

Programbeskrivelse

Bachelor i hotelledelse

Heltid

Stedbasert

180 studiepoeng

Gyldig fra 2024

Studiet er etablert av Høyskolekollegiet: 20.10.10; endret: 11.04.16 (HK-sak 6/16)

Studiet er re-akkreditert av styre: 11.12.20

Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 21.09.22 (UU/CLM-sak 116/22)

Innhold

1. Innledning	3
1.1 Formelle krav.....	3
2. Læringsutbytte.....	4
3. Studiets struktur	6
3.1 Faglig progresjon.....	7
3.2 1. studieår.....	8
3.3 2. studieår	10
3.4 3. studieår	11
3.5 Valgemner.....	12
3.6 Bacheloroppgave	13
4. Undervisnings- og vurderingsformer.....	14
4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	14
4.2 Eksamens- og vurderingsformer	15
5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	17
5.1 Ordninger for internasjonalisering.....	17
5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	17

1. Innledning

Hotellnæringen er en voksende næring i Norge og den viktigste av reiselivsnæringene. Hotellnæringen er preget av store kjeder, men med mange frittstående små og mellomstore bedrifter spredt over hele landet i byer og distrikter. Næringen har et sterkt behov for medarbeidere med høy kompetanse innenfor drift, økonomi, ledelse og markedsfag, som alle er kjerneområder ved Høyskolen Kristiania. Bachelor i hotelledelse tar sikte på å gi studentene en faglig plattform for moderne og fremtidsrettet ledelse av hoteldrift.

Studieprogrammets relevans sett opp mot næringens behov blir ivaretatt gjennom nær dialog med næringens bedrifter, et formalisert bransjeråd og programråd, samt løpende dialog med relevante bransjeorganisasjoner. Høyskolen Kristiania tilbyr denne utdanningen i Oslo og Bergen, og har en voksende studentmasse som fortsetter å gi studiet økende markedsandeler på landsbasis.

Utdanningen er tydelig posisjonert mot å skape verdier for eiere, kunder og ansatte gjennom dyktiggjøring av studentene på fagområdene hotell- og restaurantdrift, serviceledelse, salg og markedsføring, ledelse av medarbeidere og inntekts- og kostnadsstyring. Det siste med vekt på pris- og kapasitetsstyring gjennom revenue management. Høyskolens interne fokus på forretningsdrift og forretningsforståelse, kombinert med forskningsfokus på markeds kunnskap, blir i studiet overført på aktuelle problemstillinger innenfor hotell- og restaurantledelse. Høyskolen Kristiania har et voksende miljø for forskning og utdanning innen forbrukeradferd, markedsføring, reiseliv og opplevelser. Dette miljøet bidrar også med styrke og faglig innhold til utdanningen i hotelledelse.

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*¹ og *Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høyskolen Kristiania*² for mer informasjon.

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

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

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høyskolen 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 kunnskap om teoretiske og praktiske begreper knyttet til forskning rundt lønnsom drift, utvikling og ledelse av hotell- og reiselivsbedrifter
- har kunnskap om hvor ledelsesforskningen er i dag og kjennskap til de viktigste forskningsbidragene innen ledelse relatert til ledelse av hotell- og restaurantbedrifter
- har innsikt i marked, samfunn og økonomi for å kunne forstå mekanismene som bidrar til bedriftens lønnsomhet
- har kunnskap om hvilke offentlige krav, lover og regler som gjelder for næringen og hva dette betyr for ledelse av hotell- og restaurantbedrifter
- har kunnskap om ulike roller som hotellbedrifter har for utvikling og drift av destinasjoner og øvrige kommersielle aktører som er en del av reiselivsbransjen
- har kunnskap innen økonomi og lønnsomhetsvurderinger, kapasitetsstyring og prissetting og distribusjon fra et strategisk og driftsmessig perspektiv
- har kunnskap om ledelse i hotellbransjen, herunder rekruttering, opplæring, medarbeiderutvikling og forvaltning av personalansvaret
- har kunnskap om forskningsprosessen og hvordan teori, forskningsdesign, empiri og analyse henger sammen
- har kunnskap om hvor og hvordan man kan vedlikeholde og oppdatere sin kunnskap over tid

Ferdigheter

Kandidaten...

