styring tilbys som valgemne i det femte semesteret.

#### **Eksportmarkedsføring (kull 2010) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 135 stp. og valgemner 45,0 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5

stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Det må velges mellom minst 6 emner av 15 emner der minst ett andrespråk velges, dvs. Tysk I og II (22,5 stp.), Spansk I og II (22,5 stp.), Fransk for begynnere I og II (22,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgemner: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2009.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2010) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (165 stp.) og valgemner (15 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To valgemner må velges (15 stp.) og følgende tilbys: Spansk I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Tysk 1 (7,5 stp.), samt Fransk for begynnere I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2009.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2010) (180 stp.)**

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); handelsfag (37,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (90 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Marketbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15

stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2009.

### **Internasjonal logistikk (kull 2010) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (45 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7.5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (15 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (22.5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7.5 stp.), Internasjonal økonomi (7,5 stp.); logistikkfag (67,5 stp.): Introduksjon til Supply Chain Management og logistikkteknologi (7.5), Innføring i Supply Chain Management (7.5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7.5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metoder (22.5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7.5 stp.).

### **Kommentarer**

Ett emne er blitt justert og skiftet tittel til Introduksjon til Supply Chain Management og logistikkteknologi (7.5). Ellers er det ingen justeringer fra studiehåndboka for 2009.

### **2011/2012:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2011) (60 stp.)**

Studiet består av seks obligatoriske emner (45 stp.) og to valgemner (15 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 studiepoeng); Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). I tillegg er det to valgemner, to emner for høstsemesteret: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), eller Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), og to valgemner for vårsemesteret: Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) eller Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2010/2011.

#### **Økonomi og administrasjon (kull 2011) (180 stp.)**

Hvert av de fire første semestrene består av fire obligatoriske fag. I det femte semesteret er det to obligatoriske emner og i det sjette semesteret er det tre obligatoriske emner. Obligatoriske emner utgjør altså 157,5 stp. og valgemner 22,5 stp. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (37,5 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.) (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7.5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7.5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22.5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (67,5 stp.):

Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), dvs. International Business communication (7,5 stp.). To valgemner måtte velges blant fem valgemner i det femte semesteret: Spansk I (7,5 stp.), Fransk for begynnere I (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.) eller Økonomisk styring (7,5 stp.); og ett emne måtte velges blant tre valgemner i det sjette semesteret: Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.) eller Logistikk og SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2010/2011 er det to endringer: (1) Det er tre vagemner og ikke to, og (2) To valgemner er tatt ut, Tysk I samt Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring I.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2011) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 142,5 stp. og valgemner 37,5 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (75 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse I (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Det må velges minst 5 emner av 8 emner der minst ett andrespråk velges, dvs. enten spansk I og II (22,5 stp.) eller fransk for begynnere I og II (22,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgemner: Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2010/2011 er det flere endringer: (1) Det innføres bacheloroppgave (15 stp.), (2) Sammensetningen av emner endres, og (3) Antall valgemner reduseres. Det kan argumenteres for at dette er negativt, men like lett er det å komme med positive argumenter som at det bør være en større oppgave (utredning) på et bachelorstudium.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2011) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (165 stp.) og valgemner (15 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse

(7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). To emner må velges (15 stp.) og følgende tilbys: Spansk I (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.) samt Fransk for begynnere I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2010/2011 er det er noen mindre endringer, dvs. to valgemner er tatt ut og ett valgemne er kommet til.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2011) (180 stp.)**

Studiet består av bare obligatoriske emner. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); handelsfag (37,5 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Handel og IKT (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (90 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.), Marketbasert produktstyring (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2010/2011 er det én endring, dvs. at ett valgemne er tatt ut og ett annet er kommet til.

### **Internasjonal logistikk (kull 2011) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (37,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (7,5 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); logistikkfag (82,5 stp.): Introduksjon til Supply Chain Management og logistikkteknologi (7,5), Innføring i Supply Chain Management (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Informasjonsbehandling (7,5 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Internasjonale transportere og forsyningskjeder (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metoder (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2010/2011 er det endringer ved at alle emnene er obligatoriske. I tillegg er fire emner tatt ut: Internasjonal økonomi (7,5 stp.); Internasjonal



markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.) og Kulturforståelse (7,5 stp.), og tre nye emner er kommet til: Informasjonsbehandling (7,5 stp.) Internasjonale transporter og forsyningskjeder (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.).

### **2012/2013:**

For første gang kunne det tilbys et markedsgradsstudium: Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (120 stp.), se nedenfor.

### **Økonomi og ledelse (kull 2012) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) I tillegg må det velges ett av to valgemner; Handelsnæringens struktur (7,5 stp.) eller Matematikk for økonomifag (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Emnet Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) er kommet inn i stedet for samfunnsøkonomiemnet Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.). Dessuten er det ett valgemne mot to i Studiehåndboka for 2011/12.

### **Økonomi og administrasjon (kull 2012) (180 stp.)**

Hvert av de fire første semestrene og det sjette semesteret består av fire obligatoriske fag. I det femte semesteret er det to obligatoriske emner og to valgemner. Obligatoriske emner utgjør altså 165 stp. og valgemner 15 stp. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (45 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (67,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), dvs. International Business communication (7,5 stp.). To valgemner måtte velges blant fem valgemner (femte semester): Spansk kommunikasjon (7,5 stp.), Fransk – kommunikasjon og samfunn (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.) eller Eksportadministrasjon (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2011/2012 er det to endringer: (1) Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) er innført og Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.) tatt ut blant obligatoriske emner, (2) Det er noen justeringer mht. valgemner.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2012) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 127,5 stp. og valgemner 52,5 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.):

Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (52,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse I (7,5 stp.), Eksportadministrasjon (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), atferdsfag (30 stp.): Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Mht, valgmemner (52,5 stp.) må det velges minst ett andrespråk (15 stp.), dvs. enten Spansk kommunikasjon (7,5 stp.) og Spansk kommunikasjon og kultur (7,5 stp.) eller Fransk kommunikasjon og samfunn (7,5 stp.) og Fransk fagkommunikasjon og samfunn (7,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgmemner: Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Handelsnæringsens struktur (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.) eller Markedsanalyse II (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2011/2012 er det gjort endringer: (1) Studentene har større valgmuligheter ved at obligatoriske emner er redusert og valgmemner dermed økt, (2) Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) er innført og Markedsbasert produktstyring (7,5 stp.) tatt ut blant obligatoriske emner, (3) Andrespråk (fransk eller spansk) er nå vektet til 15 stp. og ikke 22,5 stp. (4) Det er noen justeringer mht. valgmemner, flere emner er kommet til og noen er justert, blant annet er Studentoppgave gjort om fra å være obligatorisk til et valgmemne.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2012) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (157,5 stp.) og valgmemner (22,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.) (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Tre emner må velges (22,5 stp.) og følgende tilbys: Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.) Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.) samt Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenlignet med Studiehåndboka for 2011/2012 er det følgende endringer: Emnet Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) er obligatorisk (nytt emne) og de obligatoriske emnene Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.) og Handel og IKT er tatt ut. Imidlertid er det nå tre emner som kan velges mot to i for det foregående kullet. Her inngår blant annet tre bedriftsøkonomiske emner.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2012) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (157,5 stp.) og valgemner (22,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.); handelsfag (30 stp.): Handelsnæringsens struktur (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.) Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.); atferdsfag (75 stp.): Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Emner må velges (22,5 stp.) og følgende seks emner tilbys: Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.), Spansk kommunikasjon (7,5 stp.), Fransk – kommunikasjon og samfunn (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2011/12 med bare obligatoriske emner er det gjort endringer som gir studentene noen valgmuligheter (22,5 stp.). Fire obligatoriske emner er tatt ut: Handel og IKT (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Eksport i globale nettverk (7,5 stp.) og Marketbasert produktstyring (7,5 stp.). Ett obligatorisk emne er kommet til: Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.).

