

Programbeskrivelse

Bachelor i hotelledelse

180 studiepoeng

2020-2023

*Studiet er etablert av Høgskolekollegiet 20.10.10; oppdatert 23.09.14; endret 11.04.16 (HK-sak 6/16)
Studieplanen er godkjent i Utdanningsutvalget: 23.09.2019 (UU/CLM-sak 12/19)*

Innhold

1. Innledning	3
2. Læringsutbytte	4
3. Studiets struktur	6
3.1 Faglig progresjon	7
3.2 Spesialiserings-/fagområdeemner	9
3.3 Basisemner	11
3.4 Valgemner fjerde semester	13
3.5 Bacheloroppgave	13
4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	14
4.1 Ordninger for internasjonalisering	14
4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	14
5. Undervisnings- og vurderingsformer	16
5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	16
5.2 Eksamens- og vurderingsformer	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 markedsdag, 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 og distribusjon. 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.

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 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 til å 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 kritisk å kunne vurdere budsjetter, prognoser og resultatregnskap
- besitter ferdigheter til å analysere hvordan hotellbedrifter kan påvirke en destinasjon sine 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 135 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og 30 studiepoeng av valgfrie (valgemner). Studiet er strukturert med fire emner à 7,5 studiepoeng per semester (bortsett fra 4. semester med valgemne/utveksling, og 6. semester med bacheloroppgave).

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

Komponent	Studiepoeng	Beskrivelse
Basisemner	60 (7,5 x 8 emner)	En grunnleggende kjerne av økonomisk-administrative emner og metode som skal gi alle studentene kunnskaper og ferdigheter som er nødvendig for å få utbytte av spesialiserings- og fagområdeemnene i hver bachelorgrad og/eller er grunnleggende for å kunne jobbe i en organisasjon.
Spesialiserings- og fagområdeemner	75 (7,5 x 10 emner)	Dette er hoveddelen av Bachelor i Hotelledelse og består av emner som danner en progresjon fra basisemner til introduksjonsemner innen hotelledelse, og etter hvert til mer spesialiserte emner som bygger på tidligere emner.
Valgemner eller utveksling	30 sp tilsammen	Studenter kan velge fra ulike valgemner som tilbys ved Høgskolen Kristiania, bortsett fra valgemner som medfører overlapp med valgt studium. ¹ Valgemner skal alene eller tilsammen utgjøre 30 studiepoeng. Alternativt er det mulighet for utveksling.
Bacheloroppgave	15	Bacheloroppgaven skal gi studentene trening i anvendelse av sentrale deler av pensum i studiet og bygger således på spesialiserings- og fagområdeemner.

Tabell 1. Kort beskrivelse av komponenter 1.-3. studieår

¹ Dersom et valgemne overlapper et emne i ett eller flere studier, skal det fremgå i det aktuelle valgemnets emnebeskrivelse at valgemnet ikke er et tilbud for disse studentene (jf. UUV-sak 116/13)

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

	Spesialisierungs-/fagområdeemner		Basisemner	
1. semester (høst)	Serviceledelse 7,5 studiepoeng	Prosjektledelse 7,5 studiepoeng	Markedsføring 7,5 studiepoeng	Organisasjon og ledelse 7,5 studiepoeng
2. semester (vår)	Digital markedskommunikasjon og distribusjon 7,5 studiepoeng	Pris- og kapasitetsstyring 7,5 studiepoeng	Samfunnsvitenskapelig metode 7,5 studiepoeng	Forbrukeratferd 7,5 studiepoeng
3. semester (høst)	Hotell- og restaurantdrift 7,5 studiepoeng	Destinasjoners konkurransevne 7,5 studiepoeng	Digital forretningsforståelse 7,5 studiepoeng	Bedriftsøkonomi 7,5 studiepoeng
4. semester (vår)	Valgemne eller utveksling 30 studiepoeng			
5. semester (høst)	Strategisk Revenue Management 7,5 studiepoeng	Food & Beverage Management 7,5 studiepoeng	Statistikk og analyse 7,5 studiepoeng	Samfunnsøkonomi 7,5 studiepoeng
6. semester (vår)	Ledelse og kommunikasjon 7,5 studiepoeng	Personalledelse 7,5 studiepoeng	Bacheloroppgave 15 studiepoeng	

Tabell 2. Oppbygging av emner 1.-3. studieår

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 lærer om planlegging og gjennomføring av prosjekter, som er en sentral arbeidsform i tjenestenæringen. Det gis videre innsikt i markedsføring for å gjøre studentene i stand til å kommunisere med kunder og brukere i markedet. Studentene lærer også om ulike måter å organisere virksomheter på og ulike tilnærminger til ledelse i disse virksomhetene.