- kan treffe begrunnede valg basert på faglig innsikt og har evne til å analysere komplekse problemstillinger
- kan finne og anvende ny kunnskap fra forsknings- og utviklingsarbeid knyttet til fagområdene i studiet, samt vise refleksjon og kritisk holdning til anvendelse av kunnskap
- kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne underveis
- kan bidra ved implementering av strategisk prising, kapasitet og distribusjonsstyring i en hotell- og restaurantbedrift
- har ferdigheter til å kritisk kunne vurdere budsjetter, prognoser og resultatregnskap.

- besitter ferdigheter til å analysere hvordan hotellbedrifter kan påvirke en destinasjons konkurransefortrinn
- kan identifisere forbedringspotensialer i eksisterende tjenester og servicestrategi
- kan bruke faglige støtteverktøy som inngår i studiet knyttet til fagområdene kapasitetsstyring, strategisk prising og markedsundersøkelser
- kan utøve personalledelse i tråd med gjeldende lover og retningslinjer

Generell kompetanse

Kandidaten...

- har evnen til å utfordre seg selv og andre ved å stille kritiske spørsmål og våge å tenke nytt
- har evnen til nytenkning gjennom å diskutere, forstå og utfordre bestående teorier innen tjenesteforskning, økonomi, markedsføring og ledelse
- har evnen til å reflektere kritisk og håndtere etiske problemstillinger i ledelse av hotell- og restaurantbedrifter
- har kompetanse om hvordan kapasitetsstyring, distribusjon og strategisk prissetting kan anvendes i hotell- og restaurantdrift
- har kompetanse til å planlegge og gjennomføre prosjekter i tråd med de krav og retningslinjer som er definert i de ulike prosjektene
- har evnen til å formidle sentrale faglige temaer, både skriftlig og muntlig
- har kompetanse som gir bakgrunn for å diskutere bransjens og næringens fremtidige utfordringer, utvikling og innovasjon
- kan tenke kritisk rundt kildebruk, informasjonsbehandling, formidling og markedsføring til ulike grupper

3. Studiets struktur

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

Studiet består av fire komponenter: basisemner, spesialiserings- og fagområdeemner, valgemner/utveksling og en obligatorisk bacheloroppgave.

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

Bachelor i hotelledelse				
1. semester	Introduksjon til service, hospitality og reiseliv 7,5 sp	Serviceledelse 7,5 sp	Markedsføring og forbrukeradferd 15 sp	
2. semester	Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising 15 sp		Organisasjon, ledelse og digital forretningsforståelse 15 sp	
3. semester	Hotell- og restaurantdrift 15 sp		Samfunnsvitenskapelig metode 7,5 sp	Bedriftsøkonomi 7,5 sp
4. semester	Valgemne, utveksling eller praksis 30 sp			
5. semester	Strategisk Revenue Management 7,5 sp	Destinasjoners konkurransevne 7,5 sp	Kvantitativ metode 7,5 sp	Samfunnsøkonomi 7,5 sp
6. semester	Operativt og personlig lederskap 15 sp		Bacheloroppgave 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 forbrukeradferd 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 spesialiseringsemner. Dette innebærer en fordypning og progresjon innen den delen av studieprogrammet som omhandler ledelse og drift av hotell- og restaurantbedrifter. I tredje semester gir *Hotell- og restaurantdrift* forståelse for de viktigste drift- og ledelsesområdene i bransjen og en fordypning innen konseptutvikling, planlegging og drift av mat og drikke avdelinger i hoteller og restauranter. Basisemnet *Samfunnsvitenskapelig metode* 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 lang liste emner, som ikke må overlape eksisterende emner i studieprogrammet. Alternativt kan de velge studiepraksis eller utveksling.

