

Programbeskrivelse

Bachelor i strategisk innkjøpsledelse

180 studiepoeng

2020-2023

*Studiet er etablert av Høgskolekollegiet: 30.11.2016 (HK-sak 30/16)
Studieplanen er godkjent i Utdanningsutvalget: 26.03.2020 (UU/CLM-sak 60/20)*

Innhold

1. Innledning	3
2. Læringsutbytte	4
3. Studiets struktur	6
3.1 Faglig progresjon	7
3.2 Spesialiserings-/fagområdeemner	8
3.3 Basisemner	10
3.4 Valgemner fjerde semester	12
3.5 Bacheloroppgave	12
4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	13
4.1 Ordninger for internasjonalisering	13
4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	13
5. Undervisnings- og vurderingsformer	15
5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	15
5.2 Eksamens- og vurderingsformer	16

1. Innledning

Innkjøpsfunksjonens betydning er økende i et samfunn og marked preget av globalisering og krav om effektivitet. Virksomhetenes lønnsomhet og kostnadsnivå er avhengig av gode innkjøpsavtaler og effektiv verdikjedestyring. Raskere endringstakt og ønske om vekst i et konkurranseutsatt marked stiller krav til oppdatert kunnskap innenfor innkjøpsfunksjonen og dens virke. Innkjøp og anskaffelsesprosesser i offentlig sektor krever kunnskap om gjeldende direktiver.

Bachelor i strategisk innkjøpsledelse ved Høgskolen Kristiania har en faglig profil innrettet mot innkjøpsfunksjonen og innkjøpsprosessen. Studiet kvalifiserer for funksjoner innenfor innkjøp og anskaffelser, men også arbeid utover rene innkjøperoppgaver som verdikjedeledelse, utvikling av forsyningskjeder og logistikk og distribusjon generelt. Studiet kvalifiserer for arbeid med strategiske, operative, administrative og ledelsesorienterte oppgaver. Studiet retter seg mot karriere innen både privat og offentlig sektor.

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 det historiske bakteppet rundt fagområdet innkjøp, verdikjedeledelse og forsyningskjeder, funksjonsområdets tradisjoner, egenart og betydning i og for samfunn og virksomheter
- har bred kunnskap om sentrale temaer, prosesser og prosedyrer knyttet til utøvelse og ledelse av innkjøp og anskaffelser innenfor offentlig og privat sektor, samt internasjonal handel
- har bred kunnskap om begreper, teorier, prinsipper og problemstillinger knyttet til innkjøp, forsynings- og verdikjedeledelse på strategisk og operasjonelt nivå, samt kjenner til relevant forskning og utvikling innenfor fagområdet
- har kunnskap om hvordan moderne markeder fungerer, utviklingstrekk i leverandør- og markedsrelasjoner, og kan oppdatere sin kunnskap innenfor fagområdet.
- Har kunnskap om viktige drivere som påvirker utvikling og endring innenfor fag- og funksjonsområdet

Ferdigheter

Kandidaten ...

- kan anvende faglig kunnskap innenfor innkjøp og verdikjedeledelse til å gjennomføre strategiske analyser og treffe begrunnede operasjonelle beslutninger
- kan planlegge og lede prosjekter og forhandlinger, reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning
- kan finne og vurdere tilgjengelig informasjon knyttet til kontrakts- og avtaleinngåelser, og behersker uttrykksformer som belyser innkjøpsfaglige- og juridiske problemstillinger
- behersker relevante verktøy, teknikker og uttrykksformer for å gjennomføre priskalkyler, kostnads- og lønnsomhetsanalyser, samt vurdere lønnsomhetspotensiale og kostnadsdrivere i verdikjeden

Generell kompetanse

Kandidaten ...

