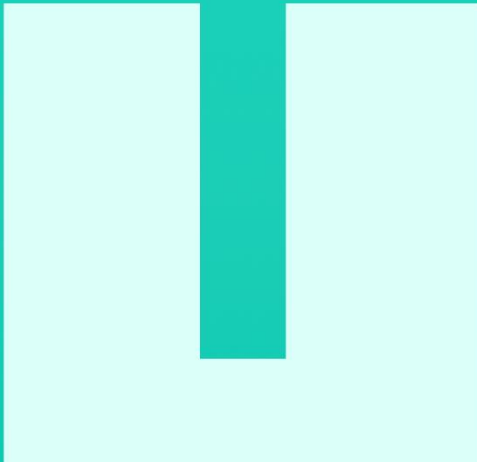


Studieplan for årsstudium i Digital markedsføring

Studieåret **2026/2027**



60 studiepoeng

Nettstudium

Institutt for økonomi og administrasjon

Årsstudiet er hjemlet i NOKUTs akkreditering av bachelor i digital markedsføring og ledelse av 22.03.2021

Studieplanen er godkjent av studieutvalget ved ONH i XX.26

Innholdsfortegnelse

1.0 Årsstudium i digital markedsføring	3
1.1 Mål og innhold	3
1.2 Målgruppe	3
1.3 Opptakskrav	4
1.4 Læringsutbytte	5
1.5 Studiets oppbygging	6
1.6 Arbeidsomfang	6
1.7 Undervisnings- og læringsformer	6
1.8 Vurderingsformer og sensur	7
1.9 Relevans for videre studier og arbeidsliv	8
1.10 Internasjonalisering	9
1.11 Studiekvalitet	9
2.0 Årsstudiet	10
2.1 Introduksjon og emneoversikt	10
2.2 Emnebeskrivelser for årsstudiet	10
2.2.1 ØKAD1140 Markedsføring	10
2.2.2 DML1120 Forbrukeratferd og psykologi	12
2.2.3 ØKAD1130 Organisasjon og ledelse	13
2.2.4 DML2230 Prosjektledelse	15
2.2.5 DML1210 Innføring i digital markeds kommunikasjon	17
2.2.6 ØKAD1240 Digital transformation management	18
2.2.7 ØKAD1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi	20
2.2.8 DML2110 Organisasjonspysykologi og HR	22



1.0 Årsstudium i digital markedsføring

1.1 Mål og innhold

Et årsstudium i digital markedsføring ved Oslo Nye Høyskole gir studentene en grunnleggende innføring i sentrale teorier, modeller og metoder innen markedsføring, organisasjon, ledelse og bedriftsøkonomi. Studiet skal bidra til å utvikle studentenes forståelse av virksomheters funksjon i et markedsperspektiv, samt hvordan forbrukeratferd og psykologiske prosesser påvirker beslutningstaking samt kommuniserer effektivt med ulike målgrupper på ulike plattformer. Studiet tilsvarer det første året av bachelorgraden i Digital markedsføring og ledelse og legger et solid faglig grunnlag for videre studier, samtidig som det gir kompetanse som er relevant for arbeidslivet.

For mange studenter er dette studiet deres første møte med høyere utdanning. Det legges derfor vekt på å gi en grundig introduksjon til studieteknikk, akademisk arbeidsmåte og forventningene som stilles ved en høyskole. Studentene oppfordres til å reflektere over egne ressurser, innsats og ambisjonsnivå, og til å ta aktivt ansvar for egen læring i et faglig sterkt og støttende læringsfellesskap. Gjennom tydelig forventningsavklaring og tett oppfølging legger studiet til rette for at studentene kan ta informerte valg og utvikle gode læringsstrategier.

Innhold

Obligatoriske emner

De obligatoriske emnene i *Årsstudium i digital markedsføring* består av følgende emner:

- ØKAD1140 Markedsføring
- DML1120 Forbrukeratferd og psykologi
- ØKAD1130 Organisasjon og ledelse
- DML2230 Prosjektledelse
- DML1210 Innføring i digital markedsføring
- ØKAD1240 Digital transformation management
- ØKAD1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi
- DML2120 Organisasjonspsykologi og HR

1.2 Målgruppe

Studiet henvender seg til et bredt publikum. Aktuelle søkergrupper er både nyutdannede fra videregående opplæring som ønsker å studere markedsføring og ledelse på høyskolenivå, samt deltakere i arbeidslivet med ønske om å kombinere sin erfaringsbakgrunn med en akademisk utdanning.

Dette årsstudiet gir en allmenn utdanning som er relevant for et bredt spekter av arbeidsgivere. Studiet er allsidig og fleksibelt og gir kandidater mulighet både til å fordype seg i fag de interesserer seg for og som er relevante for næringslivet. En utdanning innen digital



markedsføring og ledelse treffer følgende målgrupper som ønsker en bred og anvendelig bakgrunn.

Studenter som allerede har studiepoeng fra tidligere studier har mulighet til å søke om å få disse godkjent som del av årsstudiet, og dermed korte ned studietiden. Dette vurderes på bakgrunn av individuell søknad. Vitnemål fra Oslo Nye Høyskole utstedes kun ved bestått 60 studiepoeng.

1.3 Opptakskrav

Opptakskravet til årsstudiet i digital markedsføring er generell studiekompetanse eller realkompetanse, jf. forskrift om opptak til høgare utdanning §§ 2-1 og 3-1, samt forskrift om opptak, studier og eksamen ved Oslo Nye Høyskole § 2-2.

