

Programbeskrivelse

# Bachelor i ledelse og servicestrategi

180 studiepoeng

2023-2026

*Studiet er etablert av Høgskolekollegiet: 23.10.13; sist endret: 11.04.16 (HK-sak 6/16)*

*Studiet er re-akkreditert av styret: 11.12.20*

*Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 21.09.22 (UU/CLM-sak 117/22)*

## Innhold

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Innledning</b> .....  | <b>2</b>  |
| <b>1.1. Formelle krav</b> .....   | <b>2</b>  |
| <b>2. Læringsutbytte</b> .....  | <b>3</b>  |
| <b>3. Studiets struktur</b> .....                                       | <b>5</b>  |
| <b>3.1 Faglig progresjon</b> .....                                      | <b>6</b>  |
| <b>3.2 1. studieår</b> .....  | <b>8</b>  |
| <b>3.3 2. studieår</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>3.4 3. studieår</b> .....  | <b>10</b> |
| <b>3.5 Valgemner</b> .....  | <b>11</b> |
| <b>3.6 Bacheloroppgave</b> .....  | <b>12</b> |
| <b>4. Undervisnings- og vurderingsformer</b> .....                      | <b>13</b> |
| <b>4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning</b> .....  | <b>13</b> |
| <b>4.2 Eksamens- og vurderingsformer</b> .....                          | <b>14</b> |
| <b>5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling</b> ..... | <b>16</b> |
| <b>5.1 Ordninger for internasjonalisering</b> .....                     | <b>16</b> |
| <b>5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling</b> .....          | <b>16</b> |

# 1. Innledning

Tjeneste- og servicenæringene er i vekst og utgjør en betydelig del av brutto nasjonalprodukt. Samtidig er mange tjenestevirksomheter som skole, helse og transport under press for å levere bedre og mer kostnadseffektive tjenester. Tidligere har det vært vanlig å skille tydelig mellom produkter og tjenester, mens det nå er en trend at tjenester og produkter smelter sammen til en helhetlig leveranse og opplevelse hos kunden. Ofte er det tjenesten som følger produktet som avgjør om produktet lykkes i markedet.

Flere og flere organisasjoner – også produksjonsorienterte virksomheter – etterspør derfor dyktige og serviceorienterte ansatte som kan yte god service og bidra til å heve verdioppfattelsen av bedriften og dens tjenester og fysiske produkter for å differensiere bedriften positivt. Bachelor i ledelse og servicestrategi er utviklet for å møte dette behovet. Programmet skal kvalifisere for fag- og lederstillinger i tjenesteytende næringer og skal uteksaminere servicespesialister som forstår hvordan service kan benyttes til å skape lønnsomme og effektive bedrifter, hvordan man styrer serviceleveranser, bygger gode servicesystemer, utvikler nye bærekraftige tjenester og leder servicemedarbeidere.

Siden tjenester og service skapes i et komplekst samspill mellom virksomhet, medarbeidere og kunder, er det viktig at mange ulike faglige perspektiver belyses i studiet. Bachelor i ledelse og servicestrategi trekker inn det nyeste innen service- og tjenesteforskning og kombinerer dette med grunntanker fra markedsføring. I tillegg har ledelses- og organisasjonsfag stor plass i dette bachelorprogrammet. Kombinasjonen av disse fagfeltene skal sikre at studentene er rustet til å både ta og gjennomføre beslutninger og lede medarbeidere for å skape oppslutning om gjennomføringen av virksomhetens servicestrategi. I tillegg legges det opp til bærekraftig tjenesteutvikling og nødvendige innovasjoner.

## 1.1. Formelle krav

Opptakskrav til studiet er generell studiekompetanse, delkompetanse etter 23/5-regelen eller realkompetanse. Søknad på grunnlag av realkompetanse skal gis individuell behandling, og søker må dokumentere at de innehar de kvalifikasjonene som gjør at de har kompetanse til å gjennomføre studiet. Det henvises til *Forskrift om opptak til høyere utdanning*<sup>1</sup> og *Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høgskolen Kristiania*<sup>2</sup> for mer informasjon.

---

<sup>1</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-01-06-13>

<sup>2</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-01-813?q=H%C3%B8yskolen%20Kristiania>

## 2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høgskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

### **Kunnskap**

Kandidaten...