- har innsikt i problemstillinger knyttet til miljø, sosial ansvarlighet, økonomi, og kan foreta etiske vurderinger, basert på praktiske forretningsmessige problemstillinger, med utgangspunkt i forskning og fag
- kan planlegge og gjennomføre varierte innkjøpsfaglige arbeidsoppgaver og prosjekter som strekker seg over tid, individuelt og i gruppe, i tråd med krav og retningslinjer for analytisk og metodisk problemløsning
- kan drøfte faglige og praktiske problemstillinger knyttet til sammenhenger på tvers av emnene i studiet, innenfor organisasjonens rammer og i relasjon til dens omgivelser, og formidle dette både skriftlig og muntlig

- har innsikt i prosesser i logistikk og forsyningskjeder, kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet, og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis innenfor både ledelse og gjennomføring av innkjøpsprosesser
- kjenner til hvordan organisatoriske, økonomiske og teknologiske utviklingstrekk påvirker nytenkning og endringer i organisering og ledelse av innkjøpsfunksjonen, og innovasjonsprosesser i verdkjedeutvikling.

3. Studiets struktur

Bachelor i strategisk innkjøpsledelse 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	xx (7,5 x x 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	xx (7,5 x x emner)	Dette er hoveddelen av <i>Bachelor i strategisk innkjøpsledelse</i> og består av emner som danner en progresjon fra basisemner til introduksjonsemner innen innkjøp, og verdikjedeledelse, og etter hvert til mer emner som bygger på både tidligere emner.
Valgemner, praksis 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 praksis eller 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:

	Spesialiserings-/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)	Verdikjedeledelse 7,5 studiepoeng	Innkjøpsledelse 7,5 studiepoeng	Samfunnsvitenskapelig metode 7,5 studiepoeng	Digital forretningsforståelse 7,5 studiepoeng
3. semester (høst)	Innkjøpsstrategier og leverandørrelasjoner 7,5 studiepoeng	Forhandlinger 7,5 studiepoeng	Bedriftsøkonomi 7,5 studiepoeng	Marked og samfunn 7,5 studiepoeng
4. semester (vår)	Valgemne, praksis eller utveksling 30 studiepoeng			
5. semester (høst)	Logistikk og forsyning 7,5 studiepoeng	Kontraktsrett og anskaffelser 7,5 studiepoeng	Statistikk og analyse 7,5 studiepoeng	Samfunnsøkonomi 7,5 studiepoeng
6. semester (vår)	Økonomistyring 7,5 studiepoeng	Forretningsetikk 7,5 studiepoeng	Bacheloroppgave 15 studiepoeng	

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

3.1 Faglig progresjon

Studiets innhold omfatter emner som tar for seg verdikjeden fra produsent/leverandør til sluttkunde/bruker. Innkjøpsfunksjonens roller og oppgaver behandles både på et strategisk og operativt nivå. Temaer som ledelse av forsyningskjeder, logistikk og distribusjon, marked og kunde-/bruker-orientering, service behandles sett fra et innkjøpsperspektiv.

Første studieår skal gi studentene kunnskap om innkjøperens funksjonsområde, arbeidsoppgaver og arbeidsform. Studieåret har et organisasjonsperspektiv og gir kunnskap om hvordan virksomheter og innkjøpsfunksjonen organiseres og ledes, samt en helhetlig oversikt over innkjøpets rolle i verdikjeden. Studieåret skal gi studentene innsikt i utvikling av markeder fra å være i hovedsak vareorientert til en større grad av tjeneste- og serviceorientering. Markedsperspektivet relateres til forståelse for innkjøpsbeslutninger. Studentene gis kunnskap om innkjøpsprosjekter både i privat og offentlig sektor. I tillegg vil studentene få grunnleggende kunnskap om metode og bedriftsøkonomi. Digital forretningsforståelse henger sammen med metode og vil gi studentene en viktig forståelse for en viktig driver i utviklingen av samfunnet og arbeidslivet.

Basert på studentens innsikt fra første studieår, har tredje semester fokus på studentens forståelse for innkjøpsarbeidets strategiske forankring. Viktige temaer er innkjøpsstrategier,

hvordan innkjøperen orienter seg i et leverandørmarked, samt hvordan ulike former for leverandørsamarbeid utvikles. Studentene skal ha kunnskap om hvordan innkjøperen kvalifiserer og utvikler leverandørrelasjonen til en part eller i nettverk. Innholdet i kontrakten gir rammer for fremtidig samarbeid med leverandøren. Fremforhandling av innkjøpsavtalen henger naturlig sammen med leverandørrelasjoner som tema. Fjerde semester inneholder valgemner/praksis/utveksling. Bedriftsøkonomi sammen med marked og samfunn gir studentene forståelse for viktige drivere økonomiske beslutninger knyttet til innkjøpsfaget.