I andre semester går studiet nærmere inn på digital markedskommunikasjon og distribusjon av tjenester. Dette emnet bygger videre på markedsføring fra første semester. Videre jobbes det med pris- og kapasitetsstyring, som omhandler ulike måter å prise produkter og tjenester på samt hvordan man planlegger og styrer kapasitet. Forbrukeratferd gir innsikt i enkeltmenneskers og grupperes atferd i forbindelse med vurdering og kjøp av produkter og tjenester. Videre lærer studentene å forholde seg til samfunnsvitenskapelige metoder for å utvikle, fornye og vurdere kompetanse innen serviceledelse, med spesielt fokus på reiselivsnæringen.

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 programmet 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 mens *Destinasjoners konkurranseevne* belyser hvordan hotellnæringen er avhengig av destinasjonens konkurranseevne, hvordan denne konkurranseevnen blir påvirket og kan bearbeides.

Basisemnet *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. Basisemnet *Bedriftsøkonomi* står i sammenheng med *Pris- og Kapasitetsstyring* ved at det både vil bidra til større forståelse for og en videre fordypning av bedriftsøkonomiske vurderinger som er nært knyttet til *Pris- og Kapasitetsstyring*.

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 de mer dyptgående spesialiseringsemnene i femte semester. *Strategisk Revenue Management* og *Food & Beverage Management* gir utfyllende kunnskap om teoriene og den praktiske anvendelsen av pris- og kapasitetsstyring og distribusjon samt en fordypning innen konseptutvikling, planlegging og drift av mat og drikke avdelinger i hoteller og restauranter.

Basisemnet *Samfunnsøkonomi* gir innsikt i samfunnsøkonomisk teori, hvilke faktorer som påvirker økonomien, og hva som kjennetegner økonomien i Norge og i andre land.

I sjette semester er studentene faglig modne for emnene *Personalledelse og Ledelse og Kommunikasjon*, hvor de får forståelse for grunnleggende HR-faglige temaer og lærer å forstå ledelse av servicemedarbeidere, interkulturell kommunikasjon og muligheten en leder har til å nå kvalitative og kvantitative mål gjennom andre.

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, statistikk og analyse* og *bacheloroppgave*.

3.2 Spesialiserings-/fagområdeemner

Emner á 7,5 sp	Beskrivelse
Serviceledelse	Studentene skal utvikle en forståelse av særegenheten ved service og tjenester og få kjennskap til tjenestenæringen. Emnet skal gi innsikt i hvordan tjenesteyting fungerer som verdiskapende aktiviteter for kunder og brukere. Det innebærer analyse av kundebehov og refleksjon over hvilke tjenester som kan tilfredsstille behovene. Emnet omhandler teorier og modeller for serviceleveranser og innovasjonsprosesser. Studentene skal etter endt emne være i stand til å analysere og evaluere tjenesteleveranser og forstå betydningen av sine funn. Emnet tar for seg teorier og modeller for innovasjon og studentene vil lære tilnærminger for å utvikle nye tjenester (innovering) og forbedre eksisterende tjenester (renovering).
Prosjektledelse	Emnet skal gi studentene en innføring i prosjektledelse og hvordan prioriterte oppgaver kan organiseres, ledes og styres innenfor rammen av prosjekter. Hovedtemaer som behandles i emnet vil være prosjekters plass i organisasjonen, ulike prosjekttyper, utvikling av prosjektgrupper og prosjektmodeller. Studentene skal videre lære om livsløp og faser i et prosjektarbeid fra initiering til avslutning. Emnet skal gi studentene verktøy for å kunne planlegge, gjennomføre og styre prosjekter. Studentene skal gis innføring i temaer som krav til en prosjektleder, ulike prosjektlederroller og kritiske suksessfaktorer for å lykkes med gjennomføring. Emnet skal også gi innsikt i hva som kjennetegner effektive prosjektgrupper og hvordan disse ledes og utvikles.
Digital Markedsføring og kommunikasjon	Emnet gir studentene innsikt i prinsipper og praksis innen digital markedskommunikasjon 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. Kurset dekker også metoder tjenestenæringen benytter til å måle og evaluere digitale markedskommunikasjonsstrategier og grad av måloppnåelse i de digitale distribusjonskanalene.
Pris- og kapasitetsstyring	Emnet gir innsikt og forståelse i hva pris – og kapasitetsstyring er og hvordan dette kan praktiseres i tjenestenæringen. Emnet tar for seg grunnprinsippene innen fagområdet og forutsetningene for at pris- og kapasitetsstyring skal skape økonomisk effekt i en tjenestevirksomhet. Studentene får derved innsikt i forskjellene på tradisjonell og strategisk prising, kapasitetsprognoser og hva det innebærer å implementere strategisk prising og kapasitetsstyring i en tjenestebedrift. Emnet bygger på forkunnskaper fra emnene <i>Serviceledelse</i> og <i>Prosjektledelse</i> .