- har bred kunnskap om teoretiske og praktiske begreper, modeller og prosesser knyttet til ledelse av servicemedarbeidere, tjenesteleveranser og bærekraftige innovasjonsprosesser
- har bred kunnskap om ledelse av prosjekter og prosesser knyttet til samhandling, ledelse, forhandling og påvirkning av kunder, leverandører, samarbeidspartnere og medarbeidere
- har kunnskap om hvor service- og tjenesteforskningen er i dag og kjennskap til de viktigste forskningsbidragene gjennom fagområdets historie samt til hvordan teori, forskningsdesign, empiri og analyse henger sammen
- kjenner til hvor og hvordan teoretisk og praktisk kunnskap, modeller og prosesser utvikler seg innen service og tjenesteleveranser og kan benytte denne kunnskapen til å holde seg selv faglig oppdatert innen arbeidsområdet
- kjenner til utviklingen av tjeneste- og servicenæringene i Norge, til samspillet mellom marked, samfunn og økonomi og til de mekanismene i dette som bidrar til bedriftens lønnsomhet

### **Ferdigheter**

Kandidaten...

- kan anvende teorier, modeller og prosesser knyttet til tjenesteleveranser og bærekraftige tjenester til å analysere kundenes behov og omsette denne informasjonen til konkrete serviceleveranser i tråd med markedets behov og varierte politiske og økonomiske rammevilkår
- kan reflektere over hva god service er og benytte slik refleksjon til å videreutvikle og forbedre egen utøvelse av faget generelt og serviceledelse spesielt
- kan finne frem til og kombinere fagstoff om samspill mellom virksomhet, medarbeidere og kunder, markedsarbeid samt ledelsesfag og benytte dette til å belyse spørsmål knyttet til bruk av service for å skape bærekraftige og lønnsomme virksomheter
- behersker verktøy, teknikker og kommunikative metoder for å ivareta det komplekse samspillet mellom kunde og bedrift i serviceleveransen

## **Generell kompetanse**

Kandidaten...

- har evnen til å reflektere kritisk over og håndtere etiske problemstillinger knyttet til ledelse og serviceleveranser
- kan planlegge og gjennomføre arbeid, prosesser og prosjekter for å identifisere forbedringspotensialer i eksisterende tjenester og servicestrategi og ut fra dette iverksette lønnsomme tiltak for egen organisasjon
- kan ivareta ledelse i tråd med gjeldende lover og retningslinjer og de etiske standarder som gjelder for tjenestebedrifter
- kan utveksle ideer og kritiske tanker rundt bestående teorier innen tjenesteforskning, økonomi, markedsføring og ledelse og gjennom dette utfordre seg selv og andre til nytenkning og forbedring
- kjenner til innovasjonsprosesser, herunder digitalisering av tjenester, og kan benytte dette til innovasjon og utvikling av nye og bedre tjenester

### 3. Studiets struktur

*Bachelor i ledelse og servicestrategi* er et treårig studium som totalt teller 180 studiepoeng, hvorav 150 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og 30 studiepoeng av valgfrie (valgemner).

Studiet gjennomføres over seks semestre, og strukturen er bygget opp på følgende måte:

| <b>Bachelor i ledelse og servicestrategi</b> |  |   |  |                                  |
|--|--|---|--|----------------------------------|
| <b>1. semester</b>                           | <b>Serviceledelse</b><br>7,5 sp  | <b>Introduksjon til service hospitality og reiseliv</b><br>7,5 sp | <b>Markedsføring og forbrukeratferd</b><br>15 sp                       |                                  |
| <b>2. semester</b>                           | <b>Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising</b><br>15 sp    |   | <b>Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse</b><br>15 sp |                                  |
| <b>3. semester</b>                           | <b>Operasjonell serviceledelse, kommunikasjon og påvirkning</b><br>15 sp | <b>Samfunnsvitenskapelig metode</b><br>7,5 sp                     | <b>Bedriftsøkonomi</b><br>7,5 sp                                       |                                  |
| <b>4. semester</b>                           | <b>Valgemne, utveksling eller praksis</b><br>30 sp                       |   |  |                                  |
| <b>5. semester</b>                           | <b>Forretningsjus</b><br>7,5 sp  | <b>Personalledelse</b><br>7,5 sp                                  | <b>Kvantitativ metode</b><br>7,5 sp                                    | <b>Samfunnsøkonomi</b><br>7,5 sp |
| <b>6. semester</b>                           | <b>Bærekraftig tjenesteinnovasjon og forretningsutvikling</b><br>15 sp   |   | <b>Bacheloroppgave</b><br>15 sp  |                                  |

Tabell 1. Oppbygging av emner 1.-3. studieår

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| Obligatoriske emner | Valgfrie emner |
|---------------------|----------------|

### 3.1 Faglig progresjon

I første semester gis en introduksjon til service- og tjenestenæringen. Det gis grunnleggende innføring i tjenester som fagområde med grunnleggende teorier og modeller. Studentene får en grundig innføring i service, hospitality- og reiselivsnæringens oppbygning og organisering nasjonalt og internasjonalt. Det gis videre innsikt i markedsføring og forbrukeratferd for å gjøre studentene i stand til å kommunisere med kunder og brukere i markedet.