Søkere som har utdanning fra utlandet, må dokumentere utdanning på nivå med norsk 3-årig videregående opplæring som gir generell studiekompetanse. Videre må søkerne oppfylle språkkrav i norsk og engelsk, fastsatt av Kunnskapsdepartementet.

Søkere som ikke oppfyller kravene til generell studiekompetanse, kan etter § 3-1 i forskrift om opptak til høgare utdanning søke opptak på grunnlag av realkompetanse. For å kvalifisere til opptak på dette grunnlaget, må både *generelle* minstekrav og *studiespesifikke* minstekrav være oppfylte.

Følgende *generelle minstekrav* er gjeldende ved Oslo Nye Høyskole:

- Du har ikke generell studiekompetanse.
- Du fyller 25 år eller mer det året du søker om opptak.
- Du kan dokumentere minimum 5 års utdanning og/eller praksis omregnet til 100 %-stilling:
 - med utdanning menes utdanning på videregående skole-nivå og oppover, og inkluderer blant annet folkehøgskole, fagskole, videreutdanning og høyere utdanning
 - med praksis menes lønnet og ulønnet arbeid, lærlingetid, frivillig arbeid og organisasjonsarbeid
 - omsorg for egne barn, nedsatt funksjonsevne, militærtjeneste o.l. kan også dekke kravet til praksis

I tillegg til de generelle minstekravene, har hvert institutt *studiespesifikke minstekrav*, og disse er angitt under.

Institutt for økonomi og administrasjon

- Norsk: minimum 112 årstimer/4 uketimer
- Engelsk: minimum 84 årstimer/3 uketimer
- Matte: minimum 84 årstimer/3 uketimer



- Samfunnsfag: minimum 56 timer/2 uketimer*

* eller tilsvarende kompetanse

1.4 Læringsutbytte

Etter fullført Årsstudium i digital markedsføring forventes det at kandidaten har tilegnet seg følgende læringsutbytte:

Kunnskaper

- Har kunnskap om sentrale temaer, empiri, teorier, modeller, problemstillinger, prosesser, begreper, verktøy og metoder innenfor markedsføring, prosjektledelse, forbrukeratferd, digital transformasjon, organisasjon og ledelse og bedriftsøkonomi
- Har kunnskap om digital markedsføring og forståelse av hva det innebærer å organisere prosesser, grupper og virksomheter i arbeids- og næringsliv
- Har kunnskap om hvordan psykologiske og sosiale faktorer påvirker forbrukeratferd og kjøpsbeslutninger
- Kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor forbrukeratferd, prosjektledelse og organisasjonsutvikling
- Kan oppdatere sin kunnskap innen digital markedsføring
- Har kunnskap om hvordan digitalisering påvirker markedsføringsfaget, forbrukeratferd og samfunnet

Ferdigheter

- Kan anvende kunnskap og teoretiske tilnærminger fra markedsføring på praktiske problemstillinger for å treffe begrunnede valg
- Kan analysere problemstillinger ved hjelp av egnet markedsførings- og ledelsesteori
- Kan identifisere behov for digital utvikling i en virksomhet og foreslå konkrete forbedringstiltak
- Kan kommunisere innhold i markedsanalyser, resultater og forutsetninger
- Kan anvende utvalgte digitale verktøy, teknikker og uttrykksformer som er relevante innen markedsføring, digital transformasjon og bedriftsøkonomi
- Kan finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og knytte dette til en problemstilling som er relevant for digital markedsføring

Generell kompetanse

- Kan planlegge og gjennomføre arbeidsoppgaver i samarbeid som deltaker i prosjekt- og arbeidsgruppe
- Kan utveksle synspunkter med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og delta i diskusjoner om utvikling av god praksis og løsninger knyttet til digital markedsføring
- Viser evne til selvinnsikt og etisk refleksjon



1.5 Studiets oppbygging

Emnene er organisert slik at de gir en naturlig faglig progresjon og studenten anbefales å følge det foreslåtte studieløpet slik det er presentert i denne studieplanen. Tabell viser for Årsstudium i digital markedsføring dersom man studerer på heltid (alle emnene i tabellen er obligatoriske)

Årsstudiet	7,5 studiepoeng		7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng
	Første semester	ØKAD1140 Markedsføring	DML1120 Forbrukeratferd og psykologi	ØKAD1130 Organisasjon og ledelse	DML2230 Prosjektledelse
	7,5 studiepoeng		7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng
	Andre semester	DML1210 Innføring i digital markedsføring	ØKAD1240 Digital transformation management	ØKAD1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi	DML2120 Organisasjons-psykologi og HR

1.6 Arbeidsomfang

Studieåret går over 10 måneder og er delt inn i to semestre, hvorav hvert semester består av emner som til sammen utgjør 30 studiepoeng. – fire emner første semester og tre emner andre semester. Studenten må påregne 37,5 timer i uken ved fulltidsstudier som utgjør et arbeidsomfang på 1600 timer for en fulltidsstudent. Årsstudiet i digital markedsføring kan også tas som deltidsstudier. Arbeidsomfanget ved deltidsstudier vil da avhenge av antallet studiepoeng som tas per semester.

