



UiT Norges arktiske universitet

Studieplan

Ledelse, innovasjon og marked – master

120 studiepoeng – Tromsø

Studieplanen er godkjent av styret ved Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi (BFE) den [dd.mm.åååå]

Navn på studieprogram	<p>Bokmål: Mastergradsprogram i ledelse, innovasjon og marked</p> <p>Nynorsk: Mastergradsprogram i ledelse, innovasjon og marked</p> <p>Engelsk: Master's Degree Program in Management, Innovation and Marketing</p>
Oppnådd grad	Master i ledelse, innovasjon og marked
Målgruppe	Studenter med bachelor i ledelse, innovasjon og marked, eller lignende bachelorgrader innenfor det økonomisk- og administrative fagområdet.
Opptakskrav, forkunnskapskrav, anbefalte forkunnskaper	<p>Det generelle opptakskravet er bachelorgrad, cand.mag.-grad eller annen tilsvarende utdanning av minst tre års varighet. I tillegg kreves det en fordypning på minimum 80 studiepoengs omfang i økonomisk-administrative fag eller en integrert utdanning av minst 120 studiepoengs omfang innenfor fagområdet til masterprogrammet.</p> <p>Det spesielle opptakskravet er minst 80 studiepoeng innen økonomi og administrasjonsfag. I de obligatoriske emnene skal det inngå minst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7,5 stp i bedriftsøkonomiske fag • 50 stp i administrasjonsfag herunder minimum: <ul style="list-style-type: none"> o 7,5 stp markedsføring o 7,5 stp organisasjonsfag o 7,5 stp strategi • 7,5 stp i kvalitativ og kvantitativ forskningsmetode <p>Det kreves gjennomsnittskaraktter på minimum ren C i bachelorgraden.</p> <p>Studiet er adgangsregulert.</p>
Læringsutbyttebeskrivelse	<p>De som fullfører studiet skal ha oppnådd følgende læringsutbytte, definert i kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse:</p> <p><i>Kunnskaper:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Har omfattende og avansert kunnskap om teorier, metoder, begreper og vitenskapelige tilnæringsmåter innenfor kjerneområdene innovasjonsledelse og markedsføring. • Har inngående og spesialisert kunnskap på et høyt nivå innen sitt valgte fordypningsområde, dvs. enten innovasjonsledelse eller markedsføring. Dette inkluderer inngående kjennskap til sentrale utviklingstrekk som virker inn og skaper behov for tilpasning innenfor hver av fagområdene. Bærekraft og digitalisering representerer eksempler på slike utviklingstrekk. <p><i>Ferdigheter:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kandidaten kan analysere og forholde seg kritisk til relevante informasjonskilder og anvende disse til å strukturere og formulere faglige

	<p>resonnementer, samt gjennomføre uavhengige vurderinger og utvikle prosjekter under veiledning.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kandidaten kan formulere relevante forskningsspørsmål på en selvstendig måte, og analysere store mengder informasjon ved å anvende relevante modeller og kvantitative eller kvalitative metoder i tråd med vitenskapelige og forskningsetiske normer. • Kandidaten kan gjennomføre analytiske og administrative oppgaver, samt ta ansvar for slike oppgaver i næringslivet, offentlig forvaltning og i frivillige organisasjoner. • Kandidaten kan gjennomføre et selvstendig, og avgrenset forsknings- eller utviklingsprosjekt under veiledning og i tråd med gjeldende forskningsetiske normer. <p><i>Generell kompetanse:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kandidaten kan analysere relevante fag-, yrkes- og forskningsetiske problemstillinger. • Kandidaten kan anvende sine kunnskaper og ferdigheter innenfor administrasjonsfag på nye områder for å utføre avanserte arbeidsoppgaver og prosjekter. • Kandidaten kan formidle omfattende selvstendig arbeid og behersker fagområdets uttrykksformer. • Kandidaten kan presentere idéer, problemstillinger, analyser og konklusjoner relatert til innovasjonsledelse og markedsføring både for spesialister og til allmennheten. Kandidaten kan bidra til nytenkning og innovasjonsprosesser
<p>Faglig innhold og beskrivelse av studiet</p>	<p>Masterstudiet i ledelse, innovasjon og marked skal utdanne kandidater som kan jobbe strategisk og operativt med markedsføring og innovasjon, lede omstillingsprosesser i en organisasjon, samt jobbe innen forskningsfeltet knyttet til innovasjonsledelse og markedsføring. Studiet bygger på bachelorstudiet i ledelse, innovasjon og marked og andre tilsvarende økonomisk-administrative studier. I masterstudiet vil studentene få inngående kjennskap til teorier og metoder innenfor mer avgrensede fagområder enn i bachelorstudiet. Det vil rettes særlig oppmerksomhet mot endringsdrivere i virksomheters omgivelser som krever respons både på strategisk og operativt nivå. Dette gjelder for eksempel integrering av bærekraftperspektivet på de fagområdene studentene velger å fordype seg i.</p> <p>Studenter kan velge fordypning innen innovasjonsledelse eller markedsføring.</p> <p>Studiet teller totalt 120 studiepoeng. Første semester består av en felles blokk på 30 studiepoeng og omfatter ett emne i hver av programmets kjerneelementer, henholdsvis ledelse, innovasjon og markedsføring. De resterende delene av studiet består av 80 studiepoeng innenfor valgt fordypning, og omfatter blant annet forskningsmetode på 10 studiepoeng, masteroppgave på 30 studiepoeng og hhv 10 (innovasjonsledelse) og 20 (markedsføring) valgfrie studiepoeng innenfor programmets tilbud.</p>