Tredje studieår tar for seg de formelle og etiske forutsetningene for å drive et godt innkjøpsarbeid. Studentene får kunnskap om hvordan innkjøp og anskaffelser er knyttet til effektivitet og lønnsomhet i virksomheten. Studentene skal kunne gjøre økonomiske vurderinger i lønnsomhets-, pris- og kostnadsanalyser. Logistikk og forsyningsledelse gir studenten forståelse for hvordan innkjøpsavtalen påvirker logistikkprosessens effektivitet, og gjennom det, kostnadsbilde og konkurransevne. Studenten gis grunnleggende kunnskap om formelle og juridiske forhold ved utforming av avtaler og kontrakter. Bestemmelser i offentlige anskaffelser omhandles også her.

I både i offentlig og privat sektor settes det fokus på habilitet i innkjøps-/leverandørrelasjoner, økonomiske problemstillinger i internasjonal handel, utfordringer i innkjøp fra den tredje verden, miljømessige konsekvenser i handel, innkjøp og logistikk. Sjette semester tar sikte på å utvikle studentenes holdning og etiske perspektiv i innkjøpssammenheng.

3.2 Spesialiserings-/fagområdeemner

Emner á 7,5 stp.	Beskrivelse
Serviceledelse	<p>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 tilfredsstillende behovene. Emnet omhandler teorier og modeller for serviceleveranser og innovasjonsprosesser.</p> <p>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).</p>
Prosjektledelse	<p>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 prosjekttypene, 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.</p> <p>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.</p>

Innkjøpsledelse	<p>Emnet er introduksjon til innkjøp og innkjøpsledelse. Emnet skal gi kunnskap om prinsipper for innkjøp og anvendelse nasjonalt og internasjonalt. Tema som innkjøpets rolle i verdikjeden, innkjøpsfunksjonens strategiske og operasjonelle oppgaver, samt sammenhengen i innkjøps- og anskaffelsesprosessen behandles grundig. Emnet tar for seg hvordan innkjøpslederen organiserer og styrer innkjøpsarbeidet. Kunnskap om innkjøp og anskaffelser ses fra ulike perspektiv i privat og offentlig sektor.</p> <p>Emnet gjennomgår likheter og ulikheter i enkle og komplekse innkjøp, innkjøp av varer, materiell og tjenester, enkeltinnkjøp og langsiktige avtaler.</p>
Verdikjedeledelse	<p>En verdikjede er et sett av aktiviteter en organisasjon gjennomfører for å skape verdier for sine kunder. Emnet skal gi innsikt i hvilke aktiviteter som genererer kostnader, påvirker resultatet og skaper verdi, samt hvordan disse henger sammen, organiseres og skaper konkurransefortrinn. Emnet skal gi kunnskap om hvordan ledelse av forsyningskjeder handler om å se på tvers av den tradisjonelle funksjonelle organisasjonstenkningen, og fokusere på kundeorienterte prosesser. Begreper som oppstrøm og nedstrøm, inngående og utgående materiell- og vareflyt defineres.</p> <p>Emnet går i dybden på markedsføringsperspektivet i forsyningskjeden med fokus på sluttbrukerens eller målgruppers ønsker og behov. Studentene skal ha innsikt i hvordan selskaper utvikler ulike distribusjonskanaler overfor kundesegmenter i markedet.</p>
Innkjøpsstrategier og leverandørrelasjoner	<p>Emnet skal gi kunnskap om hvordan innkjøpsstrategier er nært knyttet til å utvikle verdier for virksomheten. Emnet skal gi forståelse for kilder til innkjøpsbehov, og hvordan ressursstrategier identifiserer leverandørgrupper og markeder av betydning. Kunnskap om portefølje- og kategoriutvikling er et viktig tema med tanke på å etablere konkurransefortrinn i markedet. Tema som leverandørstrategi, leverandørvurdering og leverandørutvikling skal gi studenten innsikt i sentrale prosesser i etablering av leverandørrelasjoner. Studentene skal jobbe med problemstillinger knyttet til leverandørledelse med fokus på anskaffelsesstrategier gjennom å vurdere hva virksomheten gjør selv, og hva som settes bort til leverandører. I moderne markeder kan leverandørrelasjonen være distansert, eller leverandøren kan delta innenfor organisasjonens rammer.</p> <p>Emnet tar for seg muligheter for effektivisering gjennom leverandørrelasjoner, mulighet for innovasjon og utvikling i samarbeid med leverandører, mulighet for leveranser i nettverk, og utvikling av konkurransefortrinn i samarbeid med leverandører.</p>
Forhandlinger	<p>Emnet består av to hovedtemaer, forhandling og påvirkning. Temaer i forhandling vil være ulike typer forhandling med fokus på fordelingsforhandlinger, integrasjonsforhandlinger og de forskjellige stadier i forhandlinger. Videre vil bli lagt vekt på analyse, forberedelser, prosedyrer, teknikker og gjennomføring av forhandlinger. Påvirkning bygger på sosialpsykologisk teori, og effektive metoder for påvirkning gjennomgås.</p> <p>Det blir lagt særlig vekt på å øke bevissthet rundt etisk påvirkning versus manipulasjon. Gjennomgangen har fokus på bruk av påvirkningsmetoder i relasjonen mellom partene – både det å bli utsatt for påvirkning og det å påvirke for å få gjennomslag for egne perspektiver.</p>
Logistikk og forsyning	<p>Emnet gir kunnskap om prinsippene som ligger til grunn for å planlegge, organisere, samordne, styre og kontrollere vare- og materialstrømmer fra råvareleverandør til sluttbruker.</p> <p>Emnet tar for seg logistikken som funksjon og som prosess. Emnet skal gi forståelse for hensikten med å utvikle logistikkprosessen i en organisasjon for å</p>