### **Internasjonal logistikk (kull 2012) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksportrettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (37,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (7,5 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Mikroøkonomi (7,5 stp.); logistikkfag (82,5 stp.): Introduksjon til Supply Chain Management og logistikkteknologi (7,5), Innføring i Supply Chain Management (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Informasjonsbehandling (7,5 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Internasjonale transportere og forsyningskjeder (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (30 stp.): Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metoder (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2011/2012 er det fortsatt slik at alle emnene er obligatoriske. Emnet Kommunikasjon og etikk (7,5 stp.) er kommet til og emnet Makroøkonomisk teori og metode er tatt ut.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2012) (120 stp.)**

All undervisning i studiet foregår på engelsk. Det er lagt til rette for at studentene det andre semesteret (vårsemesteret første studieåret) kan studere ved et samarbeidende universitet i utlandet. Det vil komme studenter fra samarbeidende institusjoner i utlandet for å oppholde seg ved Høgskolen i Ålesund i ett av semesterene.

Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Globale kundeverdier (15 stp.), Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.): metoder (15 stp.): Vitenskapsteori og dataanalyse (15 stp.); Masteravhandling – disiplinorientert (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og fire emner tilbys: Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.), Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Flere emner kan relateres til mer enn ett fagområde. For eksempel inneholder emnet Globale kundeverdier både bedriftsøkonomiske og markedsmessige temaer, men mest på det bedriftsøkonomiske området.

### **2013/2014:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2013) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.). I tillegg må det velges ett av to valgemner; Handelsnæringsstrukturen (7,5 stp.) eller Matematikk for økonomifag (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenlignet med Studiehåndboka for 2012/2013 er det ingen vesentlige endringer.

#### **Økonomi og administrasjon (kull 2013) (180 stp.)**

Hvert av de fire første semestrene og det sjette semesteret består av fire obligatoriske fag. I det femte semesteret er det to obligatoriske emner og to valgemner. Obligatoriske emner utgjør altså 165 stp. og valgemner 15 stp. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (45 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (22,5 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); adferdsfag (67,5 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), dvs. International Business communication (7,5 stp.). To valgemner måtte velges blant fem valgemner (femte semester): Spansk kommunikasjon (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon 1 (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.) eller Eksportadministrasjon (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2012/2013 er det ingen vesentlige endringer.

### **Eksportmarkedsføring (kull 2013) (180 stp.)**

Obligatoriske emner utgjør 127,5 stp. og valgemner 52,5 stp. Studiet har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.); markeds- og handelsfag (52,5 stp.): Markedsføring (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.); Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse I (7,5 stp.), Eksportadministrasjon (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), atferdsfag (30 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Mht, valgemner (52,5 stp.) må det velges minst ett andrespråk (15 stp.), dvs. enten Spansk kommunikasjon (7,5 stp.) og Spansk kommunikasjon og kultur (7,5 stp.) eller Fransk kommunikasjon 1 (7,5 stp.) og Fransk fagkommunikasjon 2 (7,5 stp.). Ellers tilbys følgende valgemner: Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.) eller Markedsanalyse II (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenlignet med Studiehåndboka for 2012/2013 er det ingen vesentlige endringer.

### **Innovasjonsledelse og entreprenørskap (kull 2013) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (157,5 stp.) og valgemner (22,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.) (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innenfor innovasjons- og entreprenørskap (52,5 stp.): Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (67,5 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse I (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Tre emner må velges (22,5 stp.) og følgende tilbys: Investering og finansiering (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.) Makroøkonomisk teori og politikk (7,5 stp.) samt Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2012/2013 er det ingen vesentlige endringer.

### **Handels- og serviceledelse (kull 2013) (180 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (157,5 stp.) og valgemner (22,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.); handelsfag (30 stp.): Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Detaljhandel (7,5

stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.); atferdsfag (75 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Forbrukeratferd (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Omdømmeledelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.), International Business communication (7,5 stp.). Tre emner må velges (22,5 stp.) og følgende seks emner tilbys: Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Forretningsutfordringer (7,5 stp.), Spansk kommunikasjon (7,5 stp.), Fransk – kommunikasjon I (7,5 stp.), Markedsanalyse II (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2012/2013 er det ingen vesentlige endringer.

### **Internasjonal logistikk (kull 2013) (180 stp.)**

Bachelorstudiet i internasjonal logistikk er organisert som et samarbeid mellom Høgskolen i Ålesund og Høgskolen i Molde, lagt til Ålesund som følge av eksporttettet næringsliv.

Studiet består av følgende emner innenfor bedriftsøkonomi (37,5 stp.); Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), Internasjonal finansiering (7,5 stp.); emner innenfor samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Mikroøkonomi (7,5 stp.); logistikkfag (82,5 stp.): Innføring i Supply Chain Management (7,5 stp.), Styringsmodeller i logistikk I (15 stp.), Informasjonsbehandling (7,5 stp.), Innkjøpsledelse og forhandling (7,5 stp.), Sjøtransport (7,5), Internasjonale transporter og forsyningskjeder (7,5 stp.), Internasjonal logistikk (15 stp.), Anvendt logistikk (15 stp.); atferdsfag (30 stp.): Bedriften, etikk og kommunikasjon (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metoder (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Alle emner er obligatoriske. Emnet Introduksjon til Supply Chain Management og logistikkteknologi (7,5) er tatt ut og Sjøtransport (7,5) er nytt emne.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2013) (120 stp.)**

All undervisning i studiet foregår på engelsk. Det er lagt til rette for at studentene det andre semesteret (vårsemesteret første studieåret) kan studere ved et samarbeidende universitet i utlandet. Det vil komme utvekslingsstudenter fra samarbeidende utenlandske institusjoner. Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Globale kundeverdier (15 stp.), Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.): metoder (15 stp.): Vitenskapsteori og dataanalyse (15 stp.); Masteravhandling – disiplinorientert (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og fire emner tilbys: Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.), Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2012/2013.

### **2014/2015:**

For første gang kunne det tilbys et deltidsstudium over tre år på mastergradsnivå: Mastergradsstudium i Internasjonal Business – erfaringsbasert (90 stp.). Ellers er det gjennomført meget omfattende omlegging av bachelorstudiene (se det etterfølgende)..

### **Økonomi og ledelse (kull 2014) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Etikkk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.) I tillegg må det velges ett av to valgemner (7,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematikk for markedsfag (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenlignet med Studiehåndboka for 2013/2014 er det gjort noen mindre endringer. Emnet Bedriften, etikkk og kommunikasjon (7,5 stp.) er erstattet med emnet Etikkk og entreprenørskap (7,5 stp.). Valgemnet Handelsnæringens struktur (7,5 stp.) er erstattet med Matematikk for økonomifag (7,5 stp.).

### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2014) (180 stp.)**

Det innføres tre spesialiseringer: (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikkk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): International Business communication (7,5 stp.); annet: Rettslære (7,5 stp.).

### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 5 obligatoriske emner (37,5 stp.) og 3 valgemner (22,5 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (22,5 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Tre emner må velges (22,5 stp.) og følgende tilbys (45 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Business challenges (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.)

### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonalisering (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. samfunnsøkonomi er følgende emne obligatorisk (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (15 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 11 valgemner tilbys (82,5 stp.): Spansk I (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Salg og salgledelse (7,5 stp.), Spansk II (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.).

### ***Tredje studieår – spesialisering Logistikk (60 stp.)***

Tre av emnene må tas ved Høgskolen i Molde. Minimum 4 av emnene, 30 stp., må være innen logistikk. Resten må være innen det økonomisk-administrative fagområdet.

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2013/2014 er det «fullstendig» ombygging av studieprogrammet for Bachelor i økonomi og administrasjon..

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2014) (180 stp.)**

Det innføres tre spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematikk for markedsfag (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og ledelsesfag (37,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematikk for markedsfag (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innovasjonsfag (45 stp.): Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (15 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 9 emner: Rettslære (7,5 stp.), Business English (7,5 stp.), Understanding culture (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Marketing Research (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Handel og salgsledelse (120 stp.)***



Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (45 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.) (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); handelsfag (30 stp.): Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.). Seks emner (45 stp.) må velges blant 10 emner: Business English (7,5 stp.), Understanding culture (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Business challenges (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Eksportmarkedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (45 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (30 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.). Det andre studieåret må det velges ett annet språk (15 stp.): Spansk I (7,5 stp.) og Spansk II (7,5 stp.), eller Tysk I (7,5 stp.) og Tysk II (7,5 stp.), eller Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.) Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.). Det tredje året må 4 emner (30 stp.) velges blant 8 emner: Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Business challenges (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2013/2014 innebærer endringene at studiene har fått nye profiler. Det er kommet til nye emner. Totalt er det store endringer.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2014) (120 stp.)**

All undervisning i studiet foregår på engelsk. Det er lagt til rette for at studentene det andre semesteret (vårsemesteret første studieåret) kan studere ved et samarbeidende universitet i utlandet. Det vil komme utvekslingsstudenter fra samarbeidende utenlandske institusjoner.

Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Globale kundeverdier (15 stp.), Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.): metoder (15 stp.): Vitenskapsteori og dataanalyse (15 stp.); Masteravhandling – disiplinorientert (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og 4 emner tilbys: Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.), Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2013/2014.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – erfaringsbasert (kull 2014) (90 stp.)**

Deltidsstudiet går over 6 semester (3 år), dvs. 15 stp. per semester. All undervisning i studiet foregår på engelsk.

Studiet består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.); atferdsfag (30 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.) Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.): metoder (7,5 stp.): Vitenskapsteori og metoder (7,5 stp.); Masteravhandling – erfaringsbasert (30 stp.). To av fem valgemner må tas (15 stp.): Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.) Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Med ett unntak for emnet Vitenskapsteori og metoder (7,5 stp.) baseres studiet på emner som tilbys på det disiplinorienterte mastergradsstudiet. (Det er ikke lagt til rette for utveksling.)

#### **2015/2016:**

##### **Økonomi og ledelse (kull 2015) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.). I tillegg må det velges ett av to valgemner (7,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2014/2015 er det ingen vesentlige endringer.

##### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2015) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

##### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): International Business communication (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Rettslære (7,5 stp.).

### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 5 obligatoriske emner (37,5 stp.) og 3 valgemner (22,5 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (22,5 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Tre emner må velges (22,5 stp.) og følgende tilbys (45 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.)

### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonalisering (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. samfunnsøkonomi er følgende emne obligatorisk (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (15 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 11 valgemner tilbys (82,5 stp.): Spansk I (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Spansk II (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.).

### ***Tredje studieår – spesialisering Logistikk (60 stp.)***

Tre av emnene må tas ved Høgskolen i Molde. Minimum 4 av emnene, 30 stp., må være innen logistikk. Resten må være innen det økonomisk-administrative fagområdet.

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2014/2015 er det ingen vesentlige endringer.

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2015) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. tre spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og ledelsesfag (37,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (90 stp.) og valgemner (30 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innovasjonsfag (45 stp.): Innovasjonsprosesser (7,5 stp.),

Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.). Fire emner (30 stp.) må velges blant 7 emner: Understanding culture (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Reputation management /7,5 stp.), Marketing Research (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Handel og salgsledelse (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); handelsfag (30 stp.): Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 8 emner: Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Eksportmarkedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (60 stp.) og valgemner (60 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (15 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.). Det andre studieåret må det velges ett annet språk (15 stp.): Spansk I (7,5 stp.) og Spansk II (7,5 stp.), eller Tysk I (7,5 stp.) og Tysk II (7,5 stp.), eller Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.) Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.). Det tredje året må 5 emner (37,5 stp.) velges blant 9 emner: Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Consumer behaviour (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Reputation management (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

#### **Kommentarer**

I spesialiseringene Innovasjon og entreprenørskap og Handel og salgsledelse er emnet Business English (7,5 stp.) obligatorisk og ikke valgemne (se Studiehåndboka for 2014/2015). Dessuten er antall valgemner blitt redusert. En må likevel kunne si at endringene ikke er vesentlige sammenholdt med Studiehåndboka for 2014/2015.

#### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2015) (120 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Globale kundeverdier (15 stp.), Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.); metoder (15 stp.): Vitenskapsteori og dataanalyse (15 stp.); Masteravhandling – disiplinorientert (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og 4 emner tilbys: Nyskaping og

immaterielle rettigheter (7,5 stp.), Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2014/2015.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – erfaringsbasert (kull 2015) (90 stp.)**

Deltidsstudiet går over 6 semester (3 år), dvs. 15 stp. per semester. All undervisning i studiet foregår på engelsk.

Studiet består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.); atferdsfag (30 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.) Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.): metoder (7,5 stp.): Vitenskapsteori og metoder (7,5 stp.); Masteravhandling – erfaringsbasert (30 stp.). To av fem valgemner må tas (15 stp.): Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.) Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2014/2015.

## **Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet - NTNU**

### **2016/2017:**

Med virkning fra 1. januar 2016 slo NTNU seg sammen med høgskolene i Ålesund, Gjøvik og Sør-Trøndelag med følgende overordnede stedlige inndelinger: NTNU i Trondheim, NTNU i Gjøvik og NTNU i Ålesund. NTNU ble inndelt i 9 fakulteter: (1) Fakultet for Arkitektur og design (AD), (2) Det humanistiske fakultet (HF), (3) Fakultet for informasjonsteknologi, (4) Fakultet for ingeniørvitenskap (IV), (5) Fakultet for medisin og helsevitenskap (MH), (6) Fakultet for naturvitenskap (NV), (7) Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap (SU), (8) Fakultet for økonomi (ØK), og (9) NTNU Vitenskapsmuseet (VM).

Fakultet for økonomi består av 4 institutter: (1) NTNU Handelshøyskolen, (2) Institutt for internasjonal forretningsdrift, (3) Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse, og (4) Institutt for samfunnsøkonomi. Institutt for internasjonal forretningsdrift (IIF) er betegnelsen på økonomimiljøet i Ålesund. IIF driver forskning og undervisning innenfor fagområdene markedsføring, økonomi, ledelse, språk, handelsfag og innovasjons-fag. Instituttet har som mål å svare på og påvirke regionens behov for høyere utdanning innenfor økonomisk-administrative fagområder, internasjonal business og entreprenørskap.