Hotell- og Restaurantdrift	Dette emnet er et spesialiseringsemne som gir forståelse for de viktigste drift- og ledelsesområdene i hotellbransjen 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.
Destinasjoners konkurransevne	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 konkurransevne»
Strategisk Revenue Management	<i>Strategisk Revenue Management</i> bygger videre på kunnskap fra emnene <i>Hotell- og Restaurantdrift</i> , <i>Destinasjoners konkurransevne</i> samt <i>Pris- og Kapasitetsstyring</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. Kompleksiteten, internasjonaliseringen og de økonomiske aspektene ved distribusjon i hotell- og reiselivsnæringen utgjør en del av dette fagområdet.
Food & Beverage Management	Målet med emnet er å gjøre studentene faglig kompetente til å utvikle, planlegge og drifte mat og drikkeavdelinger 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, svinnpromatikk, bemanning og kvalitetssikring av drift av mat- og drikkeavdelinger. Det fokuseres videre på ulike typer mat- og drikkekonsepter, internasjonal påvirkning på mat- og drikkefaget, bransjetrender og markedsføring og salg av F&B-tjenester.
Ledelse og kommunikasjon	Dette emnet har to sentrale mål. På den ene siden å forstå hvilke utfordringer en leder har for å løse hotellbedriftens mål og i tillegg utvikle studentenes kunnskap og innsikt i hotellindustrien som arena for global kultur og interkulturell kommunikasjon. Fokuset er således på ledelse av servicemedarbeidere og evnen en leder har til å nå mål gjennom andre. Emnet vil tilføre kunnskap om sentrale temaer, teorier, prosesser, verktøy og metoder innen fagområdet ledelse og kommunikasjon. I en internasjonal bransje som hotellnæringen er det spesielt viktig å fokusere på god forståelse og kommunikasjon i relasjon til kunder og medarbeidere fra svært ulike kulturer. Både kunde- og medarbeiderperspektivet vil bli utforsket og analysert som arena for gjensidig forståelse og samhandling på tvers av kulturelt baserte forskjeller og likheter.

Personalledelse	Studentene får 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. Prosedyrer for profesjonell rekruttering vil bli særlig gjennomgått, det samme gjelder regler og god praksis for oppsigelser, både de som gjelder arbeidstakers forhold og oppsigelser begrunnet i virksomhetens forhold.
------------------------	--