1.7 Undervisnings- og læringsformer

Med utgangspunkt i erkjennelsen av at læring er en aktiv prosess, legges det opp til studentaktive metoder i undervisningen hvor studenter stimuleres til aktivt å søke kunnskap og delta i et fellesskap også digitalt, hvor ulike problemstillinger analyseres, løses og evalueres.

De ulike undervisningsformene ved Oslo Nye Høyskole som står beskrevet i dette avsnittet, vil være relevante for studentene på dette studieprogrammet.

Ulike undervisningsformer

I tillegg til selvstudium er de tilrettelagte arbeids- og undervisningsformene varierte og inkluderer følgende:

- Forelesninger: Tilbys i alle emner enten fysisk eller digitalt. Kan bestå av klasseromsundervisning, direktesendte webinarer og/eller forhåndsinnspilte videoforelesninger. Benyttes for strukturert formidling av sentrale teorier, begreper og analytiske rammer og kombineres ofte med korte studentaktive øvelser.
- Flipped classroom og problemløsningsbasert gruppearbeid: Studentene forbereder seg ofte gjennom digitale ressurser før undervisning, mens undervisningstiden brukes til casearbeid, diskusjon og anvendelse av teori på praktiske problemstillinger, individuelt og i grupper.
- Seminarer, webinarer og samlinger: Organiseres i grupper og legger til rette for faglige diskusjoner, veiledning, casearbeid og aktiv bearbeiding av fagstoff, både fysisk og digitalt.
- Digitale læringsressurser (Qybele): Tekster, videoer, lydfiler og digitale moduler som støtter progresjon, selvstendig arbeid og fleksibel læring i høyskolens læringsplattform.
- Automatiserte oppgaver (Qybele): Digitale «test-deg-selv»-oppgaver med umiddelbar tilbakemelding, brukt til repetisjon, begrepsforståelse og egenvurdering underveis i emnene.
- Refleksjons- og drøftingsoppgaver: Problembaserte oppgaver som gjennomføres individuelt eller i grupper og som fremmer analytisk refleksjon, kritisk tenkning og overføring av kunnskap til nye problemstillinger.
- Digitale kurs (Qybele): Nettbaserte læringsløp bestående av tekst, video og oppgaver i fast rekkefølge, ofte med krav til progresjon og automatisk tilbakemelding.
- Veiledning: Individuell og gruppebasert faglig oppfølging knyttet til oppgaver og større arbeider, med vekt på formativ tilbakemelding og utvikling av selvstendig faglig refleksjon.
- Digitalt klasserom (Qybele): Samhandlingsrom i læringsplattformen som muliggjør faglige diskusjoner, samarbeid, deling av ressurser og både synkron og asynkron kommunikasjon mellom studenter og fagansatte.
- Medstudentvurdering: Læringsaktiviteter der studenter gir og mottar strukturerte tilbakemeldinger på hverandres arbeid for å styrke forståelse av vurderingskriterier, analytisk praksis og faglig refleksjon.

1.8 Vurderingsformer og sensur

Studentene vil møte ulike vurderingsformer gjennom studiet. Vurderingsformene skal ivareta en kontinuerlig prosess med et tosidig formål; fremme læring og dokumentere studentenes kompetanse som tilstrekkelig i henhold til gjeldende læringsutbytte. Vurdering av eksamener gjennomføres etter gjeldende regler i Lov om universiteter og høyskoler og i Forskrift om opptak, studier og eksamen ved Oslo Nye Høyskole.

De aller fleste emnene har arbeidskrav som vurderes til bestått eller ikke bestått. Arbeidskravet må være bestått innen gjeldende frist i det enkelte emnet for at studenten skal ha anledning til å fremstille seg til eksamen. Obligatoriske arbeidskrav er egnet til å sikre studentens progresjon innen det gitte emnet og tilegnelse av læringsutbytter, samtidig som bruk av slike obligatoriske



arbeidskrav gir mulighet til å belyse særlig sentrale deler av emnet og stimulere studenten til å jobbe ekstra med dette stoffet.

Ny og utsatt eksamen gjennomføres på samme måte som ordinær eksamen. Ved stryk på hjemmeeksamener hvor kandidaten selv har definert oppgaven, skal det leveres helt ny oppgave ved kontinuasjon.

Studenten vurderes etter følgende karakterskala hvor den graderte bokstavkarakterskalaen beskriver følgende vurdering:

Karakter	Betegnelse	Generell (ikke fagspesifikk) beskrivelse av vurderingskriterier
A	Fremragende	Fremragende prestasjon som klart utmerker seg. Kandidaten viser svært god vurderingsevne og stor grad av selvstendighet.
B	Meget god	Meget god prestasjon. Kandidaten viser meget god vurderingsevne og selvstendighet.
C	God	Jevnt god prestasjon som er tilfredsstillende på de fleste områder. Kandidaten viser god vurderingsevne og selvstendighet på de viktigste områdene.
D	Nokså god	En akseptabel prestasjon med noen vesentlige mangler. Kandidaten viser en viss grad av vurderingsevne og selvstendighet.
E	Tilstrekkelig	Prestasjonen tilfredsstiller minimumskravene, men heller ikke mer. Kandidaten viser liten vurderingsevne og selvstendighet.
F	Ikke bestått	Prestasjon som ikke tilfredsstiller de faglige minimumskravene. Kandidaten viser både manglende vurderingsevne og selvstendighet.