Forbrukeratferd gir innsikt i enkeltmenneskers og gruppers atferd i forbindelse med vurdering og kjøp av produkter og tjenester.

I andre semester går studiet nærmere inn på digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising av produkter og tjenester. Dette emnet bygger videre på emnene fra første semester og omhandler også ulike måter å prise produkter og tjenester på samt hvordan man planlegger og styrer distribusjon. Basisemnet *Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse* skal legge grunnlaget for å forstå og reflektere kritisk over endringer i samfunnet og arbeidslivet når det kommer til digitalisering og hvilke muligheter og risikoer det gir samt ulike måter å organisere virksomheter på og ulike tilnærminger til ledelse i disse virksomhetene.

Den overordnede innsikten fra de to første semestrene setter studentene i stand til å forstå tredje semesters spesialiseringsemne. Dette innebærer en fordypning og progresjon innen den delen av studieprogrammet som omhandler ledelse og drift av tjenestevirksomheter. I tredje semester gir *Operasjonell serviceledelse, kommunikasjon og påvirkning* forståelse for de viktigste drift- og ledelsesområdene i privat og offentlig sektor og en fordypning innen konseptutvikling, planlegging og drift av tjenestevirksomheter.

Basisemnet *Samfunnsvitenskapelig metode* på tredje semester gir studentene innsikt i vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Emnet gir en innføring i forskningsprosessen og gir studentene ferdigheter i hvordan man formulerer og tester en hypotese, spesifiserer en problemstilling eller utarbeider et vitenskapelig forankret spørsmål. Basisemnet *Bedriftsøkonomi* bidrar til større forståelse for og en videre fordypning i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og modeller. Videre skal studentene få trening i bruk av økonomiske modeller og økonomiske analysemetoder. På fjerde semester velger studentene fordypning. De kan velge fra en omfattende liste med emner, og fordypningen de velger vil bli et uttrykk for personlig spesialisering. Alternativt til fordypningsemner kan studentene velge studiepraksis i en virksomhet eller utveksling til en internasjonal samarbeidspartner.

Etter fjerde semester har studentene fått tilstrekkelig kunnskap om tjenester og serviceleveranser, samt innsikt i metode, forbrukeratferd, bedriftsøkonomi og markedsføring. Spesialiseringsemnet *Forretningsjus* gir studentene kunnskap om juridisk metode og sentrale lover som påvirker en virksomhets aktiviteter. Emnet gir studentene ferdigheter til å analysere, drøfte og løse forretningsjuridiske spørsmål. *Personalledelse* gir studentene en grunnleggende forståelse for hva det betyr å forvalte arbeidsgiveransvaret på en god måte. Dette innebærer kunnskap om hvilke rettigheter og plikter som gjelder for både arbeidsgiver og arbeidstaker, samt innsikt i systemer og metoder for systematisk oppfølging av

arbeidsgiveransvaret. Disse to spesialiseringsemnene bygger videre på emnet *Operasjonell Serviceledelse, kommunikasjon og påvirkning*, og gir utdypende forståelse av plikter og rettigheter de vil ha i arbeidslivet.

Basisemnet *Samfunnsøkonomi* handler om hvordan vi fordeler ressursene vi har (arbeidskraft, naturressurser og produksjonsutstyr), hvilke faktorer som påvirker økonomien, og hva som kjennetegner økonomien i Norge og i andre land. Basisemnet *Kvantitativ metode* gir kunnskap om kvantitative konsepter og analysemetoder som er sentrale for empirisk samfunnsvitenskapelig forskning og dermed for å produsere troverdig kunnskap i det praktiske liv.