Tabell 3. Spesialiserings-/fagområdeemner

3.3 Basisemner

Basisemner á 7,5 sp	Beskrivelse
Markedsføring 1.studieår	Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende forståelse for alle fagområdene som inngår i en bedrifts markedsføring. Dette emnet gir studentene et rammeverk for hele bachelorstudiet de skal ta fatt på. Gjennom dette emnet vil studentene også begynne å danne seg et bilde av alle karrieremulighetene som finnes innenfor markedsføring. Studentene skal lære å sette opp en markedsplan som skal strukturere det planmessige arbeidet fra målsettinger til tiltak. Det legges vekt på at studentene lærer å nærme seg en problemstilling systematisk og bruke de verktøyene de lærer om i emnet.
Organisasjon og ledelse 1.studieår	Studentene skal etter endt emne ha grunnleggende kunnskap om hvordan organisasjoner fungerer. Studentene skal forstå at organisasjoners oppgave er å realisere bestemte mål, og at kjernen handler om oppgaveløsning. De skal også lære at organisasjoner er avhengig av å samhandle med andre organisasjoner for å skaffe seg tilgang til ressursene som er nødvendig for virksomheten. Studentene skal få kunnskap og innsikt om at organisasjoner er bevisst konstruert, og emnet skal bidra til å forstå og kunne forklare hvordan organisasjoner kan endres for å kunne fungere bedre. Emnet tar for seg sentrale problemstillinger innenfor organisasjonsteori som: mål og strategier, organisasjonsstruktur, omgivelser, makt og konflikt, motivasjon, kommunikasjon, beslutninger, læring, endring og ledelse.
Forbrukeratferd 1.studieår	Emnet skal lære studentene å forstå forbrukeres behov og ønsker, og hvordan vi kan bruke denne innsikten til å forstå hvordan og hvorfor forbrukere konsumerer varer og tjenester. I dette emnet vil vi fokusere både på forbrukeren som enkeltindivider, de psykologiske prosessene som påvirker kjøpsprosessen, og på forbrukeren som del av en gruppe mennesker, både som medlem av familie og vennegrupper, og kulturelt som en del av storsamfunnet. Videre skal studentene settes i stand til å kunne bruke innsikt og teorier fra faget i praktiske problemstillinger knyttet til markedsføringsbeslutninger. Det sentrale målet for studentene er at de skal oppnå økt innsikt i hvorfor forbrukere kjøper, hva de kjøper, hvordan de kjøper, når de kjøper og hvordan de evaluerer et kjøp.
Samfunnsvitenskapelig metode 1.studieår	Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Studentene får en innføring i forskningsprosessen, og trenes i ferdigheter som er nødvendige for å formulere og teste en hypotese, spesifisere en problemstilling, eller utarbeide et vitenskapelig forankret spørsmål. Videre gir emnet en innføring i til hvilket bruk kvalitative og kvantitative metoder er relevante, samt metoder for datainnsamling, teoriforankring, og analyseteknikker. Endelig skal emnet gi en innføring i gjeldende etiske problemstillinger innen forskning og gjøre studentene i stand til å gjennomføre en enkel akademisk undersøkelse.

Bedriftsøkonomi 2.studieår	<p>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.</p>
Digital forretningsforståelse 2. studieår	<p>Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Studentene får en innføring i forskningsprosessen, og trenes i ferdigheter som er nødvendige for å formulere og teste en hypotese, spesifisere en problemstilling, eller utarbeide et vitenskapelig forankret spørsmål. Videre gir emnet en innføring i til hvilket bruk kvalitative og kvantitative metoder er relevante, samt metoder for datainnsamling, teoriforankring, og analyseteknikker. Endelig skal emnet gi en innføring i gjeldende etiske problemstillinger innen forskning og gjøre studentene i stand til å gjennomføre en enkel akademisk undersøkelse.</p>
Statistikk og analyse 3.studieår	<p>I dette emnet vil studentene lære grunnleggende statistikk, statistiske begreper og tenkemåte. Studentene skal kunne forstå sammenheng mellom stikkprøve og populasjon, kunne forstå hvordan man kan benytte en stikkprøve til å generalisere for en populasjon, og lære et grunnleggende spekter av hypotesetester for analytisk formål. Studentene vil få kunnskaper om hvordan de utfører mer sofistikerte deskriptive analyser for både kontinuerlige og kategoriske variabler med statistisk programvare, fortrinnsvis SPSS. Studentene kan etter kurset begrunne valg av egnet tilnæringsmåte for å planlegge, analysere og gjennomføre undersøkelser, f.eks. knyttet til markeds- og organisasjonsrelaterte problemstillinger.</p>
Samfunnsøkonomi 3.studieår	<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. 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. 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>