	bedre effektiviteten i vareflyten og med det redusere kostander, øke omsetning og lønnsomhet. Studentene skal ha innsikt i logistikkfunksjonens påvirkning på leveringsservice og kundetilfredshet. Temaer som logistikkutvikling, ytelse og effektivitet, produksjonsplanlegging, lagerstyring, planlegging av forsyninger, distribusjon og transport behandles. Emnet tar for seg IKT og miljøperspektiv som viktige drivere for utvikling og endring i logistikk og forsyningskjeder.
Kontraktsrett og anskaffelser	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.
Forretningsetikk	Kunnskap om etikk er viktig for å ta etisk funderte beslutninger og fordi organisasjoners omdømme og lønnsomhet i økende grad er knyttet til deres (u)etiske atferd. Emnet gir en grundig innføring i forretningsetikk og dekker mellom annet temaer som bedrifters samfunnsansvar, bærekraft, etisk teori, etisk handel, etiske beslutninger og verktøyer for styring av etikk i organisasjoner. Emnet vil gå gjennom etiske problemstillinger i relasjonene mellom bedriften og dens interessenter, med spesiell vekt på kundene. Emnet vil legge stor vekt på å trene på og løse praktiske etiske dilemmaer innen innkjøp.
Økonomistyring	Emnet gir kunnskap om de grunnleggende metodene og teknikkene i driftsregnskap og budsjettering. Emnet gir kunnskaper og ferdigheter om fremskaffelse, analyse og kommunikasjon av relevant beslutningsinformasjon. Emnet inneholder temaer som ulike prinsipper for produktkalkulasjon, produktvalg, prising, lønnsomhetsanalyser og ulike typer prestasjonsmål.

Tabell 3. Spesialiserings-/fagområdeemner

3.3 Basisemner

Basisemner á 7,5 stp	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.
Samfunnsvitenskapelig metode	Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Studentene får en innføring i