### **Økonomi og ledelse (kull 2016) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.),

Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.). I tillegg må det velges ett av to valgemner (7,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2015/2016 er det ingen endringer.

### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2016) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap og budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikkk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): International Business communication (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Rettslære (7,5 stp.).

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (15 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og følgende sju emner tilbys (52,5 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Brand Management (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Prosjektoppgave (7,5 stp.),

#### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonalisering (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (15 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Marketing research I (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 10 valgemner tilbys (75 stp.): Spansk I (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Brand Management (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Spansk II (7,5 stp.), Tysk II (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.).

#### ***Tredje studieår – spesialisering Logistikk (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); logistikkemner (22,5 stp.): Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Innkjøp og forsyningsledelse – Trondheim (7,5 stp.), Teknologiledelse – Gjøvik (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 8 valgemner tilbys (67,5 stp.): Understanding culture

(7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Brand Management (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Prosjektoppgave (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Spesialiseringen logistikk tilbys nå i samarbeid med NTNU i Gjøvik og i Trondheim. Noen emner utgår (e.g., Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.); Consumer behaviour (7,5 stp.), Reputation Management (7,5 stp.), men andre kommer til (e.g., Brand Management (7,5 stp.), Innkjøp og forsyningsledelse – Trondheim (7,5 stp.), Teknologiledelse – Gjøvik (7,5 stp.). Den vesentligste endringen er justeringen av spesialiseringen Logistikk.

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2016) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. tre spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og ledelsesfag (37,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Grunnleggende matematikk (7,5 stp.).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (90 stp.) og valgemner (30 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); innovasjonsfag (45 stp.): Innovasjonsprosesser (7,5 stp.), Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap med Venture Cup (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.). Fire emner (30 stp.) må velges blant 7 emner: Understanding culture (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Export Management (7,5 stp.), Brand management (7,5 stp.), Marketing Research (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Handel og salgsledelse (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (22,5 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.); handelsfag (30 stp.): Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Logistikk og SCM (Supply Chain Management), (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 8 emner (67,5 stp.): Marketing communication (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Export Management (7,5 stp.),

Brand management (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Eksportmarkedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (60 stp.) og valgemner (60 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (15 stp.): Understanding culture (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.); atferdsfag (15 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), Rettslære (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Samfunnsvitenskapelig metode (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.). Det andre studieåret må det velges ett annet språk (15 stp.): Spansk I (7,5 stp.) og Spansk II (7,5 stp.), eller Tysk I (7,5 stp.) og Tysk II (7,5 stp.), eller Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.) Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.). Det tredje året må 6 emner (45 stp.) velges blant 9 emner: Budsjettering og lønnsomhetsanalyser (7,5 stp.), Marketing communication (7,5 stp.), Export Management (7,5 stp.), Logistics and SCM (Supply Chain Management) (7,5 stp.), Cases in Strategy and Marketing (7,5 stp.), Brand management (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.), Marketing Research I (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Noen valgemner er tatt ut og andre er kommet til. Sammenholdt med Studiehåndboka for 2016/2017 er det ingen vesentlige endringer.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2016) (120 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Globale kundeverdier (15 stp.), Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.): metoder (15 stp.): Vitenskapsteori og dataanalyse (15 stp.); Masteravhandling – disiplinorientert (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og 6 emner tilbys: Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.), International Business Finance (7,5 stp.), Risk Management (7,5 stp.), Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2016/2017 er det ingen vesentlige endringer.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – erfaringsbasert (kull 2016) (90 stp.)**

Deltidsstudiet går over 6 semester (3 år), dvs. 15 stp. per semester. Studiet består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.); atferdsfag (30 stp.): Internasjonal organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Internasjonal business strategi (7,5 stp.), Internasjonal markedsføring (7,5 stp.) Nyskaping og immaterielle rettigheter (7,5 stp.): metoder (7,5 stp.): Vitenskapsteori og metoder (7,5 stp.); Masteravhandling – erfaringsbasert (30 stp.). To av fem valgemner må tas (15 stp.): Corporate Governance – et internasjonalt perspektiv (7,5 stp.), Næringsøkonomi (7,5 stp.) Ledelse og kultur i internasjonale organisasjoner (7,5 stp.), Global sourcing og ledelse i industrielle nettverk, (7,5 stp.), Tjenestemarkedsføringsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**



Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2015/2016. Dette ble det siste opptaket på det erfaringsbaserte mastergradsstudiet.

### **2017/2018:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2017) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.). I tillegg må det velges ett av to valgemner (7,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2016/17 er det foretatt noen justeringer som nok ikke kan sies å være vesentlige endringer mht. studiets innhold.

#### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2017) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

I flere av fellesemnene (de to første studieårene) er det foretatt justeringer, men for det meste er det endringer av betegnelsene på emnene: (1) Bedriftsøkonomi med regnskap (tidl. Grunnleggende bedriftsøkonomi og regnskap), (2) Driftsregnskap med budsjettering (tidl. Driftsregnskap og budsjettering), (3) Makroøkonomi (tidl. Makroøkonomisk teori og metode), (4) Markedsføring – grunnkurs (tidl. Markedsføring), (5) Kvantitative og kvalitative metoder (tidl. Samfunnsvitenskapelige metoder), (7) Forretningsjus (tidl. Rettslære). (Det er også navneendringer for noen tredjeårsemner.)

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (15 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Markedsanalyse (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og følgende sju emner tilbys (52,5 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Global Supply Chain Management) (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5

stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.)

### **Kommentarer**

For spesialiseringen Økonomisk styring er det fortsatt 7 valgemner, men 3 er skiftet ut. Nye emner er: Teknologiledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.). Følgende emner er tatt ut: Marketing communication (7,5 stp.), Brand Management (7,5 stp.), Prosjektoppgave (7,5 stp.).

### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonalisering (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (15 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Markedsanalyse (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 12 valgemner tilbys (90 stp.): Spansk I (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.), Tysk I (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Spansk II (7,5 stp.), Tysk II (7,5 stp.), Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.)

### **Kommentarer**

For spesialiseringen Internasjonalisering er det 12 valgemner der minst 4 må velges. Antall valgemner har altså økt fra 10 til 12. To emner er tatt ut (Marketing communication (7,5 stp.) og Brand Management (7,5 stp.)), og 4 er kommet til: Teknologiledelse (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.)

### ***Tredje studieår – spesialisering Logistikk (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); logistikkemner (7,5 stp.): Global Supply Chain Management (7,5 stp.), atferdsfag (7,5 stp.): Teknologiledelse (7,5 stp.), annet (7,5 stp.): Prosjektoppgave (7,5 stp.). Fire av 7 emner må velges: Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

For spesialiseringen Logistikk er det 4 obligatoriske emner (30 stp.). Emnet Innkjøp og forsyningsledelse (7,5 stp.) er tatt ut og erstattet med emnet Prosjektoppgave (7,5 stp.) som var et valgemne for 2016-kullet. Antall valgemner er redusert fra 8 til 7. Dessuten er noen emner tatt ut (Marketing communication (7,5 stp.), Brand Management (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.)), men noen er kommet til (Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.))

### **Kommentarer vedr. Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2017)**

Det er gjennomført betydelige justeringer i studieprogrammet for Bachelorstudiet i Økonomi og administrasjon, men omfanget av endringene varierer mellom spesialiseringene. Mest endringer er gjort for spesialiseringen Logistikk.