	<p>Innovasjonsledelse</p> <p>Fordypning i innovasjonsledelse gir ferdigheter i å utvikle robuste virksomheter som preges av evne til innovasjon. Innovasjon er en drivende kraft i utviklingen av alle typer organisasjoner, fra småbedrifter til store offentlige virksomheter. Du vil få ferdigheter innenfor utvikling av ny virksomhet, samt områder som organisasjonsdesign og implementering i etablerte organisasjoner. Lederutøvelse er viktig enten man starter ny virksomhet eller man skal gjøre etablerte virksomheter robuste, og fordypningen har et eget emne som retter oppmerksomheten mot ledelse.</p> <p>Markedsføring</p> <p>Fordypning i markedsføring vil gi deg ferdighetene til å utvikle markedsføringsstrategier og kompetansen til å lede strategiske prosesser i organisasjoner. Dette gjør deg i stand til å forme fremtidsrettede og bærekraftige bedrifter som skaper verdi for kundene og holder seg lønnsomme selv når markedene er i kontinuerlig endring. Du vil blant annet lære om markedsstrategi, tjenestemarkedsføring og internasjonal markedsføring.</p>
<p>Tabell: oppbygging av studieprogram</p>	<p>Oppbygging av studieprogrammet illustreres i følgende tabeller som viser hvilke emner studiet består av per semester for de to fordypningene.</p> <p>Felles emner begge fordypninger:</p> <ul style="list-style-type: none"> - BED-3073 Ledelse- og virksomhetsstyring (10 stp) - BED-3003 Økonomisk psykologi: Analyse av konsumentmarked (10 stp) - BED-3011 Forskningsmetoder og utforming av masterprosjekt (10 stp) - BED-3111 Sustainable innovation (10 sp) - <i>Fra og med kull 2025 vil emnet BED-3101 Digital innovasjon (10 stp) inngå som obligatorisk i begge fordypningene. Emnet gis på våren.</i> <p>Fordypning i innovasjonsledelse:</p> <p>Obligatorisk:</p> <ul style="list-style-type: none"> - BED-3114 Robust organisering (10 stp) - BED-3065 Lederutøvelse (10 stp) - BED-30xx Forretningsutvikling (10 stp) <p>Valgemner vår (2.semester)</p> <ul style="list-style-type: none"> - BED-3059 Strategisk analyse av bedrifter og næringer (10stp) - BED-3013 Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (10 stp) <p>Valgemner høst (3.semester)</p> <ul style="list-style-type: none"> - BED-3077 International marketing (10 stp) - BED-30xx Sustainable Arctic Marketing (10 stp)

Semester			
1. semester	BED-3073 Ledelse og virksomhetsstyring (10 stp)	BED-3111 Sustainable innovation (10 sp)	BED-3003 Økonomisk psykologi: Analyse av konsumentmarked (10 stp)
2. semester	BED-3114 Robust organisering (10 stp)	BED-3065 Lederutøvelse (10 stp)	Valgemne (10 stp)
3. semester	BED-3011 Forskningsmetoder og utforming av mastergrad-sprosjekt (10 stp)	BED-30xx Forretningsutvikling (10stp)	Valgemne (10stp)
4. semester	BED-3902 Masteroppgave i ledelse, innovasjon og marked (30 stp)		

Fordypning i markedsføring

Obligatorisk:

- BED-3113 Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (10 stp)
- BED-3059 Strategisk analyse av bedrifter og næringer (10stp)
- BED-3077 International marketing (10 stp)

Valgemner vår (2.semester)

- BED-3114 Robust organisering (10 stp)
- BED-3065 Lederutøvelse (10stp)

Valgemner høst (3. semester):

- BED-30xx Sustainable Arctic Marketing (10 stp)
- BED-30xx Forretningsutvikling (10stp)