Tabell 4. Basisemner

3.4 Valgemner fjerde semester

På fjerde 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>

3.5 Bacheloroppgave

Emne 15 sp	Beskrivelse
Bacheloroppgave	I denne avsluttende oppgaven skal studentene vise at de kan fordype seg i og anvende kunnskapen innenfor sentrale områder i valgt bachelorstudium, og ligge innenfor studiets fagområde. Målet er å gi utfordringer til fordypning innenfor rammen for et vitenskapelig arbeid. Oppgaven skal ta utgangspunkt i en selvvalgt problemstilling, og studentene skal enten individuelt eller i en gruppe på inntil tre personer utrede alternativer som bidrar til å løse problemet eller komme frem til et beslutningsgrunnlag. Studentene skal gjennom den prosessen det er å forfatte en lengre oppgave, vise kunnskaper og ferdigheter i utredningsmetodikk, evne til refleksjon over og drøfting av teori, samt evne til å analysere og tolke data. Modenhet i språkføringen og skriveprosessen, evne til å se en rød tråd i et lengre arbeid, samt det å kunne arbeide effektivt i en gruppe på tvers av faglige, menneskelige og sosiale egenskaper er avgjørende.

Tabell 5. Bacheloroppgave 6. semester

4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Studiet har ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling, i henhold til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt. 7 og 8)

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart.

Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

4.1 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.

Gjennom samarbeid med ulike næringsaktører kan studentene i Hotelledelse kvalifisere seg til å delta i internasjonale aktiviteter, bl.a. gjennom arbeid i internasjonale hotellkjeder og bransjeorganisasjoner som opererer internasjonalt. For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

For Bachelor i hotelledelse er det tilrettelagt for utveksling i 4. semester. Studiet tilbyr studenter muligheten for utvekslingsopphold ved flere av Høgskolen Kristianias internasjonale samarbeidspartnere.

Høgskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og faglig relevans sikres av studietilbudets fagmiljø. Utvekslingssemner fra partnere godkjennes av faglige studieledere, for innpass i studiet, med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*.

Informasjon om mulige utvekslingsopphold, for det aktuelle studietilbud og kull, publiseres på høgskolens web og læringsplattform.

Høgskolen Kristiania har følgende typer mobilitetsprogram;

- ERASMUS+ i Europa
- «Study Abroad», for studenter i og utenfor Europa

På nåværende tidspunkt er følgende universiteter godkjente for utveksling for studenter på Bachelor i hotelledelse:

- University of California, Berkeley (UCB), USA
- Hawaii Pacific University (HPU), USA
- University of Queensland, Brisbane (UQ), Australia
- RMIT University, Melbourne, Australia
- RMIT University, Hanoi, Vietnam
- Ho Chi Minh City/Saigon South, Vietnam,
- University of Hertfordshire (UH), Hatfield, England
- ISM International School of Management, Dortmund og Frankfurt, Tyskland

Godkjenningen er basert på universitetenes tilbud av emner som bygger på/ikke overlapper andre emner på bachelor i hotelledelse. Endringer i godkjente universiteter kan forekomme.

Høgskolen Kristiania har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner. For nominering til studentutveksling stilles det derfor krav til karakterer og motivasjonssøknad. For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert. Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høgskolen Kristiania.

Uttekslingsemner fra partnere godkjennes av faglige studieledere, for innpass i studiet, med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*. Internasjonalt Kontor er ansvarlig for tilrettelegging av utvekslingsordninger ved Høgskolen Kristiania.

5. Undervisnings- og vurderingsformer

5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Studiet har en fleksibel form for gjennomføring av undervisning, hvor prinsippet om fellesundervisning i auditorium, klasseundervisning og mindre grupper i valgemne ivaretas.

Tabellen nedenfor viser pedagogisk grunntanke bak hvert emne.