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2017) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. tre spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og ledelsesfag (37,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring - grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

To emner har fått nye betegnelser: (1) Matematisk problemløsning (tidl. Grunnleggende matematikk), (2) Markedsføring – grunnkurs (tidl. Markedsføring).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innovasjonsfag (37,5 stp.): Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.), annet (7,5 stp.); Forretningsjus (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 8 emner: Kulturforståelse (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Obligatoriske emner er redusert med fra 90 stp. til 82,5 stp. Det obligatoriske emnet Innovasjonsprosesser (7,5 stp.) utgår. Dette innebærer at valgemner nå utgjør 37,5 stp. Antall valgemner har økt fra 7 til 8. Imidlertid har følgende valgemner utgått: Marketing communication (7,5 stp.), Export Management (7,5 stp.), Brand management (7,5 stp.), Makroøkonomisk teori og metode (7,5 stp.). Følgende valgemner er kommet til: Consumer Insight and Branding (7,5 stp.) Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.). Det bør nevnes at emnet Samfunnsvitenskapelige metoder (7,5 stp.) er byttet ut med emnet Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.). Noen emner har fått en noe endret betegnelse, f.eks. Forretningsjus i stedet for Rettslære.

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Handel og salgsledelse (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (67,5 stp.) og valgemner (52,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi

med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); handelsfag (22,5 stp.): Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management, (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5): Forretningsjus (7,5 stp.). Sju emner (52,5 stp.) må velges blant 9 emner: Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Obligatoriske emner utgjør 67,5 stp. og er en reduksjon fra 82,5 stp. for 2016-kullet. Dermed økte valgmulighetene for studentene, dvs. at valgemner økes fra 37,5 stp. til 52,5 stp. Detaljer avdekkes ved å sammenholde framstillingene. Det vises til kommentarene ovenfor for spesialisering Innovasjon og entreprenørskap.

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Eksportmarkedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (60 stp.) og valgemner (60 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (15 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.) Det andre studieåret må det velges ett annet språk (15 stp.): Spansk I (7,5 stp.) og Spansk II (7,5 stp.), eller Tysk I (7,5 stp.) og Tysk II (7,5 stp.), eller Fransk kommunikasjon I (7,5 stp.) Fransk kommunikasjon II (7,5 stp.). Det tredje året må 6 emner (45 stp.) velges blant 8 emner: Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Cases in Technplogy Strategy and Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Obligatoriske emner utgjør 60 stp. og og valemner 60 stp, det samme som for 2016-kullet. Sammensetningen av studiet er noe forskjellig fra tilbudet for 2016-kullet. Dette gjelder særlig for valgemnene. Detaljer avdekkes ved å sammenholde framstillingene. Det vises til kommentarene ovenfor for spesialisering Innovasjon og entreprenørskap.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business – disiplinorientert (kull 2017) (120 stp.)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 stp.) og valgemner (15 stp.). Følgende emner er obligatoriske innenfor bedrifts- og samfunnsøkonomi (37,5 stp.): Internasjonal business (7,5 stp.), Global customer values (15 stp.), Corporate Governance – an internasjonal perspective (7,5 stp.), Industrial organization (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Internasjonal organisation and management (7,5 stp.), Internasjonal business strategy (7,5 stp.), Internasjonal marketing (7,5 stp.): metoder (15 stp.): Scientific theory and data analysis (15 stp.); Master Thesis – Discipline Oriented (30 stp.). To emner må velges (15 stp.) og 6 emner tilbys: Innovation and intellectual property rights (7,5 stp.), International Business Finance (7,5 stp.), Risk Management (7,5 stp.), Internatioonal corporations – leadership and culture (7,5 stp.), Service marketing management (7,5 stp.), Global sourcing and supply network management (7,5 stp.),

### **Kommentarer**

Sammenholdt med Studiehåndboka for 2016/2017 er det ingen vesentlige endringer.

### **2018/2019:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2018) (60 stp.)**

Studiet består av sju obligatoriske emner (52,5 stp.) og ett valgemne (7,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (30,0 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.). I tillegg må det velges ett av to valgemner (7,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2017/2018.

#### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2018) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomifag (7,5 stp.), Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2017/2018.

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (15 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Markedsanalyse (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og følgende sju emner tilbys (52,5 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.)

#### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2017/2018.

#### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonalisering (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (15 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Markedsanalyse (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 6 valgemner tilbys (45 stp): Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.)

### **Kommentarer**

Foregående kull (2017) kunne velge språk, dvs. Spansk, Tysk eller Fransk. Dette er nå tatt ut. Ellers er det ingen endring fra studiehåndboka for 2017/2018.

### ***Tredje studieår – spesialisering Logistikk (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); logistikkemner (15 stp.): Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Innkjøpsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Teknologiledelse (7,5 stp.). Fire emner må velges av 7 emner: Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2017-kullet er det slik at det obligatoriske emnet Innkjøpsledelse (7,5 stp.) erstatter det obligatoriske emnet Prosjektoppgave (7,5 stp.) som utgår. Ellers er det ingen endringer.

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2018) (180 stp.)**

Studiet videreføres fra opplegget i Studiehåndboka for 2014/2015, dvs. tre spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og ledelsesfag (37,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring - grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Handelsnæringsens struktur (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endring fra studiehåndboka for 2017/2018.

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innovasjonsfag (37,5 stp.):

Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.), annet (7,5 stp.); Forretningsjus (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 9 emner: Kulturforståelse (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.) Markedsanalyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2017-kullet er det eneste endringen at et nytt valgemenne ble tilbudt: Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Handel og salgsledelse (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (67,5 stp.) og valgemenner (52,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); handelsfag (22,5 stp.): Detaljhandel (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management, (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.), metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5): Forretningsjus (7,5 stp.). Sju emner (52,5 stp.) må velges blant 10 emner: Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2017-kullet er det eneste endringen at et nytt valgemenne ble tilbudt: Digital Marketing Analytics (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Eksportmarkedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (60 stp.) og valgemenner (60 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (15 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.). Åtte emner (60 stp.) av 16 valgemenner (130 stp.) må velges: språk (15 stp.): Spansk I (7,5 stp.) og Spansk II (7,5 stp.); Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Intelligente systemer (10 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2017-kullet ble 6 nye valgemenner tilbudt.

### **Mastergradsstudium i Internasjonal Business og markedsføring (2018)**

I 2012 ble det etablert to mastergradsstudier i Internasjonal Business (Forretningsdrift) – ett disiplinorientert (120 stp.) og ett erfaringsbasert (90 stp.). Det første opptaket på det disiplinorientert mastergradsstudiet var i 2012. Dette studiet ble tilbudt hvert år i perioden 2012-2017. Det erfaringsbaserte mastergradsstudiet var et deltidsstudium som ble tilbudt i 2014 – 2016 (siste opptak).

I forbindelse med fusjonen med NTNU ble det vedtatt at masterstudiet i International Business skulle ha sidetittelen siviløkonom. Dette innebar to spesialiseringer:

- Master of Science in International Business and Marketing/Siviløkonom, major in International Business (120 ECTS)
- Master of Science in International Business and Marketing/Siviløkonom, major in Innovation and Entrepreneurship (120 ECTS)

Det første opptaket til det nye masterstudiet skjedde høsten 2018.