I sjette semester vil studentene ha spesialiseringsemnet *Bærekraftig tjenesteinnovasjon og forretningsutvikling*. Emnet bygger på tidligere tilegnet kunnskap om kundebehov og hvordan man kan utvikle gode prosesser for å øke oppfattet service. Målet med emnet er å skape forståelse for hvordan bærekraftig utvikling og innovasjon gjennom endringer i servicekvalitet og serviceleveranser vil bidra til forretningsutvikling. Et av hovedmålene er å gjøre studentene i stand til selv å lede en strategiprosess og strategisk benytte tjenesteinnovasjon til å oppnå konkurransefortrinn.

I løpet av studiet vil det være progresjon i bruk av casebedrifter og næringslivskontakt. Første studieår skal det først og fremst benyttes typiske servicebedrifter. Andre studieår, når studentene har god innsikt i hva service og tjenester er, skal det trekkes inn bedrifter som ikke først og fremst tenkes på som tradisjonelle servicebedrifter. På denne måten synliggjøres det at også disse benytter, eller bør benytte, service og tilleggstjenester for å oppnå konkurransefortrinn. Videre skal det benyttes offentlig sektor i cases og ekskursionsjoner, siden offentlig sektor både er en relevant arbeidsgiver, utgjør en stor andel av tjenesteytende virksomhet og har gjensidig nytte med studentene av å analysere service og organisering. Siste studieår, når studentene har god kjennskap til serviceindustrien, skal studentene eksponeres for mer utradisjonelle bedrifter som utfordrer det de har lært i studiet, og som gjør dem i stand til kritisk å reflektere over spesialiserings- og fagområdeemnene. Dette vil både bidra til nytenkning i emner som *Bærekraftig tjenesteinnovasjon og forretningsutvikling*, og også gjøre studentene klar til kritisk å reflektere over etablert teori i den avsluttende bacheloroppgaven.

Når det gjelder kompetanse i vitenskapelig metode og kritisk tenkning, går det en rød tråd med progresjon gjennom emnene *Samfunnsvitenskapelig metode, Kvantitativ metode* og *Bacheloroppgave*.



## 3.2 1. studieår

| Emner   | Sp  | Beskrivelse  |
|---|-----|--|
| <b>Markedsføring og forbrukeratferd</b><br>1.studieår                       | 15  | Emnet vil lære studentene å forstå markedsføringsfaget som en helhetlig bedriftsfilosofi. Studentene vil lære om markedsføringsledelse, kundeledelse, produktledelse, merkeledelse, analyse av forbrukeratferd og analyse av marked og konkurransedynamikk. Med denne innsikten vil studenten tilegne seg evnen til å utvikle en markedsplan som strukturerer det planmessige arbeidet fra målsettinger til tiltak.  |
| <b>Organisering, ledelse og digital forretningsforståelse</b><br>1.studieår | 15  | Studentene skal etter endt emne ha grunnleggende kunnskap om hvordan organisasjoner fungerer i dag, og hvilke utfordringer og muligheter som ligger i en digitalisert verden. Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende og kritisk forståelse for organisering, ledelse, strategi, forretningsutvikling og digitalisering, og en forståelse for hvordan disse elementene henger sammen med den øvrige samfunns- og teknologiutviklingen i et historisk perspektiv.<br>Muligheter og utfordringer ved teknologisk fremskritt for virksomheter og samfunnet for øvrig vil diskuteres og knyttes til innovasjon og endring. Emnet er tverrfaglig og baserer sitt teorigrunnlag på samfunns-, ledelses-, strategi-, økonomi-, teknologi- og markedsføringsfag. Etter endt studie skal studentene ha tilegnet seg evnen til å se organisasjonsutvikling og organisasjonsdesign, ledelse, strategiske valg, og teknologiske fremskritt i et større og kritisk historisk perspektiv, samt ha kunnskap om de forretningsmuligheter og utfordringer som ligger i vår digitale tid og nær fremtid. Studentene vil tilegne seg en grunnleggende organisasjons- og forretningsforståelse innenfor sentrale områder som vil være et viktig utgangspunkt for å forstå hvordan de selv kan spille på lag med teknologiutviklingen for å lykkes innen deres respektive fagfelt når de entrer arbeidslivet. |
| <b>Serviceledelse</b><br>1.studieår   | 7,5 | Emnet skal gi innsikt i service og tjenester som logikk. Det legges særlig vekt på å forstå de markedsføringsmessige mulighetene og utfordringene som ligger i servicemøtet. Intern kultur i et serviceperspektiv blir behandlet, og betydningen av relasjoner blir gjennomgått. Det fokuseres videre på den rollen som virtuelle og fysiske servicerom kan spille for å bygge en forretningsmessig effektiv, forbrukermessig bekvemmelig og differensierende serviceopplevelse. Studentene skal utvikle en forståelse av særegenhet ved tjenesteleveranser, og konsekvenser av dette. Emnet tar for seg betydningen av, og implikasjoner for klagehåndtering, markedskommunikasjonens rolle i formidlingen av serviceløftet, samt særegenheter ved offentlige tjenester. Videre legges det vekt på digitaliseringens betydning for serviceutvikling. Emnet tar for seg teorier og modeller for innovasjon og studentene vil lære tilnæringer for å forbedre eksisterende serviceleveranser og tjenester (reovering).  |
| <b>Introduksjon til service, hospitality og reiseliv</b><br>1.studieår      | 7,5 | Emnet er en introduksjon til sentrale temaer knyttet til service, hospitality og reiseliv. Emnet omhandler servicenæringene både i et næringsperspektiv og som globalt samfunnsvitenskapelig fenomen. Det gis en innføring i servicenæringenes historie og vekst, samt i ulike deler av næringene som overnatting, servering, vertskap og  |

