



Studieplan for
Mastergradsprogrammet
Master of Business Administration (MBA)
Erfaringsbasert master i strategisk ledelse og økonomi

Navn:

Master of Business Administration
Erfaringsbasert Master i strategisk ledelse og økonomi

Oppnådd grad:

Mastergradsprogrammet leder frem til graden *Master of Business Administration*

Opptakskrav:

Studiet er et erfaringsbasert mastergradsprogram. For å bli tatt opp, kreves derfor utdanning tilsvarende bachelorgrad, evt. den tidligere cand.mag.-grad eller utdanningsløp av minimum 3 års omfang. Det er satt et faglig minstekrav der det kreves karakteren C, beregnet som vektet gjennomsnitt av de karakterene som utgjør opptaksgrunnlaget. I tillegg kreves det minimum 2 års relevant yrkespraksis. Med relevant yrkespraksis menes her arbeidserfaring som kan knyttes til programmets profil innen ledelse og organisasjon, markedsføring, økonomisk styring og finansiell analyse, eller erfaring fra arbeid med oppgaver som kan relateres til utdanningen som danner grunnlaget for opptaket.

Målgruppe:

Målgruppen for studiet er næringslivet – studiet skal bidra til en bedre forståelse av økonomi, markedsføring og ledelse i næringslivet i nord.

Læringsmål:

Etter å ha fullført programmet skal studentene ha oppnådd følgende læringsmål:

- *Tilpasset lederutdanning:* Hver student skal få en utdanning som passer til sin tidligere ledelses- og yrkeserfaring. Alle skal oppleve en kompetanseheving.
- *Flerfagligbasert ledelse:* Studenter skal være i stand til å kombinere innsikter fra økonomi, markedsføring og ledelse/organisasjon og anvende disse på praktiske problemstillinger som bedriften står overfor.
- *Analytiske evner:* Studenten skal øke sin kunnskap til å tenke analytisk og øke sin kompetanse til å ta beslutninger basert på resonnement.
- *Strategisk ledelse:* Studenten skal videreutvikle / øke sin kompetanse til å tenke og handle strategisk.
- *Innovativ ledelse:* Gjennom forskningsbasert undervisning skal studenter eksponeres for nytenkning innenfor ledelse, økonomi, markedsføring og organisasjon. Studentene skal kunne anvende ervervet kunnskap til å forstå og bidra til økt verdiskapning i en bedrift.

Faglig innhold:

Master of Business Administration er et breddestudium som øker studentenes kompetanse i ledelse og økonomi. Programmet er erfaringsbasert og er tilpasset studenter som har sin utdanning fra andre områder enn økonomi og ledelse. Det består av tre fagområder: økonomi, markedsføring og organisasjon og ledelse. Programmet tar utgangspunkt i studentens (arbeids-) erfaring og skal øke ledelseskompetansen hos hver enkel student.

Programmet er bygd opp rundt en rekke emner som adresserer henholdsvis ledelse, markedsføring, økonomistyring og finansiell analyse og forskningsmetode. Et eget fordypningsemne dreier seg om strategi- og styringsutfordringer i næringslivsvirksomheter. En avsluttende masteroppgave gir

studenten anledning til å spesialisere seg innenfor et utvalgt tema innenfor økonomi og ledelse i næringslivet.

Følgende emner inngår i programmet:

Organisasjon og ledelse (10 stp)

Emnet tar for seg grunnleggende begreper i organisasjonsteorien, og presenterer teorier om ledelse, teorier om design av formell organisasjonsstruktur, og ulike aspekter ved endringsledelse. Gjennom innsikt i design av formell struktur, presenteres godt utprøvde og nye prinsipper for organisasjonsutforming. I tillegg tydeliggjøres muligheter og begrensninger ved formell struktur som virkemiddel i planlagte endringer. Som et bakteppe drøftes ledelse ut fra i hvilken grad og hvordan ledere har betydning for organisatoriske resultater.

1 arbeidskrav: Etter første samling, kan gjøres i grupper på 2 stykker. Hjemmeeksamen tilsvarende én ukes arbeid (ca 40 timer). Hjemmeeksamen kan gjøres i grupper på 2 stk . Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Markedsføringsledelse (10 stp)

Emnet gir en generell innføring i analyse, planlegging, gjennomføring og evaluering av markedsføringstiltak. Først tas opp sentrale begreper og modeller knyttet til markedsføringsledelse, som forbrukstrender, kjøpsatferd, konkurrentanalyser, segmentering og kundetilfredshet. Deretter går en over til anvendelse i form av planlegging og gjennomføring av markedstiltak. Sentrale tema vil være produktutvikling, prissetting, distribusjon og markedskommunikasjon.

