

## Studieplan 2014/2015

### Årsstudium i medieledelse

#### Studieprogramkode

ÅRMEDLED

#### Innledning

Høgskolen i Gjøvik har siden 1978 hatt utdanninger rettet mot mediebransjen. Årsstudiet i medieledelse er en av flere utdanninger i denne porteføljen.

Årsstudiet gir en generell innføring i økonomi og ledelse, samtidig som studentene får kjennskap til utvikling og nyskaping i mediesektoren. Studentene vil få introduksjon om og kjennskap til produksjonsprosesser, arbeidsflyt og markedsforståelse. Fokus vil være knyttet til økonomi og ledelse i mediebedrifter. Noe av kunnskapen skal omsettes i praktiske ferdigheter ved at studentene jobber med praktiske problemstillinger knyttet til produksjon av ulike typer medieelementer.

#### Studiets varighet, omfang og nivå

Studiet er en heltids grunnutdanning med normert studietid på ett år. Omfanget er 60 stp.

Nivå i kvalifikasjonsrammeverk: Syklus 1

#### Forventet læringsutbytte

##### Kunnskaper

- Kandidaten har kunnskap om mediebransjens tradisjoner, egenart og plass i samfunnet
- Kandidaten har kunnskap om sentrale temaer, problemstillinger, prosesser, verktøy og metoder innen mediebransjen.
- Kandidaten kan oppdatere sin kunnskap innenfor fagområdet

##### Ferdigheter

- Kandidaten kan beherske relevante faglige verktøy, teknikker og uttrykksformer knyttet til medieproduksjon.
- Kandidaten kan anvende faglig kunnskap og til en viss grad se sammenheng mellom produksjon, kostnader og økonomi og treffe begrunnede valg

##### Generell kompetanse

- Kandidaten har innsikt i relevante ledelsesproblemer og arbeidslivsjuss.
- Kandidaten har evne til å gjøre muntlige og skriftlige presentasjoner relatert til studiets emner. Dette gjelder både faglige teorier, sentrale problemstillinger og tilhørende løsninger.
- Kandidaten kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis.

#### Målgruppe

- Studenter som ønsker å få en innføring i mediefag og ledelse, men ønsker å vente med å velge

spesialisering.

- Studenter som ønsker en påbygging til tidligere fullført fagutdanning eller høyere utdanning.
- Søkere som har arbeidslivserfaring og ønsker kunnskap innen medieproduksjon og ledelse.

Studenter fra Årsstudiet i medieledelse kan søke intern overflytting videre til 2. studieår på Bachelor i Medieledelse og innovasjon.

### **Opptakskrav og rangering**

Opptakskrav til studiet er [generell studiekompetanse](#). Søkere som er 25 år eller eldre kan også bli tatt opp på bakgrunn av [realkompetansevurdering](#).

### **Studiets innhold, oppbygging og sammensetning**

Studiet er delt opp i emner som delvis supplerer og delvis bygger på hverandre. Første semester fokuserer på en generell introduksjon til teknologi og publiseringsystemer, kunnskaper og ferdigheter om fotografiet som uttrykksform, økonomi, og ledelse i mediebedrifter.

Annet semester fokuserer på ledelse generelt, samt merkevarebygging og markedsføring. Det blir også tilbudt et emne der studenten kan velge fordypning enten i videoproduksjon eller trykksaksproduksjon.

Studentene vil gjennom studiet gjennomføre en del praktiske oppgaver knyttet til de ulike emner. Oppgavene gjennomføres både som gruppearbeide og individuelt. Studiet gjennomføres som forelesninger, oppgaveløsninger, seminar og bedriftsbesøk.

### **Tekniske forutsetninger**

Det er ingen spesielle forutsetninger knyttet til Årsstudiet i medieledelse.

### **Sensorordning**

I studiet blir det benyttet ulike vurderingsformer. Vurderingsformen er tilpasset emnes egenart og omfang. Bruken av eksterne sensorer varierer fra emne til emne (se emnetabell under).

### **Internasjonalisering**

Det er ikke lagt opp til at studentene kan ta noen deler av studiet i utlandet.

### **Klar for publisering**

Ja

### **Godkjenning**

Studieprogrammet vedtatt opprettet i Høgskolestyret, sak STY 75/11.

Studieplanen godkjent av Studiememnda mars 2012.