|   |    |  |
|---|----|--|
|   |    | opplevelsesnæring. Både offentlig sektor, organisering og fellesgoder blir behandlet. Til slutt er også trender og opplevelser temaer som belyses.   |
| <b>Digital Markedskommunikasjon, distribusjon og prising</b><br>1. studieår | 15 | Emnet gir studentene innsikt i prinsipper og praksis innen digital markedskommunikasjon, prising og distribusjon i tjenestenæringen. Kurset introduser stadier i utvikling av digital markedskommunikasjonsstrategi og anliggender knyttet til utvikling av innhold i den digitale markedskommunikasjonen samt de distribusjonskanaler tjenestevirksomheter benytter. Dette inkluderer nettsider, plattformer for sosiale medier, mobilteknologi, epost og affiliate og betalt media. Studentene får omfattende innsikt i hvordan tjenestenæringen bruker digital markedskommunikasjon og distribusjon i praksis, herunder bl.a. innen PR og mediarelasjoner, merkevarebygging, kommunikasjon, kriseledelse, eCRM og eCommerce. Emnet dekker også metoder tjenestenæringen benytter til å måle og evaluere digitale markedskommunikasjonsstrategier og grad av måloppnåelse i de digitale distribusjonskanalene. Emnet gir innsikt og forståelse i hva prising er og hvordan dette kan praktiseres i tjenestenæringen. Emnet tar for seg grunnprinsippene innen fagområdet og forutsetningene for at prising skal skape økonomisk effekt i en tjenestevirksomhet. Studentene får derved innsikt i forskjellene på tradisjonell og strategisk prising, ulike prissettingsmetoder og hva det innebærer å implementere strategisk prising i en tjenestebedrift. Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene <i>Serviceledelse og Introduksjon til service, hospitality og reiseliv</i> . |

Tabell 2. Emner 1. studieår

### 3.3 2. studieår

| Emner   | Sp  | Beskrivelse  |
|---|-----|--|
| <b>Bedriftsøkonomi</b><br>2.studieår              | 7,5 | Emnet skal gi innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og modeller. Videre skal studentene få trening i bruk av økonomiske modeller og økonomiske analysemetoder. De skal beherske sentrale temaer knyttet til økonomisk rapportering rettet mot bedriftsinterne så vel som bedriftseksterne informasjonsmottakere. Sentralt her står anvendelsen av slike data i beslutningssammenhenger. Studentene skal tilegne seg ferdigheter om økonomistyring og få en grunnleggende forståelse for de viktigste bedriftsøkonomiske begrepene. Dette gjøres ved å få oversikt over kostnader, pris som konkurransemiddel, markedstilpasning, kalkulasjon etter ulike metoder (selvkost- og bidragsmetode), dekningspunktanalyse, litt regnskapsanalyse, produktvalg, investeringsanalyse og budsjettering. |
| <b>Samfunnsvitenskapelig metode</b><br>2.studieår | 7,5 | Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Emnet gir en innføring i forskningsprosessen og gir studentene ferdigheter i hvordan man formulerer og tester en hypotese, spesifiserer en problemstilling eller utarbeider et vitenskapelig forankret spørsmål. Videre skal emnet gi en innføring i valget av kvalitative og kvantitative metoder, metoder for datainnsamling, teoriforankring og analyseteknikker. Studentene får også en innføring i akademisk lesing og skriving, kildehandtering og vurdering av etiske problemstillinger knyttet til forskning   |