Etter valgemner eller utveksling fjerde semester, er studentene klare for flere spesialiseringsemner i femte semester. *Strategisk Revenue Management* gir utfyllende kunnskap om teoriene og den strategiske og praktiske anvendelsen av pris- og kapasitetsstyring i hospitality næringen og *Destinasjoners konkurranseevne* belyser hvordan hotellnæringen er avhengig av destinasjonens konkurranseevne, hvordan denne konkurranseevnen blir påvirket og kan bearbeides. 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 er studentene faglig modne for spesialiseringsemnet *Operativt og personlig lederskap*. Faget tar for seg ledelse av andre mennesker. I det ligger en forståelse at ledelse har med det å ta ansvar å gjøre, ansikt-til-ansikt påvirkning, meningsskaping, samt skape en form for kollektiv innsats mot felles mål. Studentene lærer også om grunnleggende HR-faglige temaer og muligheten en leder har til å nå kvalitative og kvantitative mål gjennom andre i en serviceorganisasjon. I dette emnet skal studentene i tillegg utvikle en plattform for sitt personlige lederskap og kunne reflektere over egen lederpraksis og kompetanse i en fremtidig profesjonell lederrolle.

Studentene er nå klare for den avsluttende *Bacheloroppgaven*, der sentrale deler av studiet blir anvendt i kritisk refleksjon rundt etablert teori.

Det vil i løpet av studiet være progresjon i bruken av relevante casebedrifter og næringslivskontakt. Anvendelse av kompetente og relevante gjesteforelesere fra bransjen, presentasjon av aktuelle problemstillinger fra bransjen og bedriftsbesøk, der både vanskelighetsgrad og kompleksitet følger studiets fremdrift.

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
Markedsføring og forbrukeratferd 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.
Organisering, ledelse og digital forretningsforståelse 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.

		<p>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.</p>
Serviceledelse 1. studieår	7,5	<p>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.</p> <p>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).</p>
Introduksjon til service, hospitality og reiseliv 1. studieår	7,5	<p>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 opplevelsesøkonomi. Både offentlig sektor, organisering og fellesgoder blir behandlet. Til slutt er også trender og opplevelser temaer som belyses.</p>
Digital markedskommunikasjon, distribusjon og prising 1. studieår	15	<p>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</p>

		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
Samfunnsvitenskapelig metode 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, kildebehandling og vurdering av etiske problemstillinger knyttet til forskning
Bedriftsøkonomi 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.
Hotell- og restaurantdrift 2. studieår	15	Dette emnet er et spesialiseringsemne som gir forståelse for de viktigste drift- og ledelsesområdene i hotell og restaurantbransjen og en grundig innføring i hotell- og restaurantdrift som fagområde. Emnet gir en internasjonal tilnærming til hotell- og restaurantdrift og en oversikt over de viktigste utfordringene tilknyttet drift og ledelse av hotell- og restaurantbedrifter. Ulike hotell- og restaurantkonsepter, driftsmodeller, kjeder, franchise og frittstående hoteller gjennomgås både på nasjonalt og internasjonalt nivå. Emnet tar også for seg økonomiske temaer som budsjett, nøkkeltall og kostnadskontroll i hotell- og restaurantbedrifter. Studentene skal også bli faglig kompetente til å utvikle, planlegge og drifte mat og drikkeavdelinger

		<p>i og utenfor hoteller. De skal vite hva det innebærer å drive en restaurant og hvilke økonomiske og konseptuelle muligheter hotellbransjen har ved utøvelsen av profesjonell restaurantdrift. Dette innebærer forståelse for økonomisk planlegging, relevante lover og regler for mat og drikke servering, menyer og menyplanlegging, prising og pristeknikker, innkjøp og lagerhåndtering av mat og drikke, produksjon og servering av mat og drikke, svinnproblematikk, bemanning og kvalitetssikring av drift av mat- og drikkeavdelinger.</p> <p>Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene <i>Serviceledelse og Introduksjon til service, hospitality- og reiseliv</i>.</p>
--	--	---