1.9 Relevans for videre studier og arbeidsliv

Årsstudium i digital markedsføring gir studentene en bred kompetanseplattform innenfor markedsføring og ledelse. Kunnskap om hvordan en skaper og forvalter verdier i et langsiktig perspektiv står sentralt. Studiet henvender seg til personer som ønsker å jobbe med markedsføring, ledelse, forretningsutvikling, økonomi eller administrasjon, o.l. enten direkte etter endt årsstudium eller etter videre studier.

Mulige yrker

Kunnskaper, ferdigheter og kompetanse innenfor digital markedsføring er et viktig steg på veien mot en spennende jobb, både i Norge og utlandet. Relevante arbeidsgivere finnes blant reklame- og mediebyråer, i privat næringsliv og i kommunale og statlige etater. Typiske titler i en markedsavdeling kan være digital markedsfører, markedskoordinator, produksjef, prosjektleder, innholdsprodusent, some-ansvarlig, markedsanalytiker og markedssjef.

Hvor en ender opp etter studiene avhenger imidlertid ikke kun av utdanningen, men også av hva man har gjort ved siden av studiene. På digital markedsføring og ledelse er vi opptatt av å legge til rette for og oppfordrer studentene til å engasjere seg ved siden av studiene. Vi arbeider for å skape en god kontakt med potensielle arbeidstakere og bidrar med innspill til hvordan studentene kan gjøre seg mer attraktive for fremtidige arbeidsgivere.

Mulige videre studier

Årsstudiet er bygd opp av emner fra vår Bachelor i Digital markedsføring og ledelse. Det vil derfor være mulig å søke seg videre inn på bachelorgraden med 60 studiepoeng innpass (herunder 30 obligatoriske studiepoeng og 30 valgfrie studiepoeng). Studenter vil også kunne søke seg videre inn på andre bachelorgrader innen økonomi og administrasjon, prosjektledelse, organisasjonspsykologi, HR eller ledelse da årsstudiet gir en bred innføring innen disse fagområdene. Det vil imidlertid være opp til den enkelte utdanningsinstitusjon å gi eventuelt opptak til studenter som har fullført Årsstudium i digital markedsføring fra Oslo Nye Høyskole.

1.10 Internasjonalisering

Oslo Nye Høyskole har lange tradisjoner og gode erfaringer med internasjonalisering. Vi jobber kontinuerlig med å videreutvikle samarbeidet med våre partnere, opprette nye partnerskap og styrke vårt internasjonale fokus ytterligere. Vi sender studenter ut på et semesteropphold i utlandet ved våre samarbeidspartnere og tar imot utenlandske studenter på et *study abroad*-semester hver høst hos oss. Høyskolen tar også jevnlig imot internasjonale gjester og partnere som holder forelesninger og/eller informasjonsmøter for våre studenter. Våre fagansatte deltar også aktivt i internasjonale nettverk, noe som styrker vår internasjonale profil ytterligere.

1.11 Studiekvalitet

Oslo Nye Høyskole har systemer for å sikre og videreutvikle kvaliteten på alle deler av utdanningen for å styrke studentenes læringsutbytte. Studentene er viktige bidragsytere i kvalitetsarbeidet gjennom blant annet å delta i studentevalueringer.



2.0 Årsstudiet

2.1 Introduksjon og emneoversikt

Se emneoversikt i Årsstudium i Digital markedsføring. Alle emnene er obligatoriske og utgjør til sammen 60 studiepoeng.

Årsstudiet	7,5 studiepoeng		7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng
	Første semester	ØKAD1140 Markedsføring	DML1120 Forbrukeratferd og psykologi	ØKAD1130 Organisasjon og ledelse	DML2230 Prosjektledelse
	7,5 studiepoeng		7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng	7,5 studiepoeng
	Andre semester	DML1210 Innføring i digital markedsføring	ØKAD1240 Digital transformation management	ØKAD1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi	DML2120 Organisasjons-psykologi og HR

2.2 Emnebeskrivelser for årsstudiet

2.2.1 ØKAD1140 Markedsføring

Emnekode:	ØKAD1140
Tittel:	Markedsføring
Type:	Obligatorisk
Plassering:	1. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk



I dette emnet får studenten innsikt i markedsføring som fagfelt, og forståelse for hvordan virksomheter organiserer, kommuniserer og leverer sitt markedstilbud. Det blir lagt vekt på at studenten skal tilegne seg en basiskompetanse hen kan anvende i virkelighetsnære markedsføringssituasjoner. Studenten vil lære om markedssegmentering, grunnleggende prinsipper for prising, styring av produktporteføljer og merkevarebygging. Emnet tar utgangspunkt i planlegging av markedsføring og gir studenten redskaper hen kan bruke til å utvikle en strategisk markedsplan for en bedrift. Emnet danner grunnlaget for Innføring i digital markedsføring i andre semester og øvrige markedsføringsemner i de neste årene.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Har kunnskap om sentrale temaer, teorier, empiri og metoder innen markedsføring som vitenskapelig fagfelt
- Kjenner til kunnskapsutviklingen innen markedsføring, og hvordan fagfeltet har utviklet seg i takt med samfunnsutviklingen
- Har forståelse for hvordan elementer i “markedsføringsmiksen” (produkt, pris, påvirkning og plass) forholder seg til hverandre
- Har kjennskap til viktige lover og regler innenfor markedsføring, herunder markedsføringsloven og immaterialrett