|  |    |   |
|--|----|---|
| <b>Operasjonell serviceledelse, kommunikasjon og påvirkning</b><br>2. studieår | 15 | <p>Studentene skal etter endt emne ha innsikt i operasjonell serviceledelse, herunder teoretisk og praktisk kunnskap om hvordan nye servicekonsepter utvikles og hvordan daglig drift serviceleveransesystemer organiseres og styres. Studentene skal ha innsikt i typiske operasjonelle utfordringer serviceledere står overfor og hvordan disse kan håndteres. Spesielt fokus blir lagt på utvikling av servicekonsepter, prosjektledelse, prosessanalyse og design av serviceprosesser, samt styring av forsyningskjeder, lokaler, lagre, ansatte, kapasitet og kvalitet. Emnet skal gjøre studentene i stand til å forbedre og effektivisere serviceleveransesystemer og serviceprosesser. De skal få innsikt i relevante verktøy, teknikker og prinsipper for systematiske prosessanalyser, kartlegging av serviceleveranse, operasjonell serviceplanlegging og kontinuerlig forbedring av tjenester og ledelse av prosjekter.</p> <p>Studentene skal etter endt emne også ha innsikt i kommunikasjon og påvirkningsprinsipper for å sikre samspill med alle interessenter for å lykkes med serviceleveranser. De skal ha innsikt i hvordan dette kan anvendes i avtaleinngåelse med kunder og samarbeidspartnere, ledelse av servicemedarbeidere og utvikling av kunderelasjoner. Fokuset er på hvordan man kan utøve påvirkningsprosesser for å nå mål gjennom og i samarbeid med andre. Studentene lærer konkrete forhandlingsteknikker, psykologisk påvirkningsprinsipper og en helhetlig metode for strategisk påvirkning. De lærer videre forskjellen på integrasjonsforhandlinger og fordelingsforhandlinger, og hvordan de kan ta rollen som meglere for å hjelpe andre med å komme frem til løsninger. Emnet vil også ta for seg kommunikasjon og etiske prinsipper for påvirkning og salg.</p> |
|--|----|---|

Tabell 3. Emner 2. studieår

### 3.4 3. studieår

| Emner                                   | Sp  | Beskrivelse   |
|---|-----|---|
| <b>Samfunnsøkonomi</b><br>3.studieår    | 7,5 | <p>I dette emnet får studentene en innføring i samfunnsøkonomisk teori og analyse. Det handler om hvordan vi fordeler ressursene vi har (arbeidskraft, naturressurser og produksjonsutstyr), hvilke faktorer som påvirker økonomien, og hva som kjennetegner økonomien i Norge og i andre land.</p> <p>Første del av emnet er en innføring i mikroøkonomiske begreper og analyse, med hovedvekt på konsumenters og produsenters tilpasning i et marked. Analysen inkluderer kunnskap om hvordan pris og produksjon endrer seg under ulike markedsforhold, og hvordan etablering av monopol eller politiske tiltak påvirker samfunnsøkonomisk overskudd.</p> <p>I makroøkonomien er fokuset på samfunnets økonomi som helhet, hvordan et lands økonomi fungerer, både nasjonalt og internasjonalt. Hvilke faktorer påvirker vekst og økonomisk aktivitet i et land, hvordan måles denne aktiviteten og hvilke tilgjengelige verktøy har politiske myndighetene for å påvirke økonomien. I sistnevnte tilfelle studeres virkningen av myndighetenes penge- og finanspolitikk under ulike forutsetninger. Emnet inkluderer også en forståelse for sentrale begreper og sammenhenger, blant annet arbeidsledighet, inflasjon, fordeling, handel og internasjonal økonomi.</p> |
| <b>Kvantitativ metode</b><br>3.studieår | 7,5 | <p>Emnet bygger på Samfunnsvitenskapelig metode og gir videre kunnskap om kvantitative konsepter og analysemetoder som er sentrale for empirisk samfunnsvitenskapelig forskning og dermed for å produsere</p>   |