Tabell 3. Emner 2. studieår

3.4 3. studieår

Emner	Sp	Beskrivelse
Kvantitativ metode 3.studieår	7,5	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 troverdig 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
Samfunnsøkonomi 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>
Destinasjoners konkurransevne 3. studieår	7,5	Emnet omhandler faktorer som påvirker destinasjoners konkurransevne og hotellets rolle i dette bildet. Emnet omhandler videre hotellets muligheter til å kunne påvirke destinasjoners konkurransekraft blant annet gjennom koordinert merkevarebygging

		og destinasjonsutvikling. Det legges vekt på at studentene får innsikt i hotellet som en integrert del av en destinasjon og dets muligheter i forhold til destinasjonsselskap og andre interessenter i destinasjonen. Emnet gir også en innføring i hvordan verdens hurtigst voksende segment innen naturbasert turisme, adventure turisme, kan bidra til både destinasjonens og hotellets konkurranseevne.
Strategisk Revenue Management 3. studieår	7,5	<i>Strategisk Revenue Management</i> bygger videre på kunnskap fra emnene <i>Digital markedskommunikasjon, prising og distribusjon og Hotell- og Restaurantdrift</i> . Emnet gir utfyllende kunnskap om teoriene bak pris og kapasitetsstyring. Studentene får særlig utdypet sin forståelse for ulike typer prisstrategier, særlig strategisk verdibasert prising, kapasitetsstyring, prognose og beslutningsmodeller samt de økonomiske aspektene ved implementering og drift av Revenue Management i en servicebedrift. Studentene får innsikt i hvordan et tett samarbeid mellom ulike fagområder i en hospitality bedrift er avgjørende for å skape et økonomisk lønnsomt utbytte over tid. Den teknologiske utviklingen, kompleksiteten, internasjonaliseringen og de økonomiske aspektene ved distribusjon i hotell- og reiselivsnæringen utgjør en del av dette fagområdet.
Operativt og personlig lederskap 3. studieår	15	Dette emnet er todelt. Den ene delen tar for seg ledelse av andre mennesker. I det ligger en forståelse at ledelse har med det å ta ansvar å gjøre, ansikt-til-ansikt påvirkning, meningsskapning, samt skape en form for kollektiv innsats mot felles mål. Emnet tar utgangspunkt i "virkeligheten" mange ledere står i og ikke normative idealer. Faget har et praksisperspektiv, men samtidig vil vi gå gjennom bærende teori, definere forskningsfronten, vise bredden, forskningen bak og kritikken mot de enkelte teorier og retninger. Det andre sentrale målet er å gi studentene innsikt i utvalgte deler av HR-faget. Dette vil være grunnleggende HR-faglige temaer, som en leder innenfor hotell- og restaurantbransjen bør beherske, herunder en kort innføring i HMS, arbeidstidsregler, overordnet om tariffavtale/lønnsdannelse og arbeidslivets spilleregler for drøftinger ved drifts- og organisasjonsendringer.

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 Høyskolen 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
Bacheloroppgave	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 hotelledelse er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet 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 tilleggstoff som ikke foreligger i trykt form.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høyskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høyskolen 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 hotelledelse er beskrevet i det følgende.

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

- Selvstudium
- Kollokviégrupper

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 Høyskolen 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 hotelledelse vil studentene kunne møte følgende eksamensformer:

- Muntlig eksamen

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

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 Studietilsynsforskriften 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.

Ordninger for internasjonalisering kan omfatte en rekke aktiviteter, slik som bruk av internasjonal litteratur, internasjonale gjesteforelesere, utenlandske studenter på innveksling eller studenters deltagelse på internasjonale konferanser eller workshops i utlandet (listen er ikke uttømmende).

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

5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

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

Høyskolen 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 hotelledelse tilrettelegges det for utveksling i 4. semester.

Høyskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og studieoppholdets relevans sikres av studieprogramleder. Utvekslingsemner fra partnere godkjennes av studieprogramleder, for innpass i aktuelle bachelorgrader, her med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*.

Følgende studiesteder i utland er aktuelle for Bachelor i hotelledelse:

- University of Queensland, Brisbane, Australia
- RMIT University, Melbourne, Australia
- University of Hertfordshire (UH), Hatfield, England

- ISM International School of Management (Cologne, Dortmund og Frankfurt), Tyskland
- University of California, Berkeley (UCB), USA
- Hawaii Pacific University (HPU), USA
- RMIT University, Hanoi, Vietnam
- Ho Chi Minh City/Saigon South, Vietnam

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/>