	Semester			
	1. semester.	BED-3074 Ledelse og virksomhetsstyring (10 sp)	BED-3111 Sustainable innovation (10 sp)	BED-3003 Økonomisk psykologi: Analyse av konsumentmarked (10 stp)
	2. semester.	BED-3113 Tjeneste- og relasjonsmarkedsføring (10 stp)	BED-3059 Strategisk analyse av bedrifter og næringer (10stp)	Valgemne (10stp)
	3. semester.	BED-3011 Forskningsmetoder og utforming av mastergradsprosjekt (10 stp)	BED-3077 International marketing (10 stp)	Valgemne (10 stp))
	4. semester	BED-3902 Masteroppgave i ledelse, innovasjon og marked (30 stp)		
Undervisnings-, lærings- og vurderingsformer	<p>Undervisningen består av en kombinasjon av forelesninger, seminarer, øvelser, veiledning og selvstendig arbeid med prosjektoppgaver.</p> <p>Eksamen varierer mellom skoleeksamen, hjemmeeksamen og mappevurdering. Eksamensformen er tilpasset emnets art og innhold, og ulike eksamensformer er valgt for å prøve studenter i forskjellige typer kunnskap samt for å gi dem mulighet til å utvikle sin kompetanse i både skriftlig og muntlig presentasjon. De fleste emnene har obligatoriske arbeidskrav, som må være avlagt og godkjent før endelig eksamen i emnet kan leveres.</p> <p>For vurdering av eksamen benyttes det en karakterskala på 6 trinn fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er ikke bestått.</p> <p>Mulighet for kontinuasjonseksamen vil bli særskilt omtalt i de enkelte emnebeskrivelser</p>			
Relevans	<p>Mastergraden ledelse, innovasjon og marked gir en helhetlig utdanning innen administrasjonsfag, og gir gode muligheter for både spesialisering og faglig bredde. Graden vil passe godt for de som ønsker en karriere innen innovasjon, endringsarbeid og markedsstrategier, og den retter seg mot etablerte og nye virksomheter med både lokale og internasjonale forbindelser. Den legger også grunnlag for en videre forskerkarriere. Studieprogrammet kvalifiserer for ulike ledelses- og utviklingsstillinger både i det private næringsliv og i offentlig sektor. Arbeidsmarkedet har tradisjonelt vært godt. Studieprogrammet gir også tilstrekkelig grunnlag for å delta i forskningsprosjekter og til å starte doktorgradsstudier i ledelse, innovasjon og markedsføring</p>			

Arbeidsomfang	For å nå læringsmålene må studentene forvente å arbeide 40 timer i uken med studiene, inkludert forelesninger, seminarer og selvstudium.
For masteroppgaver/ selvstendig arbeid i mastergrads-program	<p>Studentene skal på slutten av masterstudiet gjennomføre et selvstendig, skriftlig arbeid i form av en masteroppgave på 30 studiepoeng (stp). Masteroppgaven skrives innen valgte fordypning: Markedsføring eller innovasjonsledelse. Masteroppgaven skrives som hovedregel i grupper på 2 (to) studenter.</p> <p>Mer informasjon om arbeidet med masteroppgaven vil være å finne i gitte retningslinjer for masteroppgaver ved Handelshøgskolen ved UiT.</p>
Undervisnings- og eksamensspråk	Primært norsk, men enkelte emner eller deler av emner, kan gis på engelsk.
Internasjonalisering	Studiet har et internasjonalt fokus både gjennom undervisningen og gjennom at det åpnes for utvekslingsopphold. Studieprogrammet settes i en internasjonal kontekst blant annet gjennom bruk av internasjonal litteratur og sammenligning av lokal, regional, nasjonal og internasjonal praksis der hvor det er relevant.
Student-utveksling	<p>Det er tilrettelagt for utenlandsopphold ved at studentene kan velge å ta ett semester ved utenlandsk institusjon. Det anbefales at dette finner sted i 2. semester. Det er mulig å få innpass for emner fra andre institusjoner som del av de obligatoriske emnene i mastergraden.</p> <p>Det anbefales at et utenlandsopphold gjennomføres gjennom eksisterende avtaler med instituttets samarbeidspartnere, men andre alternativer kan godkjennes etter vurdering av instituttet. Utenlandsstudier må være forhåndsgodkjent som del av studentenes utdanningsplan. For mer informasjon om dette kan du ta kontakt med en av studiekonsulentene ved Handelshøgskolen</p>
Praksis	Studiet er koblet til praksis gjennom aktiv bruk av case og praktiske problemstillinger i undervisning og oppgaveløsning. Formålet med koblingen til praksis er å øke studentenes motivasjon og læringsutbytte, samt å gi verktøy som vil være nyttig i arbeidslivet. Studentene kan også velge å skrive masteroppgave i samarbeid med næringsliv eller forvaltning
Administrativt ansvarlig og faglig ansvarlig	Studieprogrammet er et av programmene ved Handelshøgskolen ved UiT, et institutt ved fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi (BFE). Det faglige ansvaret for programmet ivaretas av studieprogramleder for master i ledelse, innovasjon og marked. Administrativ ledelse er Handelshøgskolen ved UiT, BFE Fakultet
Kvalitetssikring	Kvalitetssikringen av studieprogrammet skjer i henhold til Kvalitetssystem for utdanning ved UiT, godkjent av universitetsstyret 25. oktober 2018. Studieprogramevaluering tar for seg områder som er av særlig betydning for helhet og sammenheng i programmet, og for studentenes læringsutbytte. Studieprogrammet evalueres årlig gjennom student- og faglærerevalueringer. Studieprogramleder utarbeider årlig rapport der kvaliteten i studieprogrammet vurderes. Rapporten baseres på evalueringsresultater, tilbakemeldinger og andre relevante grunnlagsdata.

Andre bestemmelser	
-----------------------	--