|  |     |   |
|--|-----|---|
|  |     | troverdige kunnskap i det praktiske liv. Hensikten med kurset er å lære studentene og innhente, behandle og analysere data og tolke og forstå betydningen av resultatene fra statistiske analyser, samt formidle denne kunnskapen   |
| <b>Bærekraftig tjenesteinnovasjon og forretningsutvikling</b><br>3. studieår | 15  | Emnet bygger på tidligere tilegnet kunnskap om kundebehov og hvordan man kan utvikle gode prosesser for å øke oppfattet service. Målet med emnet er å skape forståelse for hvordan bærekraftig utvikling og innovasjon gjennom endringer i servicekvalitet og serviceleveranser vil bidra til forretningsutvikling. I tillegg er fokuset å forstå hvordan prosesser for tjenesteinnovasjon hemmes og kan fremmes og hvordan man strukturert kan arbeide med hele organisasjonen for å øke kundenes nytte. Viktige temaer som belyses i dette kurset er utnyttelse av teknologi i innovasjonsarbeidet, co-creation mellom organisasjon og kunde, innovasjonsstrategier og ledelse av innovasjonsprosesser. Studentene vil spesielt se på digitale løsninger for service og tjenester som knyttes til ulike tradisjonelle og nye forretningsmodeller for å oppnå en langsiktig og bærekraftig servicestrategi. Et av hovedmålene er å gjøre studentene i stand til selv å lede en strategiprosess og strategisk benytte tjenesteinnovasjon til å oppnå konkurransefortrinn. |
| <b>Personalledelse</b><br>3. studieår  | 7,5 | Studentene skal tilegne seg en grunnleggende forståelse for hva det betyr å forvalte arbeidsgiveransvaret på en god måte. Dette innebærer kunnskap om hvilke rettigheter og plikter som gjelder for både arbeidsgiver og arbeidstaker, samt innsikt i systemer og metoder for systematisk oppfølging av arbeidsgiveransvaret. Et særskilt fokus legges på å innarbeide forståelse for hvordan en ryddig forvaltning av arbeidsgiveransvaret er en forutsetning for at de ansatte skal prestere godt innenfor sine arbeids- og ansvarsområder. Noen sentrale temaer som gjennomgås vil være HMS, oppfølging av sykefravær, rekruttering, kompetanse- og personalplanlegging, stillingsbeskrivelser, arbeidsordninger, lønns- og personalpolitikk, etisk personalbehandling og personaldatasystemer. Andre temaer i dette emnet handler om hvordan man skal skape en god servicekultur blant medarbeidere, hvordan de ansatte oppfatter egne roller og utfordringer i servicearbeidet og hvordan man kan håndtere slike utfordringer som teamleder.                         |
| <b>Forretningsjus</b><br>3. studieår   | 7,5 | Emnet gir kunnskap om juridisk metode og sentrale lover som påvirker en virksomhets aktiviteter. Emnet gir studentene ferdigheter til å analysere, drøfte og løse forretningsjuridiske spørsmål. Emnet inneholder temaer som juridisk metode, markedsrett, selskapsrett, avtalerett, kjøpsrett og arbeidsrett.  |

Tabell 4. Emner 3. studieår

### 3.5 Valgemner

På 4. semester skal studentene ta valgemner som alene eller til sammen utgjør 30 studiepoeng. Det vil til enhver tid finnes en oppdatert liste over tilgjengelige valgemner på Høgskolen Kristianas hjemmesider. Studentene kan velge fra alle valgemner som tilbys, bortsett fra valgemner som overlapper med eksisterende emner på studiet. Dette finnes det informasjon om i emnebeskrivelsene.

For oppdatert liste over tilgjengelige valgemner og emnebeskrivelser, gå til <https://kristiania.no/valgemner>

Det tas forbehold om endringer i hvilke valgemner som tilbys.

## 3.6 Bacheloroppgave

| Emne                   | Sp    | Beskrivelse   |
|------------------------|-------|---|
| <b>Bacheloroppgave</b> | 15 sp | Bacheloroppgaven er et vitenskapelig arbeid der studentene skal benytte kunnskap og ferdigheter de har opparbeidet seg i løpet av bachelorgraden. Oppgaven tar utgangspunkt i en selvvalgt problemstilling som skal besvares. Studentene skal gjennom prosessen få erfaring med å forfatte en lengre oppgave, vise kunnskaper og ferdigheter i utredningsmetodikk, evne til refleksjon og drøfting av teori. Modenhet i språkføringen og skriveprosessen, evne til å se en rød tråd i et lengre arbeid, samt det å kunne arbeide effektivt i grupper, er avgjørende |

**Tabell 5. Bacheloroppgave 6. semester**

## 4. Undervisnings- og vurderingsformer

### 4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Bachelor i *ledelse og servicestrategi* er designet slik at summen av emnene og studiarbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2 i denne programbeskrivelsen.