1.studieår	<p>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>
<p>Digital forretningsforståelse 1.studieår</p>	<p>Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende og kritisk forståelse for sentrale nøkkelbegreper i vår digitale tid (kunstig intelligens, digitalisering, plattformøkonomi, delingsøkonomi og tosidige digitale markeder, store data, algoritmer, crowdsourcing, personvern, digital kompetanse og digitale skiller, sosiale medier, nettverk og nettverkseffekter, fjernledelse med flere), og en forståelse for hvordan disse henger sammen med den øvrige samfunns- og teknologiutviklingen i et historisk perspektiv. Muligheter og utfordringer ved teknologisk fremskritt for virksomheter og samfunnet for øvrig vil diskuteres og knyttes til innovasjon og endring. Emnet er tverrfaglig og henter elementer fra samfunnsfaget, økonomifaget, teknologifaget så vel som markedsføringsfaget.</p> <p>Etter endt studie skal studentene ha tilegnet seg evnen til å se teknologisk 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.</p> <p>Studentene vil tilegne seg en grunnleggende 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>
<p>Marked og samfunn 2.studieår</p>	<p>Dette emnet tar sikte på å lære studentene om forholdet mellom samfunnet og markedet. Emnet omhandler framveksten av markedsøkonomien, i lys av ideologisk, teknologisk og organisatorisk utvikling, fra før den industrielle revolusjon fram til dagens delingsøkonomi. Studentene vil utvikle kompetanse til å diskutere dagsaktuelle politiske og økonomiske fenomener- som globalisering, proteksjonisme eller sosial dumping - i en historisk og faglig ramme. Studentene vil lære ulike teoretiske tilnærminger til økonomiens rolle i samfunnet, og på den måte utvikle kompetanse til å forstå forholdet mellom hva som kan fungere i et marked, og hva som fungerer som idé og konsept.</p>
<p>Bedriftsøkonomi 2.studieår</p>	<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.</p> <p>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>
<p>Statistikk og analyse 3.studieår</p>	<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.</p> <p>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</p>

	egnet tilnæringsmåte for å planlegge, analysere og gjennomføre undersøkelser, f.eks. knyttet til markeds- og organisasjonsrelaterte problemstillinger.
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.</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>

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, se Høgskolen Kristianas nettsider.

3.5 Bacheloroppgave

Emne 15 stp	Beskrivelse
Bacheloroppgave	<p>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.</p>

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

Studiet settes i en internasjonal kontekst først og fremst gjennom internasjonale gjesteforelesere og gjesteforelesere som kommer fra virksomheter som opererer i et internasjonalt marked. Eksempler på dette er næringer som varehandel, olje/gass og energi, transport og internasjonal distribusjon og logistikk.

I emner som Innkjøpsledelse, Verdikjedeledelse og Forretningsetikk vil internasjonale perspektiver være sentrale. Det benyttes internasjonal litteratur og fagstoff. I emnet Forretningsetikk vil studentene i hovedsak jobbe med perspektiver knyttet til internasjonal handel og temaer som produksjon i 3. verden, bærekraft og miljø i forsyningskjeden, økonomi og finans i handel på tvers av landegrenser.

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

4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

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

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 strategisk innkjøpsledelse: UC Berkeley, Hawaii Pacific University, University of Queensland, RMIT University i Melbourne, RMIT University, Vietnam, Hanoi & Ho Chi Minh City/Saigon South. University of Hertfordshire, Study Abroad 4th semester, spring 2018, ISM International School of Management, Dortmund or Frankfurt. Godkjenningen er basert på universitetenes tilbud av emner som bygger på/ikke overlapper andre emner på Bachelor i strategisk innkjøpsledelse.

Noen av emnene ved de respektive universiteter er unntatt fra studietilbudet fordi det er for stor overlapp med emnene i studiet for øvrig. Dette fremkommer av informasjonen fra

høyskolens internasjonale kontor. Endringer i godkjente universiteter kan forekomme. Informasjon om mulige utvekslingsopphold for det aktuelle kullet publiseres derfor på høyskolens web og læringsplattform.

Høyskolen 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. Studenter som ønsker å benytte seg av utvekslingstilbudet må ha oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høyskolen Kristiania.

Utvekslingsemner fra partnere godkjennes av faglige studieledere for innpass i studiet, med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*. Internasjonalt kontor er ansvarlig for tilrettelegging av utvekslingsordninger ved Høyskolen 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 valgemnene 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(r), praksis eller utveksling	30 sp tilsammen	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	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 egen vurderingsevne og 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 høyskolen 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.

I tillegg til tradisjonelle undervisningsformer (som forelesninger og gruppearbeid) legges det vekt på studieformer som krever aktiv innsats gjennom engasjement og innlevelse fra studentenes side, f. eks:

- faglige diskusjoner
- caseoppgaver
- prosjektoppgaver
- workshops
- bedriftspresentasjoner

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 Høgskolen Kristianas hjemmesider.