### **Utdanningsnivå**

Årsstudium

### **Studiekode ved Samordnet Opptak (SO-kode)**

207 136

**Årsstudium i medieledelse 2014/2015**

Emnekode	Emnets navn	O/V *)	Studiepoeng pr. semester	
			S1(H)	S2(V)
IMT2072	<u>Ergonomi i digitale medier</u>	O	10	
SMF1042	<u>Økonomistyring</u>	O	10	
IMT1421	<u>Ledelse og innovasjon i mediebedrifter</u>	O	5	
IMT1401	<u>Informasjons- og publiseringsteknologi</u>	O	5	
SMF2051	<u>Ledelse med arbeidslivsjuss</u>	O		10
SMF2062	<u>Markedsføring</u>	O		5
SMF1261	<u>Merkevarebygging</u>	O		5
IMT1331	<u>Videoproduksjon</u>	V		10
SMF1181	<u>Kvalitetsledelse med vitenskapelige metoder</u>	V		10
Sum:			30	30

\*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

## Emneoversikt

### IMT2072 Ergonomi i digitale medier - 2014-2015

**Emnekode:**

IMT2072

**Emnenavn:**

Ergonomi i digitale medier

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

10

**Varighet:**

Høst

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:*****Kunnskap:***

- Studenten skal kunne gjøre rede for ulike prinsipper og metoder for å skape god brukskvalitet i interaktive systemer.
- Studenten skal ha kunnskaper om ulike metoder for å evaluere brukskvaliteten av løsninger.
- Studenten skal ha kunnskaper om kognitive begrensninger og menneskelige faktorer i en brukskvalitetskontekst.
- Studenten skal kunne anvende og sette pris på universell utforming som en del av utviklingsprosjekter.

***Ferdighet:***

- Studenten skal kunne benytte kunnskap om scenarie- og personasbaserte metoder i prosjekt- og utviklingssammenheng.
- Studenten kan vurdere brukskvalitet med grunnlag i brukskvalitetsheuristikker.
- Studenten kan delta i gjennomføringen av forskjellige former for brukskvalitetsevaluering som innebærer å innhente tilbakemeldinger fra sluttbrukere.

**Emnets temaer:**

- Menneskesentrert teknologi
- Brukervennlighetsprinsipper
- Menneskers hukommelse og informasjonsprosessering
- Kunnskap i hodet, i kroppen, i grensesnittet, i verden
- Metaforer og idiomer i grafiske brukergrensesnitt
- Informasjonsstruktur og navigasjon
- Standarder og retningslinjer for brukervennlighetsarbeid
- Brukervennlighetsarbeidets livssyklus
- Brukermedvirkning
- Scenarieteknikk
- Rapid prototyping
- Formativ-iterativ brukertesting
- Heuristisk evaluering og ekspertevaluering
- Universell utforming

**Pedagogiske metoder:**

Essay

Forelesninger

Gruppearbeid

Prosjektarbeid

Veiledning

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 4 timer

Vurdering av prosjekt(er)

**Vurderingsformer:**

- Skriftlig eksamen, 4 timer (teller 60%)
- Prosjektrapport (teller 40%)
- Hver av delene må bestås

Prosjektrapport leveres digitalt.

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Ekstern og intern sensor sensurerer alle skriftlige eksamener.

Intern sensor sensurerer prosjektarbeid.

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Ordinær kontinuasjon på skriftlig eksamen. Prosjekt må tas på nytt ved neste ordinære avvikling av emnet.

**Tillatte hjelpemidler:**

**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

**Obligatoriske arbeidskrav:**

Ett essay må leveres og godkjennes av emnelærer.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for informatikk og medieteknikk

**Emneansvarlig kobling:**

[Eivind Arnstein Johansen](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor Eivind Arnstein Johansen

**Læremidler:**

- Hartson, R. & Pyla, P. S. (2012). *The UX Book*. Morgan Kaufmann
- Norman, Donald A. ([1988] 2013). *The design of everyday things*. New York: Basic Book
- Mathis, Lukas (2011). *Designed for use: Create usable interfaces for applications and the web*. The Pragmatic Bookshelf

**Supplerende opplysninger:**

Aktuelle tidsskrift i HiGs bibliotek:

- *ACM Transactions on Computer-Human Interaction, Behaviour & Information Technology, IEEE Transactions on Professional Communication, Information Design Journal, Interacting with Computers, Interactions, International Journal of Human-Computer Interaction, International Journal of Human-Computer Studies, Journal of Educational Multimedia and Hypermedia, New Review of Hypermedia and Multimedia, Technical Communication, Visible Language, Wired*

Aktuelle klassenummer i HiGs bibliotek:

- 004.019, 006.7, 006.7019, 620.8, 745.–

Aktuell støttelitteratur:

- Benyon, David (2010): *Designing interactive systems: A comprehensive guide to HCI and interaction design*. Second edition. Harlow: Addison-Wesley
- Cooper, Alan m.fl. (2007). *About face 3: The essentials of interaction design*. Indianapolis: Wiley
- Krug, Steve (2006). *Don't make me think*. Berkeley: New Riders
- Lidwell, William, et al. (2010). *Universal principles of design*. Beverly: Rockport
- Moggridge, Bill (2007). *Designing interactions*. Cambridge, Mass. og London: MIT Press
- Saffer, Dan (2010). *Designing for interaction: Creating innovative applications and devices*. Second edition. Berkeley: New Riders
- Sundström, Tommy (2005). *Användbarhetsboken*. Lund: Studentlitteratur

**Klar for publisering:**

Ja

**Emneside (URL):**

<http://www.hig.no/imt/md/emnesider/imt2072>

## SMF1042 Økonomistyring - 2014-2015

**Emnekode:**

SMF1042

**Emnenavn:**

Økonomistyring

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

10

**Varighet:**

Høst

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Kunnskaper:

- Kunnskaper: Kunne grunnleggende bedriftsøkonomisk teori slik at studiets etterfølgende økonomiske emner kan forstås.
- Ha oversikt over og kunne prosesser og metoder ved bedriftsøkonomiske analyser og vurderinger.

Ferdigheter:

- Løse bedriftsøkonomiske problemstillinger ut fra bedriftsøkonomisk vinkling.
- Gjennomføre enkle regnskapsanalyser ut fra bedriftens finansregnskap.

Generell kompetanse:

- Forstå hvilke data som er nødvendige og relevante for å utføre kostnads- og inntektsberegninger, grensebetraktninger, produktkalkyler, investeringsanalyser, planlegging og budsjettering.
- Ta hensyn til den etiske dimensjonen.



**Emnets temaer:**

- Økonomi og bedrift, herunder den etiske dimensjonen.
- Verdiskapning, organisasjoner, mål og beslutninger.
- Inntekstdannelsen.
- Bedriftens kostnader.
- Finansregnskapet.
- Analyse av finansregnskapet.
- Kostnadsforløp og kostnadsstruktur.
- Inntekter, kostnader og resultat - modeller.
- Produktkalkulasjon. Prinsipper og metoder.
- Kalkulasjon i industribedriften.
- Kalkulasjon i tjenesteytende virksomheter.
- Kalkulasjon i handelsbedrifter.
- Prissetting.
- Kostnad - resultat - volumanalyse.
- Produktvalg.
- Investeringsanalyse.
- Relevante kostnader og beslutningsproblemer.
- Planlegging og budsjettering.
- Kapitalbehov, Just-In-Time og beholdningskontroll.
- Styring, oppfølging og kontroll.

**Pedagogiske metoder:**

Forelesninger  
Gruppearbeid  
Obligatoriske oppgaver  
Oppgaveløsning  
Veiledning  
Annet

**Pedagogiske metoder (fritekst):**

Det tilbys to frivillige tester i løpet av semesteret. Disse vurderes og karaktersettes, slik at studenten kan få en oppfatning av egen faglige status. Disse karakterene inngår ikke i emnets slutt karakter.

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 4 timer

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

- Intern sensor
- Ekstern sensor høst 2016.
- Ekstern sensor benyttes periodisk til å evaluere innhold, opplegg og vurderingskriterier.

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

- Ordinær kontinuasjon.
- Godkjente obligatoriske oppgaver er gyldige ved kontinuasjonseksamen.

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

- Godkjent kalkulator.
- Rentetabell.
- Lovsamling og/eller enkeltlover (ikke Ottesen og Øyen Samling av lover, forskrifter o.l.)

**Obligatoriske arbeidskrav:**

- 3 av 4 obligatoriske oppgaver må være godkjent. Leveres i grupper på 3 studenter pr. gruppe. Studentene er selv ansvarlige for etablering av gruppene. Avvik fra 3 gruppemedlemmer må godkjennes av emneansvarlig på forhånd.
- Detaljert arbeidsplan for obligatoriske oppgaver fremlegges ved oppstart av emnet.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

**Emneansvarlig kobling:**

[Ivar Moe](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor Ivar Moe

**Læremidler:**

- Hoff, Kjell Gunnar, Bedriftens økonomi, Universitetsforlaget, 7. utgave, ISBN 978-82-15-01320-6.
- Hoff, Kjell Gunnar og Hoff, Jan Erik, Arbeidsbok til Bedriftens økonomi, Universitetsforlaget, 7. utgave, ISBN 978-82-15-01319-0.
- Lovsamling og/eller enkeltlover.