Ferdigheter

- Kan anvende faglig kunnskap og relevante resultater fra forsknings- og utviklingsarbeid innen markedsføring på praktiske og teoretiske problemstillinger og treffe begrunnede valg i utforming av en markedsstrategi og en markedsplan
- Kan fremstille faglig begrunnede argumenter for hvilke forhold som påvirker markedsføringens effektivitet og lønnsomhet, samt være i stand til å anbefale tiltak som øker muligheten for at en virksomhet når de målsetninger den har i et marked

Generell kompetanse

- Gjenkjenner uetisk markedsføring
- Kan drøfte forutsetninger og antakelser innen markedsføring som fagfelt
- Har kjennskap til internasjonale begreper innen markedsføring

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

- Godkjent muntlig innlevering

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen på 3 timer, som består av multiple choice oppgaver og skriftlig besvarelse

Eksamensinnholdet er læringsutbyttene. Eksamensbesvarelsen sensureres og gis gradert karakter, A – F.



2.2.2 DML1120 Forbrukeratferd og psykologi

Emnekode:	DML1120
Tittel:	Forbrukeratferd og psykologi
Type:	Obligatorisk
Plassering:	1. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk

Emnet gir studenten en introduksjon til forbrukeratferd og forbrukerpsykologi på et grunnleggende nivå. Emnet har fokus på hvilke eksterne og interne faktorer som styrer og påvirker forbrukerens atferd, og hvordan markedsføreren kan dra nytte av disse faktorene, med henvisning til relevant forskning. Studenten skal danne et rammeverk for å forstå hvordan forbrukeren tar systematiske beslutninger basert på vitenskapelige studier og teorier. Etter endt emne skal studenten redegjøre for sentrale begreper og tilegne seg en grunnforståelse- og kompetanse innen forbrukeratferd som fagområde. Utdanningen skaper et fundament for senere markedsføringsemner, bl.a. Innføring i digital markedsføring og Business analytics: digitale markedsverktøy.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Har kunnskap om ulike teorier og modeller innen forbrukeratferd og forbrukerpsykologi
- Kjenner til beslutningssituasjoner en forbruker kan møte, samt ulike typer behov for produkter og tjenester
- Har kunnskap om hvilken kognitiv beslutningsprosess som ligger bak valg av kjøp og salg av varer og tjenester, både på fysiske og digitale markeds plasser
- Kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor forbrukeratferd og psykologi
- Har kunnskap om hvordan forbrukere har endret sine beslutningsmønstre som følge av økt digitalisering

Ferdigheter

- Kan benytte ulike teorier og modeller for å forstå forbrukernes beslutningsprosesser som leder frem til forbrukerens valg av et produkt eller en tjeneste
- Kan drøfte sentrale forutsetninger og antakelser innenfor forbrukeratferd og psykologi
- Kan finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og knytte dette til en problemstilling som er relevant for forbrukeratferd

Generell kompetanse

- Kan planlegge og gjennomføre arbeidsoppgaver som deltaker i arbeidsgruppe knyttet til forbrukeratferd



- Kan presentere sentralt fagstoff, samt problemstillinger og løsninger om temaer/forhold innenfor forbrukeratferd både skriftlig og muntlig
- Kan utveksle synspunkter med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og delta i diskusjoner om utvikling av god praksis og løsninger knyttet til forbrukeratferd
- Er opptatt av egne atferdsmønstre og forstår effekten av systematiske beslutningsfeil

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

Godkjent nettbasert kurs

Eksamen

Individuell skriftlig hjemmeeksamen over 48 timer i henhold til oppgitte formkrav og mal for referering. Eksamensinnholdet er læringsutbyttene. Karakteren i dette emnet består av en todelt eksamen som gir én samlet karakter i emnet. Begge eksamensdelene må bestås.

Eksamensbesvarelsen gis gradert karakter, A – F.

2.2.3 ØKAD1130 Organisasjon og ledelse

Emnekode:	ØKAD1130
Tittel:	Organisasjon og ledelse
Type:	Obligatorisk
Plassering:	1. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk

Organisasjon og ledelse handler om hvordan organisasjoner fungerer, og om hva det innebærer å organisere og lede grupper, prosesser og virksomheter. Studenten får en innføring i organisasjonsteori, organisasjonskultur, organisasjonspsykologi, kommunikasjon, målstyring og beslutningsprosesser. Studenten lærer om hvordan organisasjoner lærer og endrer seg.

Emnet danner et grunnlag for flere av emnene som følger videre i studiet, bl.a.

Organisasjonspsykologi og HR, Digital transformation management og Prosjektledelse

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Har kunnskap om sentrale temaer, teorier og empiri innen organisasjon og ledelse som vitenskapelig fagområde



- Har forståelse av forskjellige organisasjonsstrukturer og hvordan de kan bidra til måloppnåelse
- Har kjennskap til ulike sider ved ledelsesbegrepet og hvordan dette har utviklet seg over tid
- Har kjennskap til forsknings- og utviklingsarbeid innen organisasjonsutvikling

Ferdigheter

- Forstår verdien av teoretisk kunnskap innen organisasjon og ledelse
- Kan forklare hvordan organisasjoner innhenter og bruker informasjon, administrerer informasjonsflyt og skaper læringskultur
- Kan kartlegge og vurdere bruk av analytiske redskaper innen fagfeltet for å besvare ulike problemstillinger knyttet til organisering og ledelse av grupper og prosesser i organisasjoner

Generell kompetanse

- Kan drøfte forutsetninger og antakelser innen organisasjons- og ledelsesteori
- Forstår implikasjoner av endringer og maktstrukturer på en organisasjonskultur og -struktur
- Kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og gjennom dette identifisere god praksis

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

- Godkjent innlevering
- Godkjent nettkurs

Eksamen

Eksamen i dette emnet består av en individuell skriftlig oppgave over 48 timer og skrives i henhold til oppgitte formkrav og APA-mal for referering med faglig redegjørelse. Karakteren i dette emnet består av en todelt eksamen som gir én samlet karakter i emnet. Begge eksamensdelene må bestås. Eksamensbesvarelsen gis gradert karakter, A – F.