Komponent	Studiepoeng	Pedagogikk
Basisemner	60 (7,5 x 8 emner)	Basisemnene skal alle studenter ha. Disse vil hovedsakelig bli undervist i store auditorier
Spesialiserings- /fagområdeemner	75 (7,5 x 10 emner)	Fagområdeemner er felles med et annet studieprogram innen samme fagområde. Spesialiseringsemnene er spesifikke for de enkelte studieprogrammene. Det er her studentene får "klassefølelse" og tilhørighet. Emneansvarlig legger opp undervisningen etter eget ønske når det gjelder forholdet mellom forelesning, veiledning, ekskursjoner, etc.
Valgemne eller Utveksling	Tilsammen 30 sp	Valgemnene vil være den delen av undervisningen der studentene får tid og spesialisering i ett emneområde. I disse emnene er undervisningen dialogbasert og prosessorientert. Her kan det også være aktuelt å ha blokkundervisning, ekskursjoner, reiser, bedriftsbesøk, etc.
Bacheloroppgave	15 sp	Bacheloroppgaven skal gi studentene trening i anvendelse av sentrale deler av pensum i studieløpet og bygger således på spesialiserings- og fagområdeemnene.

Tabell 7. Kort beskrivelse av pedagogikken 1.-3. studieår

Bachelorprogrammet legger vekt på å oppøve studentenes evne til selvstendig arbeid. Undervisningen har derfor til formål å kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form. Undervisningen vil dermed danne deler av pensumet. Dette setter krav til tilstedeværelse og deltakelse, slik at fagansatte kan jobbe tett på studentene, og utvikle deres teoretiske forståelse/kunnskap og ferdigheter. I tilknytning til undervisningen må studenten påregne en betydelig egeninnsats.

Til veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høgskolen tilgjengelige fagressurser blant administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Undervisningen vil videre være basert på praktiske oppgaveløsninger knyttet til de emnene det undervises i. Her inngår også studentpresentasjoner av ulike arbeid der det måtte være hensiktsmessig. Videre vil det være utstrakt bruk av casestudier for å virkeliggjøre de ulike emnene. Emnene det undervises i, vil i stor grad avgjøre undervisningsmetoden.

Studiet vektlegger varierte undervisnings- og læringsformer med fokus på samarbeid og med stor grad av egenaktivitet. Det forutsettes at studentene viser initiativ og tar ansvar for eget

studiearbeid, felles arbeidsoppgaver og læringsmiljø. Studieprogrammet vektlegger studentaktiverende læringsformer hvor fokus dreies fra undervisning, hvor foreleseren er i sentrum, til læring, hvor studentenes utgangspunkt og ståsted er i sentrum. Dette stimulerer til økt læring og er i tråd med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk sitt økte fokus på læringsutbytte. Det legges opp til følgende undervisnings- og læringsformer:

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

Bortsett fra forelesninger definerer vi de resterende læringsformene som studentaktiverende.

Undervisningsmetodene tar sikte på å fremme helhetlig forståelse av ulike problemstillinger og utfordringer som gjør seg gjeldene i fagområdet. I tillegg til høyskolens fagstab vil det også være tilknyttet forelesere fra næringsliv, organisasjoner, offentlige etater og andre forskningsmiljøer. Gjesteforelesere vil også benyttes for å illustrere og virkeliggjøre de ulike arbeidssituasjonene studentene må forventes å beherske, samt at gjesteforelesere bidrar med spisskompetanse innenfor praksisfeltet.

Det gjennomføres også 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.

5.2 Eksamens- og vurderingsformer

Gjennom studiet benyttes flere ulike eksamens- og vurderingsformer. Vurderingsformene er tilpasset læringsutbyttet i det enkelte emnet, samtidig som det etterstrebes en hensiktsmessig fordeling av ulike eksamensformer igjennom hvert semester i studiet. Vurderingsformene skal gjenspeile ønsket om å ansvarliggjøre studenten. Det legges derfor opp til flere mulige vurderingsformer som tilpasses emnets egenart og gir studentene ulike former for utfordringer både individuelt og i grupper.

Enkelte emner kan innebære obligatoriske arbeidskrav. Arbeidskrav er krav studenten må oppfylle for å få gå opp til eksamen. Retten til å gå opp til eksamen forutsetter godkjente

arbeidskrav. Omfang og plan for arbeidskrav angis i emnebeskrivelsene. (Vurderingsuttrykket for arbeidskrav er Godkjent/Ikke godkjent).

For utfyllende informasjon angående eksamen, se Høyskolen Kristianas hjemmesider.