De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde innen kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter, mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen.

Arbeids- og undervisnings- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnets bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Bachelorprogrammet legger vekt på å bygge en bred kompetanse innen fagfeltet og på å oppøve studentens evne til selvstendig arbeid. Undervisningen har som mål å kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høgskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høgskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for og fasilitere studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor påregne en betydelig egeninnsats.

De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter ved Bachelor i *ledelse og servicestrategi* er beskrevet i det følgende.

- Forelesninger
- Plenumsdiskusjoner
- Problembasert gruppearbeid
- Komplekse caseoppgaver
- Ekskursjoner

- Bedriftspresentasjoner
  - Selvstudium
  - Kollokviégrupper
- Klikk for [teksthåndbok](#)

For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov.

I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

Underveis i studieløpet gjennomføres det studieløpsspesifikke faglige arrangementer, hvor gjesteforelesere, eksterne organisasjoner og næringslivsaktører kan delta. Prosjektene kan være styrt av emneansvarlig og/eller studenter og støttes av administrative ressurser. Det henvises til studiets emnebeskrivelser for nærmere informasjon.

## 4.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende tilbakemelding eller som en karakter (eksamen).

Ved Høgskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering *som* læring, vurdering *for* læring og vurdering *av* læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens *formålet* varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat. Denne type vurdering oppfatter vi som en del av undervisningsformene, og disse finnes igjen i kapittel 4.1 ovenfor.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes, eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved *Bachelor i ledelse og servicestrategi* vil studentene møte følgende eksamensformer:

- Muntlig eksamen
- Eksamen under tilsyn
- Multiple Choice
- Hjemmeeksamen
- Mappeeksamen
- Semesteroppgave
- Bacheloroppgave

Klikk for [teksthåndbok](#).

I enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen. Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis.

En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

For utfyllende informasjon om eksamen og obligatorisk aktivitet, se Høyskolen Kristianas hjemmesider.



## 5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Med henvisning til Studietilsynsforordningen av februar 2017 (§ 2-2, pkt 7 og 8) har studiet ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart. Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

### 5.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Studietilbudet er satt i en internasjonal kontekst og eksponerer studentene for et variert perspektiv på ledelse og servicestrategi. Dette oppnås gjennom bruk av internasjonal litteratur og internasjonale cases i undervisning.

For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

### 5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

Høgskolen Kristiania har avtaler med flere utenlandske læresteder som gir studentene mulighet til å ta et semester i utlandet.

Høgskolen har følgende mobilitetsprogram:

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa
- «Exchange» eller «Study Abroad» program, for studenter i og utenfor Europa

For *Bachelor i ledelse og servicestrategi* er det tilrettelagt for utveksling i 4. semester.

Høgskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og studieoppholdets relevans sikres av studieprogramleder. Utvekslingssemner fra partnere godkjennes av studieprogramleder, for innpass i aktuelle bachelorgrader, her med omfang tilsvarende 30 studiepoeng. Godkjenningen er basert på universitetenes tilbud av emner som bygger på/ikke overlapper andre emner på bachelor i ledelse og servicestrategi.

Følgende studiesteder i utland er aktuelle for Bachelor i ledelse og servicestrategi:

- University of Queensland, Brisbane, Australia
- RMIT University, Melbourne, Australia
- University of Zaragoza, Spania
- RMIT, Hanoi og Ho Chi Minh City, Vietnam

- University of Hertfordshire, Hatfield, England
- University of California, Berkeley (UCB), USA
- Hawaii Pacific University, Honolulu, USA
- ISM, Cologne, Dortmund og Frankfurt, Tyskland

Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høyskolen Kristiania på utreisetidspunktet. For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert.

For nominering til studentutveksling stilles det som regel krav til normert studieprogresjon, karakterer og motivasjonsbrev. Det kan også stilles krav til dokumentasjon av kreativt arbeid/porteføljer og Høyskolen Kristiania kan gjennomføre intervjuer av søkere til utveksling. Høyskolen Kristiania har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner. Vær oppmerksom på at det er et begrenset antall utvekslingsplasser ved studiestedene.

Det tas forbehold om endringer av aktuelle studiesteder, og oppdatert informasjon publiseres på høyskolens nettside. Se utfyllende informasjon om utveksling her:

<https://www.kristiania.no/for-studenter/studier-i-utlandet/utveksling/>