Hjemmeoppgave i form av en markedsplan for egen eller en gitt bedrift eller organisasjon. Hjemmeeksamen kan gjøres i grupper på 2 stk. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Økonomisk styring og finansiell analyse (10 stp)

Emnet gir studentene basiskunnskap i faget økonomistyring, slik at de kan bruke kunnskapen i sitt daglige arbeid. Deltakerne får grunnleggende kjennskap til bedriftsøkonomiske begreper samt teoretisk og praktisk innsikt i å bruke regnskap og finansiering som verktøy. Studentene utvikler kompetanse innen økonomisk styring av virksomheter samt analyse av regnskapsrapporter og finansieringsmodeller. Videre tilegner studentene seg kunnskap om ulike økonomiske planleggingsmodeller og finansieringsstrategier.

1 arbeidskrav: Etter første samling, kan gjøres i grupper på 2 stykker. Hjemmeeksamen tilsvarende én ukes arbeid (ca 40 timer). Hjemmeeksamen kan gjøres i grupper på 2 stk. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Metode (10 stp)

Emnet skal gjøre studenten i stand til å gjennomføre et forskningsprosjekt og skrive sin masteroppgave på en god måte. Til det trengs en innføring i den vitenskapelige genren, og hvilke krav som stilles til den. Fokus er på avgrensning av forskningstema, utforming av problemstilling og struktur i oppgaven. De grep som forskere bruker for å

bestemme hva eller hvem som skal undersøkes, og hvordan undersøkelsen skal foregå, kalles forskningsdesign. Her benyttes kvalitative og kvantitative metoder for å fange inn data i forhold til den design man har bestemt seg for.

1 arbeidskrav: Etter første samling, kan gjøres i grupper på 2 stykker.

Hjemmeeksamen tilsvarende én ukes arbeid (ca 40 timer). Hjemmeeksamen kan gjøres i grupper på 2 stk. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Fordypningsemne: Strategi- og styringsutfordringer i næringslivsvirksomheten (20 stp)

Emnet kombinerer det beste fra økonomi, organisasjon og ledelse, og markedsføring, og vil derfor trekke veksler på alle tre fagmiljøer. Det tas utgangspunkt i en unik helhetlig tilnærming til strategi og virksomhetsstyring, og hvilke områder man må ha fokus på for å lykkes med dette. Etter inspirasjon fra Kaplan og Nortons balanserte styringsmodell (balanced scorecard), tar emnet opp styringsutfordringer i et finansielt perspektiv, et kundeperspektiv, et internt prosessperspektiv, og et organisasjons- og læringsperspektiv. Det veksles mellom et overordnet fokus på strategi og styringsmodeller, og et fordypende fokus på delemner innen hvert av de fire perspektivene.

1 arbeidskrav: Etter første samling, kan gjøres i grupper på 2 stykker.

Hjemmeeksamen tilsvarende to ukers arbeid (ca 80 timer), samt muntlig eksamen. Hjemmeeksamen kan gjøres i grupper på 2 stk. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Masteroppgaven (30 stp)

En masteroppgave på ca 40 sider skrives i forhold til problemstilling og data hentet fortrinnsvis fra egen arbeidsplass. Progresjonen i oppgaveskrivingen organiseres i forhold til egeninnsats, samlinger underveis med presentasjoner, samt individuell veiledning.

Masteroppgaven kan skrives i grupper på 2 stykker. Sidetallet bør da være ca 60. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Undervisningsformer

Undervisningen er samlingsbasert og foregår ved Universitetet i Tromsø. For emnene på 10 stp. består undervisningen av to samlinger à 2,5 dager (ca. 40 timer totalt). Undervisningen skjer gjennom forelesninger, seminarer og kollokvier.

Eksamensformer

Programmet har ulike eksamensformer, blant annet hjemmeeksamen over selvvalgt eller oppgitt tema og muntlig eksamen. Eksamensformen er nærmere beskrevet i emnebeskrivelsene. Eksamen vurderes med en karakterskala fra A-F, hvor A er beste karakter, E er dårligst og F er stryk/ikke bestått.

Oppbygging:

Studiet består av 5 obligatoriske emner og en mastergradsoppgave (til sammen 90 studiepoeng). Programmet er bygd opp som deltidsstudium, slik at studenter tar 20 studiepoeng per semester (et fulltidsemester tilsvarer 30 studiepoeng). Det er også mulig å ta emnene som enkeltemner.

1. semester (høst 2008)	Økonomisk styring og finansiell analyse (10 stp.)	Markedsføringsledelse (10 stp.)
2. semester (vår 2009)	Metode (10 stp.)	Organisasjon og ledelse (10 stp.)
3. semester (høst 2009)	Fordypning: Strategi- og styringsutfordringer i virksomheten (20 stp.)	
4. semester (vår 2010)	Masteroppgave (30 stp.)	
5. semester (høst 2010)	Masteroppgave (30 stp.)	

Språk:

Undervisnings- og eksamensspråk er norsk

Omfang:

Deltidsstudium på 90 studiepoeng, som tas over 2,5 år

Emner:

Org./ledelse	10 stp
Markedsføringsledelse	10 stp
Økonomisk styring og finansiell analyse	10 stp
Metode	10 stp
Fordypningsemne	20 stp
Masteroppgave	30 stp

Evaluering

Programmet evalueres en gang i året etter SV-fakultetets bestemmelser for programevaluering.