2.2.4 DML2230 Prosjektledelse

Emnekode:	DML2230
Tittel:	Prosjektledelse
Type:	Obligatorisk
Plassering:	1. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk

Etter gjennomført emne kan du anvende prosjektmetodikk for å løse ulike oppgaver ved å identifisere og formulere problemstillinger, initiere og planlegge prosjekter, lede og bruke ulike styringsformer for å oppnå ønskede resultater.

Emnet gir deg kunnskap i hvordan arbeidsformen stiller krav til prosjektledere, uavhengig av bransje. Videre utvikler du forståelse for hvilke verktøy og lederstiler du som prosjektleder kan bruke for å fremme måloppnåelse og arbeidsinnsats. Vi setter et spesielt søkelys på prosjektlederens rolle som leder. Alle prosjekter er ulike, og du må som prosjektleder blant annet tilpasse din ledelsesform til forskjellige mennesker og situasjoner.

Du lærer viktigheten av å etablere prosjektteam og kultur som bidrar til at prosjektet lykkes, samt hvilke metoder du kan anvende for å engasjere, inkludere og lede avhengig av oppgavens og organisasjonens særtrekk.

Ledelse i og av prosjekter handler om hvordan effektivt prosjektarbeid fungerer, og om hva det innebærer å organisere og lede prosjektteam, prosjektprosesser og å skape resultater. I dette emnet får du en grunnleggende innføring i beste praksis innen prosjektmetodikk, herunder både styrings- og ledelsesrelaterte temaer. Du lærer også om hvordan god ledelse i prosjektarbeid kan skape merverdi for organisasjoner. Emnet er en del av et større utdanningsbilde som har sammenheng med flere av emnene i studiet, bl.a. organisasjon og ledelse, organisasjonspysykologi og HR, og digital transformation management.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Har kunnskap om prosjekt som arbeids- og organisasjonsform, og sentrale rammeverk for prosjektledelse
- Har kunnskap om teorier og empiri innen prosjektledelse som vitenskapelig og praktisk fagområde



- Har forståelse av egen påvirkning på effektivt prosjektarbeid og hvordan det kan bidra til måloppnåelse
- Har kjennskap til ulike sider ved prosjektledelsesbegrepet og hvordan dette har utviklet seg over tid
- Har kjennskap til forsknings- og utviklingsarbeid innen prosjektledelse.

Ferdigheter

- Forstår verdien av teoretisk og praktisk kunnskap innen prosjektledelsesfaget
- Kan forklare hvordan prosjektledere innhenter og bruker informasjon, administrerer informasjonsflyt, og skaper prestasjonskultur
- Kan kartlegge og vurdere bruk av relevante prosjektverktøy knyttet til planlegging, organisering og ledelse av prosjekter
- Kan gjennomføre interessentanalyse og etablere kommunikasjonsplan, etablere en enkel tidsplan for interessertinvolvering og vurdere gjennomføringsrisiko.

Generell kompetanse

- Kan drøfte forutsetninger og antakelser innen prosjektledelsesteori og -praksis
- Kan drøfte implikasjoner av ulike ledelsesformer i en prosjektkultur og -struktur
- Kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet, og gjennom dette identifisere god prosjektledelsespraksis
- Kan drøfte implikasjoner for prosjekt som arbeidsform og hvilke krav dette stiller til prosjektlederen.

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

- Godkjent skriftlig innlevering
- Godkjent nettkurs

Eksamen

Eksamen i dette emne består av en skriftlig eller gruppeoppgave over 3 uker i henhold til oppgitte formkrav og mal for referering, med faglig redegjørelse. Karakteren i dette emnet består av en todelt eksamen som gir én samlet vurdering i emnet. Begge eksamensdelene må bestås. Eksamensbesvarelsen gis bestått/ikke bestått.



2.2.5 DML1210 Innføring i digital markedskommunikasjon

Emne:	DML1210
Tittel:	Innføring i digital markedsføring
Type:	Obligatorisk emne
Plassering	2. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng



Dette emnet gir studenten en innføring i sentrale teorier og verktøy innen digital markedsføring. I tillegg vil studenten lære å utvikle en helhetlig digital markedsstrategi. Emnet bruker caseoppgaver for å synliggjøre virkelighetsnære og relevante problemstillinger. Etter endt emne skal studenten oppnå en solid forståelse for hvordan en virksomhet kan anvende og evaluere bruken av digital markedsføring.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Har kunnskap om forskjellen mellom digital markedsføring og tradisjonell markedsføring
- Har forståelse for hvilken rolle digitalisering har for markedsføring og hvordan det påvirker markedsføringsmiksen (4P'er)
- Har kunnskap om sentrale strategier for digital markedsføring
- Har forståelse for kjernebegreper som er knyttet til digital markedsføring som for eksempel kundereise, user-experience og omni-kanal
- Har kunnskap om hvordan store data (Big Data) kan brukes til å analysere markedsmuligheter og til utvikling av personaliserte tjenester og markedsaktiviteter
- Har kunnskap om hvilke digitale plattformer og verktøy som kan benyttes for å nå kunder effektivt
- Har forståelse for hvordan man lanserer virksomheter og salgsaktiviteter digitalt