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in International Business (2018) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (97,5 ECTS) og valgemner (22,5 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International business and marketing (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), International Financial topics (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – international business (30 ECTS). Tre av 7 emner måtte velges: Corporate governance – an international perspective (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS), Digital marketing innovation (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), International organisation and management (7,5 ECTS), Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in Innovation and Entrepreneurship (2018) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (97,5 ECTS) og valgemner (22,5 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), Innovation and entrepreneurship (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), Sustainable business development (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – innovation and entrepreneurship (30 ECTS). Tre av 7 emner måtte velges: Digital marketing innovation (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), Corporate governance – an international perspective (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS), International organisation and management (7,5 ECTS), Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Mange emner fra det tidligere mastergradsstudiet er blitt videreført, men nye emner kom til som for eksempel «Experts in teams».



### **2019/2020:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2019) (60 stp.)**

Studiet består av 5 obligatoriske emner (37,5 stp.) og 3 valgemner (22,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). Det kan velges mellom følgende emner: Matematikk for økonomer (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.) og dessuten to emner fra følgende valgemner: Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2018-håndboka finnes endringer. Emnet Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.) er tatt ut og følgende valgemner er kommet til: Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.). Det er altså økt valgmuligheter for studentene.

#### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2019) (180 stp.)**

Studiet har hatt tre spesialiseringer (se Studiehåndbøkene for 2014/2015 – 2018/2019): (1) Økonomisk styring, (2) Internasjonalisering, og (3) Logistikk. Imidlertid er spesialiseringen Logistikk lagt ned. Dessuten er betegnelsene for de to andre spesialiseringene blitt endret: (1) Økonomisk og finansiell styring, og (2) Internasjonal Business. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk, bærekraft og samfunnsansvar (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Informasjonsteknologi, grunnkurs (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomer (7,5 stp.), Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.); annet (15 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Det er flere endringer sammenholdt med Studiehåndboka 2018/2019. Tre emner tatt ut/flyttet: Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Business English (7,5 stp.). Følgende emner er kommet til: Etikk, bærekraft og samfunnsansvar (7,5 stp.), Informasjonsteknologi, grunnkurs (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.). Dessuten er emnet Matematikk for økonomifag endret til Matematikk for økonomer, samt Statistikk for samfunnsfag endret til statistikk for økonomer.

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk og finansiell styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (22,5 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.),

Finansiell styring (7,5 stp.), Business analytics (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); Fire emner må velges (30 stp.) og følgende 13 emner tilbys: Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Business English (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Intelligente systemer (10 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Doing business in ... (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.), Bærekraftsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Betegnelsen på spesialiseringen er altså endret fra Økonomisk styring til Økonomisk og finansiell styring. Det er foretatt flere justeringer. Business analytics er kommet til som nytt bedriftsøkonomisk emne. Antall valgemen har økt til 13 fra 7 (Studiehåndboka for 2018) der altså 4 skal velges.

### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonal Business (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemen (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (7,5 stp.): International marketing (7,5 stp.); atferd (7,5 stp.): Bærekraftsledelse (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 11 valgemen tilbys (85 stp.): Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Intelligente systemer (10 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.) Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Betegnelsen på spesialiseringen er altså endret fra Internasjonalisering til Internasjonal Business. Sammenholdt med Studiehåndboka for 2018 avdekkes at antall obligatoriske emner er de samme for hvert av kullene, dvs. 30 stp. Imidlertid er det endringer mht. hva som er obligatoriske emner. To av 4 emner er de samme: Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.) og International marketing (7,5 stp.). De to andre obligatoriske emnene er: Business English (7,5 stp.) og Bærekraftsledelse (7,5 stp.) mens det for 2018-kullet var Kulturforståelse (7,5 stp.) og Markedsanalyse (7,5 stp.). Antall valgemen har økt til 11 fra 6 (Studiehåndboka for 2018) der altså 4 skal velges.

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2019) (180 stp.)**

Studiet har hatt tre spesialiseringer (se Studiehåndbøkene for 2014/2015 – 2018/2019): (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Handel og salgsledelse, og (3) Eksportmarkedsføring. Imidlertid er spesialiseringen Handel og salgsledelse lagt ned. Dessuten er betegnelsen på spesialiseringen Internasjonalisering endret til Internasjonal markedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene To spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, (2) Internasjonal markedsføring.

### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemen (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomer (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og atferdsfag (37,5 stp.): Markedsføring - grunnkurs (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5

stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Emnet Etikk og entreprenørskap (7,5 stp.) er blitt byttet ut med emnet Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innovasjonsfag (37,5 stp.): Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.), annet (7,5 stp.); Informasjonsteknologi grunnkurs (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 13 emner: Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Forretningsjus (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Bærekraftledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2018-kullet er det noen justeringer. Et nytt obligatorisk emne er Informasjonsteknologi grunnkurs (7,5 stp.). Emnet Forretningsjus (7,5 stp.) er flyttet fra obligatorisk emne til valgemne. Følgende valgemne er tatt ut: Investering og finansiering (7,5 stp.) og Kulturforståelse (7,5 stp.). Følgende nye valgemner tilbys: Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Bærekraftledelse (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Internasjonal markedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (45 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (30 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Digital Marketing Analytics (7,5 stp.). Seks emner (45 stp.) av 11 valgemner (90 stp.) må velges: Forretningsjus (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Makroøkonomi (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2018-kullet er det noen justeringer. Emnet Forretningsjus (7,5 stp.) var obligatorisk, men er nå valgemne. Det er kommet til 3 obligatoriske emner: Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.) og

Informasjonsteknologi, grunnkurs (7,5 stp.). Emnene Consumer Insight and Branding (7,5 stp.) og Digital Marketing Analytics (7,5 stp.) er flyttet fra valgemner til obligatoriske emner. Følgende valgemner er tatt ut: Investering og finansiering (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Detaljhandelsledelse (7,5 stp.), Intelligente systemer (7,5) samt språk (spansk). Følgende valgemner er kommet til: Makroøkonomi (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.) og Business Analytics (7,5 stp.).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in International Business (2019) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (97,5 ECTS) og valgemner (22,5 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International business and marketing (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), International Financial topics (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – international business (30 ECTS). Tre av 7 emner måtte velges: Industrial organisation (7,5 ECTS), Digital marketing innovation (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), International organisation and management (7,5 ECTS), Commercialization of Innovation (7,5 ECTS), Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in Innovation and Entrepreneurship (2019) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (97,5 ECTS) og valgemner (22,5 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), Innovation and entrepreneurship (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), Sustainable business development (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – innovation and entrepreneurship (30 ECTS). Tre av 7 emner måtte velges: Digital marketing innovation (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), Corporate governance – an international perspective (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS), International organisation and management (7,5 ECTS), Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2018-kullet er det noen justeringer. For begge spesialiseringene ett valgemne byttet ut. Corporate governance – an international perspective (7,5 ECTS) er tatt ut og Commercialization of Innovation (7,5 ECTS) er nytt valgemne.

### **2020/2021:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2020) (60 stp.)**

Studiet består av 5 obligatoriske emner (37,5 stp.) og 3 valgemner (22,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). Det kan velges mellom følgende emner: Matematikk for økonomer (7,5 stp.) eller

Matematisk problemløsning (7,5 stp.) og dessuten to emner fra følgende valgemenner: Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2019-håndboka finnes er det kommet til ett nytt valgemenne: Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 2020) (180 stp.)**

Studiet har hatt to spesialiseringer: (1) Økonomisk og finansiell styring, og (2) Internasjonal Business. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk, bærekraft og samfunnsansvar (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Informasjonsteknologi, grunnkurs (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomer (7,5 stp.), Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.); annet (15 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2019-håndboka er det ingen endringer.