**Klar for publisering:**

Ja

## IMT1421 Ledelse og innovasjon i mediebedrifter - 2014-2015

**Emnekode:**

IMT1421

**Emnenavn:**

Ledelse og innovasjon i mediebedrifter

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

5

**Varighet:**

Høst

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Etter endt emne skal studentene ha kjennskap til fagområder som inngår i begrepet ledelse i mediebedrifter, både på organisasjonstekniske og produksjonsmessige områder. Formålet med emnet er at studentene tidlig i studiet skal forstå hvordan arbeidet i en mediebedrift er organisert. Studentene skal kunne beskrive forskjeller og sammenhenger mellom ulike medier i forhold til planleggings- og kvalitetsrutiner. Ved å delta på bedriftsbesøk, skal studenten være i stand til å samle og gjengi kunnskaper om mediebedrifter og deres produksjonssystemer. De skal også gjenkjenne hvordan utviklings- og innovasjonsprosesser er integrert hos den besøkte bedriften.

**Emnets temaer:**

Oppgaven er innenfor temaer som produksjon, avdelingsinndeling og ansvarsområder. Produksjonsopplegget for et typisk oppdrag i bedriften skal beskrives i detalj, samt hvilke maskiner og utstyr som benyttes til produksjonen. Oppgaven skal også beskrive en av bedriftens kvalitetsrutiner. Til slutt skal det oppsummeres og reflekteres over temaene, og påpekes forhold som kan forandres.

**Pedagogiske metoder:**

Ekskursjoner  
Forelesninger  
Prosjektarbeid  
Veiledning

**Pedagogiske metoder (fritekst):**

- Studietur/bedriftsbesøk

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 3 timer

**Vurderingsformer:**

Individuell eksamen.

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Sensureres av intern sensor. Hvert 4 år vurderes eksamen også av annen ekstern sensor, neste gang 2016.

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Ordinær kontinuasjon for skriftlig eksamen.

Ved "ikke godkjent" prosjekt må nytt prosjektarbeide utføres og vurderes ved neste ordinære avvikling av emnet.

**Tillatte hjelpemidler:****Obligatoriske arbeidskrav:**

- En prosjektrapport utført i gruppe (på opp til fire studenter) må være godkjent. Gruppens størrelse bestemmes av emnelærer.
- Prosjektrapporten skal fremlegges for klassen i plenum
- Felles rapport fra studieturen må leveres. Studenter som ikke deltar på studieturen må levere en individuell prosjektoppgave. Denne må vurderes til godkjent.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for informatikk og medieteknikk

**Emneansvarlig kobling:**

[Peter Nussbaum](#)

**Emneansvarlig:**

Førsteamanuensis Peter Nussbaum

**Læremidler:**

Oppgis ved emnestart.

**Klar for publisering:**

Ja

## IMT1401 Informasjons- og publiseringsteknologi - 2014-2015

**Emnekode:**

IMT1401

**Emnenavn:**

Informasjons- og publiseringsteknologi

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

5

**Varighet:**

Høst

**Varighet (fritekst):**

Første halvdel av semesteret.

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Etter fullført emne skal studentene ha grunnleggende oversikt over høgskolens informasjonssystemer og hvordan de kan benytte seg av disse i studiene. De skal også ha opparbeidet kunnskap og ferdigheter om filformater og programvare for å manipulere og flytte filer.

**Kunnskap**

- Kandidaten kan oppsummere den historiske utviklingen innenfor fagfeltet
- Kandidaten kan beskrive en datamaskins oppbygging og virkemåte
- Kandidaten kan anvende høgskolens informasjonssystemer og infrastruktur
- Kandidaten kan anvende og forklare ulike protokoller for overføring av data og i hvilke sammenhenger de brukes

**Ferdigheter**

- Kandidaten skal mestre å levere data inn i og hente data ut av relevante informasjonssystemer ved høgskolen ved hjelp av relevant programvare
- Kandidaten skal beherske bruk av skolens trådbaserte og trådløse datanettverk og infrastruktur
- Kandidaten kan fremstille data i ulike formater og transkode filbaserte data til andre formater
- Kandidaten kan behandle egne data på en slik måte at de er sikret mot innsyn og misbruk

**Generell kompetanse**

- Kandidaten kan benytte relevante publiseringssystemer for å formidle informasjon
- Kandidaten kjenner til sentrale samhandlingssystemer som muliggjør arbeid i grupper både lokalt og på distanse
- Kandidaten skal kjenne til grunnleggende metoder innen nytenking og innovasjon

**Emnets temaer:**

- Historie
- Datasystemers oppbygning og virkemåte
- Operativsystemer, programvare og data
- Datakommunikasjon og protokoller
- Filformater for lagring og utveksling av data
- Informasjonssikkerhet
- Tjenester på nettet til høghskolen

**Pedagogiske metoder:**

Forelesninger  
Gruppearbeid  
Lab.øvelser

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 3 timer

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Sensureres av faglærer, ekstern sensor hvert fjerde år, neste gang i 2015