Ferdigheter

- Kan innhente, analysere og evaluere digital informasjon om brukere og anvende resultatene i digital markedsføring



- Kan kommunisere verdiløftet digitalt, utvikle prisstrategier for digitale butikker, produkter, tjenester og opprettholde kundeforhold i digitale rom
- Kan reflektere over valg av verktøy og teknikker innen digital markedsføring
- Kan opprette, iverksette og evaluere en strategiplan for digital markedsføring

Generell kompetanse

- Kjenner til trender og relevant utvikling innenfor fagfeltet
- Har kunnskap om relevante etiske problemstillinger knyttet til markedsføring på digitale flater

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

Godkjent skriftlig innlevering

Godkjent nettbasert kurs

Eksamen

Individuell skriftlig netteksamen på 3 timer, som består av en skriftlig besvarelse.

Eksamensinnholdet er læringsutbyttene. Eksamensbesvarelsen sensureres og gis gradert karakter, A – F.

2.2.6 ØKAD1240 Digital transformation management

Emnekode:	ØKAD1240
Tittel:	Digital transformation management
Type:	Obligatorisk
Plassering:	2. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Engelsk



Dette emnet undervises på engelsk og beskrives derfor på engelsk.

In this course, students learn how organizations undergo changes because of digitalization. The course focuses on how digital technologies transform organizations' business models as well as reshape their relationship with important groups of stakeholders such as customers, business partners, and competition. Students learn how organizations' assumptions about innovation, data, and value creation change because of digitalization. Students learn how to recognize opportunities digitalization provides to organizations and how to effectively manage business processes under digital transformations. The course concludes by presenting students with a framework for analyzing the effects of digital transformation in a given organization. The course combines theoretical knowledge from the fields of digital marketing, management, data science, and strategy. The course features multiple interviews with managers from various industries in private sector in order to highlight how professional relevance of course material.

Learning outcomes

Knowledge

- Understands key concepts of digitization, digitalization, and digital transformation.
- Has a good understanding of the variety of digital technologies that organizations use to innovate and develop their business models.
- Understands the concept of “(digital) business model” and knows various frameworks for analyzing “(digital) business models”.
- Knows types of (digital) business models and its' characteristics
- Has knowledge about how organizations exploit digital opportunities (connectivity, automation etc.) to innovate their business models
- Knows assumptions about customers, competition, innovation, data, and value in digitally transformed world
- Understands how digital transformation affects organization's relationship with various groups of stakeholders (customers, partners, competition, state, community etc.)

Skills

- Can identify and explain the purpose of digital technologies organizations use in their business models.
- Can analyze an organization's business models using frameworks learned in the course.
- Can explain how organizations use digital technologies for innovation, value creation, managing customer relationships, addressing competition, and managing data for value creation.
- Can analyze and communicate how digital technologies change managers' assumptions about customers, competition, innovation, data, and value.
- Can analyze and communicate the effects of digital transformation in a given organization by referring to frameworks learned in the course.

Competence

- Can communicate using the terms about digital transformation learned in the course.



- Understands the importance of implementing digital for managing an organization's business model (e.g., in terms of sustaining strategic competitive advantage, innovation management etc.).
- Has knowledge about (ethical) challenges that digital transformations raise (e.g., digital stress, digital surveillance, data security, etc.).

Requirements

Students must complete the required coursework to be eligible to sit the exam. The coursework requirements for this subject are:

- Passed multiple choice test

Exam

Individual exam over 4 hours (100% of total grade).

The exam content is the learning outcomes. The written assignment is censored and given a graded grade, A - F.

2.2.7 ØKAD1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi

Emnekode:	ØKAD1110
Tittel:	Grunnleggende bedriftsøkonomi
Type:	Obligatorisk
Plassering:	2. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk

Dette emnet gir en innføring i det bedriftsøkonomiske fagområdet. Emnet gir studenten grunnleggende kunnskap, ferdigheter og kompetanse i sentrale problemstillinger innen bedriftsøkonomi. Studenten får en innføring i grunnleggende metoder og verktøy, og lærer å forstå og analysere regnskap til kontroll og beslutningsformål. Studenten blir også i stand til å



utarbeide avviksanalyse, budsjett og standardkostregnskap, analysere investeringer og kostnader, og kommunisere resultatet av slike analyser.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- Kjenner til bredden av sentrale temaer, teorier og metoder for analyse av bedriftsøkonomiske problemstillinger, og kan forklare viktige begreper som dekningsbidrag, kontantstrøm, periodisering, nåverdi, samt verktøy som nåverdiberegning, balanseligning, nullpunktsomsetning og bidragskalkyler, forholdstall og avviksanalyser
- Har kunnskap om ulike typer kostnader, herunder faste, variable, alternativkostnad og sunk cost
- Kjenner til forutsetningene for og kritiske perspektiver på tradisjonell kalkulasjon