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk og finansiell styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemenner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (22,5 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), Business analytics (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); Fire emner må velges (30 stp.) og følgende 10 emner tilbys: Business English (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Intelligente systemer (10 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Bærekraftsledelse (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Antall valgemenner er redusert fra 13 til 10 (se Studiehåndboka for 2019) der altså 4 emner skal velges. Følgende valgemenner er tatt ut: Teknologiledelse (7,5 stp.), Doing business in ... (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.).

#### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonal Business (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemenner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (7,5 stp.): International marketing (7,5 stp.); atferd (7,5 stp.): Bærekraftsledelse (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 9 valgemenner tilbys: Global Supply Chain Management (7,5 stp.),

Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Intelligente systemer (10 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.) Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Antall valgemner redusert fra 11 til 9 (se Studiehåndboka for 2019) der altså 4 emner skal velges. Følgende valgemner er tatt ut: Teknologiledelse (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.).

### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2020) (180 stp.)**

Studiet har to spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, og (2) International markedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 7 obligatoriske emner (52,5 stp.) og 1 valgemne (7,5 stp.), enten Matematikk for økonomer (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.). I det første studieåret tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og atferdsfag (37,5 stp.): Markedsføring - grunnkurs (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Matematikk for økonomifag (7,5 stp.) eller Matematisk problemløsning (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Det er ingen endringer fra 2019-kullet (Studiehåndboka).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innovasjonsfag (37,5 stp.): Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.), annet (7,5 stp.); Informasjonsteknologi grunnkurs (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 9 emner: Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Bærekraftledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Antall valgemner er redusert fra 13 til 9 (se Studiehåndboka for 2019) der altså 4 emner skal velges. Følgende valgemner er tatt ut: Teknologiledelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Forretningsjus (7,5 stp.).

#### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Internasjonal markedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (45 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med

regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (30 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Digital Marketing Analytics (7,5 stp.). Seks emner (45 stp.) av 11 valgemner (90 stp.) må velges: Forretningsjus (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Makroøkonomi (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.), Doing Business in ... (7,5 stp.), Bærekraftsledelse (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2018-kullet er det noen justeringer. To emner er kommet til: Doing Business in ... (7,5 stp.) og Bærekraftsledelse (7,5 stp.), og to valgemner er tatt ut: Serviceledelse og relasjonsmarkedsføring (7,5 stp.), Teknologiledelse (7,5 stp.).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in International Business (2020) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 ECTS) og valgemner (15 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International business and marketing (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), Sustainable Business Development (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS), , Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – international business (30 ECTS). Tre av 5 emner måtte velges: Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Digital marketing innovation (7,5 ECTS), : International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS), Commercialization of Innovation (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2019-kullet er det flere justeringer. Obligatoriske emner har økt fra 97,5 ECTS til 105 ECTS. To obligatorisk emne er tatt ut: International Financial topics (7,5 ECTS) og Qualitative Research Methods (7,5 ECTS). Dermed er det 3 nye obligatoriske emner: Sustainable Business Development (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS) og Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS). Følgende emner er tatt ut: International Financial topics (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS) og International organisation and management (7,5 ECTS). Ett nytt valemne er kommet til: International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in Innovation and Entrepreneurship (2020) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 ECTS) og valgemner (15 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International Business and Marketing (7,5 ECTS), Digital Marketing Innovation (7,5 ECTS), Innovation and entrepreneurship (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), , Sustainable business development (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Commercialization of Innovation (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – innovation and entrepreneurship (30 ECTS). Tre av 4 emner måtte velges: , Industrial organisation (7,5 ECTS), Global sourcing

and supply network management (7,5 ECTS), International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med tilbudet til 2019-kullet er det flere justeringer. Obligatoriske emner har økt fra 97,5 ECTS til 105 ECTS. Tre obligatoriske emner er tatt ut: International Business Strategy (7,5 ECTS), Management Accounting (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS). (Ingen av disse tre emner er tilbudt som valgemne.) Dette innebærer at det er kommet til fire nye obligatoriske emner: International Business and Marketing (7,5 ECTS), Digital Marketing Innovation (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS) og Commercialization of Innovation (7,5 ECTS). Valgemnet International organisation and management (7,5 ECTS) er tatt ut og erstattet med International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS). Antall valgemner er blitt redusert fra 7 til 4. (Ingen av de tre tidligere obligatoriske emner er tilbudt som valgemne: International Business Strategy (7,5 ECTS), Management Accounting (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS). Alle tre emnene er obligatoriske på spesialiseringen International Business.)

### **2021/2022:**

#### **Økonomi og ledelse (kull 2021) (60 stp.)**

Studiet består av 5 obligatoriske emner (37,5 stp.) og 3 valgemner (22,5 stp.) med slik fordeling mht. obligatoriske emner: bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); atferdsfag (22,5 stp.): Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.). Det kan velges mellom følgende emner: Matematikk for økonomer (7,5 stp.) eller Praktisk økonomi med regning (7,5 stp.) og dessuten to emner fra følgende 5 valgemner: Mikroøkonomi (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.), Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Emnet Matematisk problemstilling har skiftet betegnelse til Praktisk økonomi med regning (7,5 stp.)

#### **Bachelor i Økonomi og administrasjon (kull 20210) (180 stp.)**

Studiet har hatt to spesialiseringer: (1) Økonomisk og finansiell styring, og (2) Internasjonal Business. De to første studieårene er felles. I det tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemnene, dvs. de to første studieårene – 120 stp.***

Alle emner i de to første studieårene er obligatoriske. Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (30 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.), Investering og finansiering (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), samfunnsøkonomi (15 stp.): Makroøkonomi (7,5 stp.), Mikroøkonomi (7,5 stp.); adferdsfag (37,5 stp.): Etikk, bærekraft og samfunnsansvar (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Markedsføring – grunnkurs (7,5 stp.), Informasjonsteknologi, grunnkurs (7,5 stp.), Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (22,5 stp.): Matematikk for økonomer (7,5 stp.), Statistikk for økonomer (7,5 stp.), Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.); annet (15 stp.): Forretningsjus (7,5 stp.), Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).



### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det ingen endringer.

#### ***Tredje studieår – spesialisering Økonomisk og finansiell styring (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Mht. bedriftsøkonomi er følgende emner obligatoriske (22,5 stp.): Økonomisk styring (7,5 stp.), Finansiell styring (7,5 stp.), Business analytics (7,5 stp.); samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); Fire emner må velges (30 stp.) og følgende 10 emner tilbys: Business English (7,5 stp.), International marketing (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Bærekraftsledelse (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det bare én endring. Ett valgemne er tatt ut: Intelligente systemer (10 stp.),

#### ***Tredje studieår – spesialisering Internasjonal Business (60 stp.)***

Det tredje året består av 4 obligatoriske emner (30 stp.) og 4 valgemner (30 stp.). Følgende emner er obligatoriske: samfunnsøkonomi (7,5 stp.): Næringsøkonomi – utvalgte næringer (7,5 stp.); internasjonalisering (7,5 stp.): International marketing (7,5 stp.); atferd (7,5 stp.): Bærekraftsledelse (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.). Fire emner må velges (30 stp.) og 9 valgemner tilbys: Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Kulturforståelse (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Finansregnskap og regnskapssystemer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Antall valgemner redusert fra 9 til 8 (se Studiehåndboka for 2020) der altså 4 emner skal velges. Følgende valgemne er tatt ut: Intelligente systemer (10 stp.).