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Ordinær kontinuasjon på eksamen

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

**Obligatoriske arbeidskrav:**

- Tre av fem labøvelser skal være godkjent
- Studenten skal ha gjennomført det digitale kurset 3IKK (3-timers kreativitetskurs) og påfølgende gruppearbeid.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for informatikk og medieteknikk

**Emneansvarlig kobling:**

[Øivind Kolloen](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor Øivind Kolloen

**Læremidler:**

- Computers Are Your Future, Introductory, 12/E, Cathy LaBerta, ISBN-13: 9780132545181, Prentice Hall
- Forelesningsnotater
- Dokumentasjon for relevant programvare

**Erstatter:**

IMT1041 Informasjons- og publiseringsteknologi, eksamen i dette emnet tilsvarer eksamen i IMT1041.

**Klar for publisering:**

Ja

## SMF2051 Ledelse med arbeidslivsjuss - 2014-2015

**Emnekode:**

SMF2051

**Emnenavn:**

Ledelse med arbeidslivsjuss

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

10

**Varighet:**

Vår

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Kunnskaper:

- Kunnskap om grunnleggende og avanserte organisasjons- og ledelsesteorier.
- Forståelse for lederfunksjonens mangfoldighet.

Ferdigheter:

- Utøve ledelsesaktiviteter ut fra avansert ledelsesteoretisk analyse av aktuell situasjon.
- Bekle lederposisjoner der ledelse innebærer plassering av bedriften i dens ulike markeder på produksjonsfaktor- og kundesiden.
- Kunne fokusere på hvordan serviceorganisasjoner fungerer.
- Benytte lov- og avtaleverk i forbindelse med arbeidslivsjuridiske problemstillinger.

Generell kompetanse:

- Etablere bevissthet og etisk holdning omkring lederrollen og egen ønsket fremtidig lederstil.



**Emnets temaer:**

- Del 1: Mål, strategi og effektivitet i organisasjoner. Organisasjonsstruktur. Organisasjonskultur og etikk. Makt og konflikt i organisasjoner. Organisasjon og omgivelser. Organisasjon og individ. Kommunikasjon i organisasjoner. Beslutningsprosesser i organisasjoner. Læring og innovasjon. Endring av organisasjoner. Ledelse i organisasjoner.
- Del 2: Servicesamfunnets myter og virkelighet. Lønnsomhet - et nytt regnestykke. Serviceledelsessystemet. Servicekonseptet. Personalutvikling. Å utvikle mennesker. Kunden som marked og medprodusent. Fysisk miljø og tekniske hjelpemidler. Selskapets image. Å skape, reprodusere og videreutvikle forretningsideer. Prispolitikk. Spredning og internasjonalisering. Kvalitet, produktivitet og strategi. Diagnose; gode og onde sirkler. Kultur og filosofi som ledelsesinstrument. Forandring og lederskap.
- Del 3: Arbeidslivsjus med sentrale lover og avtaler innen arbeidsmiljø, permittering, ferie, bedriftsdemokrati, rettstvister og tariffrevisjon, samt helse, miljø og sikkerhet (HMS).

**Pedagogiske metoder:**

Forelesninger  
Gruppearbeid  
Obligatoriske oppgaver  
Veiledning

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 4 timer

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

- Intern sensor
- Ekstern sensor vår 2017.
- Ekstern sensor benyttes periodisk til å evaluere innhold, opplegg og vurderingskriterier

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

- Ordinær kontinuasjon.
- Godkjente obligatoriske oppgaver gyldige ved kontinuasjonseksamen.

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

- Lov- og avtaleverk.

**Obligatoriske arbeidskrav:**

- Godkjente obligatoriske oppgaver der 4 av 5 må være godkjent. Leveres i grupper på 4-5 studenter pr. gruppe. Studentene er selv ansvarlige for etablering av gruppen.
- Detaljert arbeidsplan for obligatoriske oppgaver fremlegges ved oppstart av emnet.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

**Emneansvarlig kobling:**

[Aristidis Kaloudis](#)

**Emneansvarlig:**

Professor Aristidis Kaloudis

**Læremidler:**

- Jacobsen, Dag Ingvar og Thorsvik, Jan, Hvordan organisasjoner fungerer, Fagbokforlaget, 4. utgave, ISBN 978-82-450-1445 - 7.
- Jacobsen, Dag Ingvar og Thorsvik, Jan, Hvordan organisasjoner fungerer - Arbeidsbok og casesamling, Fagbokforlaget, 4. utgave, ISBN 978-82-450-1446-4
- Normann, Richard, Service Management, Cappelen akademiske forlag, 3. utgave, ISBN 82-02-19835-6.
- Storeng, Beck og Due Lund, Arbeidsrett, Cappelen akademiske forlag, 8. utgave, ISBN 978-82-02-37415-0.
- Lov- og avtaleverk.

**Klar for publisering:**

Ja

## SMF2062 Markedsføring - 2014-2015

**Emnekode:**

SMF2062

**Emnenavn:**

Markedsføring

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

5

**Varighet:**

Vår

**Språk:**

Norsk

**Anbefalt forkunnskap:**

- SMF1042 - Økonomistyring

**Forventet læringsutbytte:**

Studenten skal etter gjennomført emne:

- Ha kunnskaper og innsikt i markedsføring som funksjonsområde i bedrifter og organisasjoner.
- Ha ferdigheter til å utføre markedsføringsaktiviteter i det private næringsliv eller offentlig etat.
- Ha generell kompetanse til å utføre markedsundersøkelser og komme med forslag til bedring av bedriftens markedsføringsproblemer.

**Emnets temaer:**

- Markedsføring på 2000-tallet
- Kundetilfredshet og -verdier
- Markedsorientert strategisk planlegging
- Måle markedsetterspørsel
- Overvåkning av markedet
- Kjøpsadferd i forbrukermarkedet
- Kjøpsadferd i bedriftsmarkedet
- Konkurransen
- Markedssegmentering og målgrupper
- Posisjonering og differensiering av produktet gjennom livsløpet
- Nye markedstilbud og innovasjon
- Globale markedstilbud
- Case-studier
- E-markedsføring
- Markedsføring og etiske problemstillinger

**Pedagogiske metoder:**

Forelesninger  
Gruppearbeid  
Veiledning

**Vurderingsformer:**

Hjemmeeksamen, 12 timer

**Vurderingsformer:**

Hjemmeeksamen i grupper, 12 timer

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Intern sensor. Ekstern sensor neste gang i 2015.

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Kontinuasjon ved neste ordinære eksamen i emnet

**Tillatte hjelpemidler:****Obligatoriske arbeidskrav:**

2 cases må være godkjent for å gå opp til eksamen.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

**Emneansvarlig kobling:**

[Per Øveraasen Halmrast](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor Per Ø. Halmrast

**Læremidler:**

Markedsføringsledelse, Philip Kotler, Gyldendal Norsk Forlag AS 2005, ISBN: 978-82-05-31582-2

**Klar for publisering:**

Ja

## SMF1261 Merkevarebygging - 2014-2015

**Emnekode:**

SMF1261

**Emnenavn:**

Merkevarebygging

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

5

**Varighet:**

Vår

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Kunnskap:

- \* God kunnskap om sentrale teorier for utvikling og ledelse av merkevarer
- \* Gjøre rede for hvilken funksjon merkevarer har for bedrifter og forbruker i dagens samfunn
- \* Kjenne til oppdatert forskning innenfor fagfeltet

Ferdigheter:

- \* Kunne anvende sin kunnskap om basisprinsipper for merkevarebygging i yrkeslivet på en god måte
- \* Kunne anvende aktuelle kilder for oppdatering av egen kunnskap

Generell kompetanse:

- \* kunne forstå, formidle og diskutere grunnleggende teori innen merkevarebygging
- \* kunne diskutere og vurdere etiske dilemmaer innenfor emnet
- \* kjenne til grunnleggende metoder innen nytenking og innovasjon (dette gjelder kun for studenter i Bachelor i økonomi og ledelse og Bachelor i teknologidesign og ledelse)

**Emnets temaer:**

- \* Introduksjon til merkevarebygging
- \* Effekter av merkevarer for kunder og bedrifter
- \* Merkets posisjon hos kunder og marked
- \* Merkekjennskap
- \* Merkeassosiasjoner
- \* Merkeevaluering
- \* Relasjonelle aspekter ved merkevarer
- \* Merkeposisjonering
- \* Merkeelementer
- \* Vekststrategier for merker
- \* Styring av merkeportefølje
- \* Kommunikasjon av merkevarer
- \* Merkesamarbeid

**Pedagogiske metoder:**

Annet

**Pedagogiske metoder (fritekst):**

Forelesninger, gruppearbeid, obligatoriske oppgaver, oppgaveløsning og veiledning.

**Vurderingsformer:**

Skriftlig eksamen, 4 timer

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Emnet har intern sensor, men benytter ekstern sensor periodisk hvert 5. år, neste gang vår 2017.

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Ordinær kontinuasjon

Godkjente obligatoriske oppgaver er gyldige ved kontinuasjonseksamen.

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

**Obligatoriske arbeidskrav:**

Det gis to obligatoriske arbeidskrav som skal løses i grupper. Omfang opplyses ved utlevering. Begge obligatoriske arbeidskrav må være godkjent for å kunne gå opp til eksamen.