#### **Bachelor i Markedsføring og ledelse (kull 2021) (180 stp.)**

Studiet har to spesialiseringer: (1) Innovasjon og entreprenørskap, og (2) International markedsføring. Det første studieåret er felles. I det andre og tredje året er fokuset rettet mot spesialiseringene.

#### ***Fellesemner, dvs. det første studieåret – 60 stp.***

Det første året består av 8 obligatoriske emner (60 stp.). Det tilbys ingen økonomiemner (bedriftsøkonomi/samfunnsøkonomi); markeds- og atferdsfag (37,5 stp.): Markedsføring - grunnkurs (7,5 stp.), Handelsnæringens struktur (7,5 stp.), Organisasjon og ledelse (7,5 stp.), Arbeidspsykologi og personalledelse (7,5 stp.), Innovasjonsledelse (7,5 stp.); metode (15 stp.): Statistikk for samfunnsfag (7,5 stp.), Praktisk økonomi med regning (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Examen philosophicum for økonomer (7,5 stp.).

### **Kommentarer**

Tidligere har studentene kunnet velge mellom to matematikk/regningsemne. Dette året er tallfaget obligatorisk, dvs. emnet Praktisk økonomi med regning (7,5 stp.).

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Innovasjon og entreprenørskap (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (82,5 stp.) og valgemner (37,5 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); innovasjonsfag (37,5 stp.): Innføring i produktutvikling (7,5 stp.), Entreprenørskap og forretningsutvikling (7,5 stp.), Forprosjekt (7,5 stp.), Innovasjonsprosjekt (15 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk (7,5 stp.): Business English (7,5 stp.), annet (7,5 stp.); Informasjonsteknologi grunnkurs (7,5 stp.). Fem emner (37,5 stp.) må velges blant 9 emner: Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Bærekraftledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det ingen endringer.

### ***Andre og tredje studieår – spesialisering Internasjonal markedsføring (120 stp.)***

Studiets andre og tredje år består av obligatoriske emner (75 stp.) og valgemner (45 stp.). Det har følgende obligatoriske emner innenfor bedriftsøkonomi (15 stp.): Bedriftsøkonomi med regnskap (7,5 stp.), Finansregnskap med analyse (7,5 stp.); eksportmarkedsemner (30 stp.): Kulturforståelse (7,5 stp.), International Marketing (7,5 stp.), Consumer Insight and Branding (7,5 stp.), Digital Marketing Analytics (7,5 stp.); atferdsfag (7,5 stp.): Foretaksstrategi (7,5 stp.); metode (7,5 stp.): Kvantitative og kvalitative metoder (7,5 stp.); språk: Business English (7,5 stp.); annet (7,5 stp.): Digital Marketing Analytics (7,5 stp.). Seks emner (45 stp.) av 11 valgemner (90 stp.) må velges: Forretningsjus (7,5 stp.), Driftsregnskap med budsjettering (7,5 stp.), Makroøkonomi (7,5 stp.), Markedsanalyse (7,5 stp.), Global Supply Chain Management (7,5 stp.), Bacheloroppgave (15 stp.), Salg og salgsledelse (7,5 stp.), Cases in Technology Strategy and Marketing (7,5 stp.), Business Analytics (7,5 stp.), Doing Business in ... (7,5 stp.), Bærekraftsledelse (7,5 stp.).

#### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det ingen endringer.

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in International Business (2020) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 ECTS) og valgemner (15 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International business and marketing (7,5 ECTS), Management accounting (7,5 ECTS), International business strategy (7,5 ECTS), Advanced microeconomics and alternative perspectives on rationality, welfare and responsibility (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), Sustainable Business Development (7,5 ECTS), Industrial organisation (7,5 ECTS), , Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – international business (30 ECTS). Tre av 6 emner måtte velges: Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Digital marketing innovation (7,5 ECTS), : International organisation and management (7,5 ECTS), Commercialization of Innovation (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS), Innovation and Entrepreneurship (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det to endringer. Ett valgemne er kommet til: Innovation and Entrepreneurship (7,5 ECTS) og valgemnet International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS) er blitt byttet ut med valgemnet International organisation and management (7,5 ECTS).

### **Master of Science in Internasjonal Business and Marketing (Siviløkonom) major in Innovation and Entrepreneurship (2020) (120 ECTS)**

Studiet består av obligatoriske emner (105 ECTS) og valgemner (15 ECTS.). Følgende emner var obligatoriske: Scientific theory and perspectives in business economics on organizations (7,5 ECTS), International Business and Marketing (7,5 ECTS), Digital Marketing Innovation (7,5 ECTS), Innovation and entrepreneurship (7,5 ECTS), Innovation and intellectual property rights (7,5 ECTS), Data analysis (7,5 ECTS), , Sustainable business development (7,5 ECTS), Qualitative Research Methods (7,5 ECTS), Commercialization of Innovation (7,5 ECTS), Experts in teams (7,5 ECTS), Master thesis – innovation and entrepreneurship (30 ECTS). Tre av 6 emner måtte velges: Industrial organisation (7,5 ECTS), Global sourcing and supply network management (7,5 ECTS), International organisation and management (7,5 ECTS), Maskinlæring (7,5 ECTS), Management Accounting (7,5 ECTS), og International Business Strategy (7,5 ECTS).

### **Kommentarer**

Sammenholdt med 2020-håndboka er det noen endringer. Valgemnet International corporations – leadership and culture (7,5 ECTS) er blitt byttet ut med valgemnet International organisation and management (7,5 ECTS). To nye valgemner ble tilbudt: Management Accounting (7,5 ECTS), og International Business Strategy (7,5 ECTS). Dermed er det 6 valgemner, dvs. 2 flere enn det som framgår av 2020-håndboka.

### **Doktorgradsutdanning (ph.d)**

Et doktorgrad (ph.d) er det høyeste nivået for formell utdanning i Norge. En doktorgrad fra NTNU kvalifiserer for ledende arbeid innen næringsliv, forvaltning, høyere utdanning og forskning (Doktorgrad (ph.d.) – NTNU). Ph.d.-utdanningen er en ferdig strukturert grad som er normert til tre års fulltidsstudier. Utdanningen består av en opplæringsdel på minst 30 studiepoeng og et selvstendig forskningsarbeid normert til 2,5 år.

Fakultet for økonomi, ett av de 9 NTNU-fakultetene, tilbyr en ph.d. i økonomi og ledelse (Ph.d.-program i økonomi og ledelse). Ph.d.-programmet i økonomi og ledelse gir mulighet for faglig fordypning i en stor bredde av teoretiske og empiriske problemstillinger innen områder som strategi, organisasjon, ledelse, foretaksøkonomi, operasjonsanalyse og helse, miljø og sikkerhet, ressursøkonomi, økonomisk vekst, økonomistyring, m.m. Utdanningen er organisert i tre studieretninger. (1) Industriell økonomi og teknologiledelse, (2) Samfunnsøkonomi og (3) Økonomi og administrasjon.