**I tillegg:**

Studenter på Bachelor i økonomi og ledelse og Bachelor i teknologidesign og ledelse skal ha gjennomført det digitale kurset 3IKK (3-timers kreativitetskurs) og påfølgende gruppearbeid. Gruppearbeidet krever obligatorisk frammøte.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

**Emneansvarlig kobling:**

[Anne Grethe Syversen](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor/Assistant professor Anne Grethe Syversen

**Læremidler:**

Samuelsen, Bendik M, Adrian Peretz og Lars E. Olsen, (2010). Merkevareredelse på norsk 2.0. (2. utgave). Oslo: Cappelen Akademiske Forlag.

Vitenskapelige artikler

Anbefalt litteratur:

Lindstrom, Martin ( 2005). BrandSense: Bygg sterkere merker ved hjelp av våre fem sanser: berøring, lukt, smak, hørsel og syn. Oslo: N.W.Damm & Søn

Bjerke, Rune og Nicholas Ind (2007). Organisasjonsdrevet merkevarebygging. Oslo: J.W.Cappelens Forlag

**Klar for publisering:**

Ja

## IMT1331 Videoproduksjon - 2014-2015

**Emnekode:**

IMT1331

**Emnenavn:**

Videoproduksjon

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

10

**Varighet:**

Vår

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

- Etter gjennomført emne skal studentene ha grunnleggende kunnskaper som muliggjør å kunne initiere, planlegge og gjennomføre en enkel (enkamera) medieproduksjon. De skal ha innsikt i de ulike medietypene som kan inngå i en innholdsproduksjon, og basiskunnskaper teoretisk og praktisk for produksjon av levende bilder, lyd-til-bildeopptak og redigering.
- Studentene skal ha grunnleggende kunnskaper om fortellerteknikk og dramaturgi.
- Videre skal studentene ha grunnleggende ferdigheter innen digitalisering, komprimering og distribusjon - samt kunne gjennomføre dette i sin produksjon.
- Kandidaten skal kunne finne og forholde seg kritisk til fagstoff, samt uttrykke seg skriftlig og muntlig i relevante sammenhenger som synopsis, prosjektbeskrivelser og pitching.



**Emnets temaer:**

- Produksjonsplanlegging
- Dramaturgi / analyse
- Manusutvikling
- Grunnleggende kameralære
- Mikrofonlære for reportasjebruk/lyd-til-bilde
- Redigering
- Lyssetting
- Digitalisering, komprimering og distribusjon
- Oppdragsfilm
- Teamwork og praktisk arbeid

I arbeidet med emnets temaer vil studenter i medieledelse få egne grunnleggende forelesninger, pensum og oppgaver knyttet til planleggings- og ledelsesdimensjonen av et videoproduksjonsprosjekt. Det vil bli forventet at disse studentene erverver kunnskap om de tekniske aspektene av videoproduksjon gjennom pensum, men det vil ikke bli knyttet ferdighetsmål i opptaks- og redigeringstekniske temaer til denne gruppen studentene.

På samme vis vil de øvrige studentene gjennom workshops og studentveiledning få egne grunnleggende opplæring i bruk av kamera, lyd, lys, redigering, komprimering og distribusjon i tilknytning til et videoproduksjonsprosjekt. Det vil bli forventet at disse studentene erverver kunnskap om planlegging og ledelse gjennom pensum, men det vil ikke bli knyttet ferdighetsmål i disse temaene til denne gruppen studenter.

**Pedagogiske metoder:**

Gruppearbeid

**Pedagogiske metoder (fritekst):**

Forelesninger med etterfølgende workshops og selvstendig gruppearbeid og veiledning.

**Vurderingsformer:**

Muntlig, individuelt

Vurdering av prosjekt(er)

**Vurderingsformer:**

- Muntlig eksamen (teller 60%)
- Mappeprosjekt (teller 40%)
- Hver av delene må bestås separat

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

- Muntlig eksamen: sensureres av to interne sensorer
- Mappe: sensureres av én sensor

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Ingen kontinuasjon

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

**Obligatoriske arbeidskrav:**

- To obligatoriske innleveringer (i tillegg til mappeoppgave)
- Begge må være godkjent

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for informatikk og medieteknikk

**Emneansvarlig kobling:**

[Kjell Are Refsvik](#)

**Emneansvarlig:**

Høgskolelektor Kjell Are Refsvik

**Læremidler:**

Video i praksis av Jarle Leirpoll (siste utgave)  
(<http://www.leirpoll.com/tv/vip/>)

The Tools of screenwriting (D. Howard/E. Mabley)

ISBN: 978-0312119089

St. Martin's Griffin

Læremidler i produksjonsplanlegging og ledelse vil bli gjort kjent før studiestart.

**Supplerende opplysninger:**

**På bakgrunn av ressurs hensyn er emnet kun tilgjengelig for følgende studieprogram:**

- Bachelor i medieproduksjon
- Årsstudium i medieproduksjon
- Bachelor i medieledelse
- Årsstudium i medieledelse

**NB:** På grunn av gruppearbeid og praktiske produksjons-workshops som starter opp tidlig i emnet, er siste frist for å melde seg opp til dette emnet **5. januar**.

Prosjektarbeid i grupper begynner rett etter undervisningstart. Det kreves aktiv deltakelse fra start i gruppearbeidet. Studentene deles inn i grupper av emneansvarlig og samler seg, velger en gruppeleder og en vararepresentant og skriver en gruppekontrakt som regulerer deltakelse i gruppearbeidene. Hver av gruppelemmene signerer denne og kontrakten godkjennes av emneansvarlig. Brytes retningslinjene i kontrakten av én gruppedeltaker, innstiller gruppen på eksklusjon av medlemmet. Emneansvarlig tar den endelige avgjørelsen om gruppen får ekskludere et medlem. Ekskluderte medlemmer uten ett eller flere godkjente arbeidskrav, vil ikke bli oppmeldt til eksamen. Emnelærer baserer utfallet på en skjønnsmessig vurdering av årsakene til eksklusjonen, etter at begge parter har avgitt skriftlige redegjørelser.

**Klar for publisering:**

Ja

**Emneside (URL):**

<http://www.hig.no/imt/emnesider/imt1331>

## **SMF1181 Kvalitetsledelse med vitenskapelige metoder - 2014-2015**

**Emnekode:**

SMF1181

**Emnenavn:**

Kvalitetsledelse med vitenskapelige metoder

**Faglig nivå:**

Bachelor (syklus 1)

**Studiepoeng:**

10

**Varighet:**

Vår

**Varighet (fritekst):**

Emnet går siste gang våren 2015.

**Språk:**

Norsk

**Forventet læringsutbytte:**

Etter gjennomført emne skal studenten kunne forstå, anvende, vedlikeholde og forbedre kvalitetssystemer.

**Ferdigheter i vitenskapelig metode:**

Studenten skal kunne anvende vitenskapelige metoder til å identifisere, planlegge, gjennomføre og rapportere prosjekter.

**Kunnskaper om vitenskapelig metode:**

Kandidaten har grunnleggende kunnskaper om innholdet i vitenskapelige metoder som omfatter:(1) formulering av problemstilling, (2) identifisere objekt og teoretiske variable, (3) operasjonalisere teoretiske variable ved å definere validitet og reliabilitet.

**Emnets temaer:**

- Vitenskapelige metoder:
  - Problemformulering.
  - Det teoretiske arbeidet med problemstillingen.
  - Undersøkelsesopplegget.
  - Datakilder.
  - Datainnsamling.
- Kvalitetsledelse:
  - Organisering i prosesser, prosessforståelse og - analyse.
  - Organisering av forbedringsprosjekter.
  - Kvalitetssystemer.
  - Egenskaper ved kvalitetsledelse.

**Pedagogiske metoder:**

Forelesninger  
Gruppearbeid  
Obligatoriske oppgaver  
Oppgaveløsning  
Veiledning

**Vurderingsformer:**

Annet

**Vurderingsformer:**

- 12 timers hjemmeeksamen i gruppe i kvalitetsledelse (teller 50%)
- Skriftlig eksamen, 3 timer i vitenskapelige metoder (teller 50%)
- Begge deler må bestås separat

Eksamen i kvalitetsledelse avholdes ca midtveis i semesteret.

**Karakterskala:**

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

**Sensorordning:**

Intern sensor

**Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):**

Neste ordinære avvikling av emnet

**Tillatte hjelpemidler:****Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Alle trykte og skrevne

**Obligatoriske arbeidskrav:**

2 obligatoriske innleveringer; én i kvalitetsledelse og én i vitenskapelige metoder.

**Ansvarlig avdeling:**

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

**Emneansvarlig kobling:**

[Eirik Bådsvik Hamre Korsen](#)

**Emneansvarlig:**

Eirik Hamre Korsen og Carla Susana Aquedo Assuad

**Læremidler:**

A forske på samfunnet, En innføring i vitenskapelig metode, Knut Halvorsen, ISBN 978-82-02-28194-6

Quality Management, Organization, and Strategy. James R. Evans. ISBN-13: 9780538469371 / ISBN-10: 0538469374

**Supplerende opplysninger:**

Erstattes av SMF1182 og SMF1183.

**Klar for publisering:**

Ja