Ferdigheter

- Kan anvende faglig kunnskap til å identifisere kostnader og inntekter som er relevante for å løse ulike beslutningsproblemer og ta begrunnede valg
- Kan vurdere og skille mellom irrelevant og relevant informasjon
- Kan bruke nåverdimetoden til å analysere investeringer
- Kan formidle sentralt fagstoff som teorier, problemstillinger og fremgangsmåter for analyse skriftlig

Generell kompetanse

- Er bevisst hvordan økonomiske beslutninger påvirkes av verdier som kan være motstridende med profitt-maksimering
- Har utviklet innsikt og forståelse for kompleksiteten ved bedriftsøkonomiske vurderinger.
- Forstår bedriftens langsiktige plass i samfunnet, utover maksimering av profitt

Arbeidskrav

Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskrav i dette emnet er:

- Godkjent innlevering
- Godkjent nettkurs

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen på 4 timer, som består av multiple choice oppgaver og skriftlig besvarelse.



Eksamensinnholdet er læringsutbyttene. Eksamensbesvarelsen sensureres og gis gradert karakter, A – F.

2.2.8 DML2110 Organisasjonpsykologi og HR

Emnekode:	DML2120
Tittel:	Organisasjonpsykologi og HR
Type:	Obligatorisk
Plassering:	2. semester
Studiepoeng:	7,5 studiepoeng
Undervisningsspråk:	Norsk

Organisasjonpsykologien handler om organisatoriske, sosiale og psykologiske prosesser som har betydning for aktørene i arbeidslivet. HR handler om å utvikle, ivareta og lede mennesker i deres arbeid og samhandling i organisasjoner.

Du lærer om hvordan situasjons- og personfaktorer påvirker livet på arbeidsplassen vil være sentralt. Studenten vil møte ulike organisasjonpsykologiske tematikker som blant annet organisasjonskultur, motivasjon, omstillinger og organisasjonslæring.

Emnet har til formål å gi studenten en innføring i organisasjonpsykologisk teori og forskning og vil ha fokus på hvordan organisasjonpsykologisk kunnskap og metode praktisk brukes for å løse konkrete oppgaver.

Læringsutbytte

Kunnskaper

- har oversikt over sentrale temaer, fagpersoner, teorier, empiri og metoder innen organisasjonpsykologi og HR
- har kunnskap om generelle kjennetegn ved arbeidsmiljø og organisasjonskultur



- har kjennskap til ulike lederstiler og innsikt i hvordan ledelse kan virke på individer og team
- har kunnskap om ulike perspektiver på medarbeiderskap og hva som bidrar til motivasjon, tilfredshet og engasjement
- har kunnskap om ulike teorier og verktøy knyttet til ansettelsesforholdet fra start til slutt

Ferdigheter

- kan kartlegge og vurdere en organisasjonskultur, samt fremstille dette slik at det belyser en problemstilling ved å henvise til informasjon og fagstoff
- kan på bakgrunn av fagstoff vurdere styrker og svakheter ved utvalgte organisasjonspsykologiske verktøy og teknikker
- kan reflektere over faglige og yrkesetiske problemstillinger knyttet til organisasjonspsykologiens rolle i organisasjons- og næringsliv

Generell kompetanse

- kan inngå i samarbeid hvor faglige synspunkter og erfaringer deles på en saklig og respektfull måte og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis
- kan medvirke til planlegging av utviklingsarbeid i bedrifter og organisasjoner som ivaretar bedriftens og/eller organisasjonens rammer og behov

Arbeidskrav

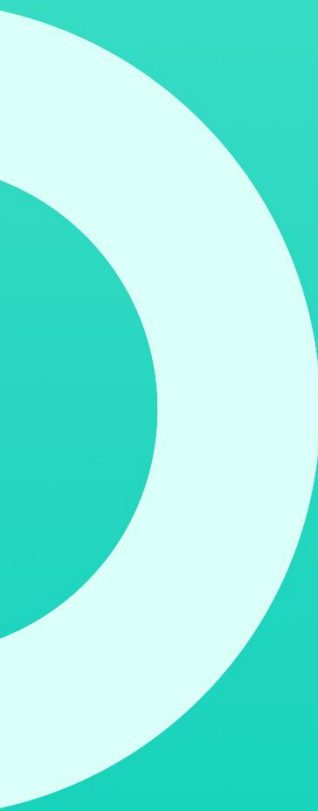
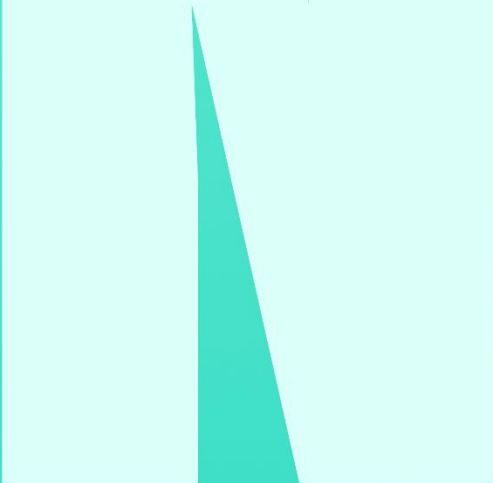
Godkjent arbeidskrav er en forutsetning for å kunne gå opp til eksamen. Arbeidskravene i dette emnet er:

- Skriftlig innleveringsoppgave med medstudentvurdering som vurderes til godkjent/ikke godkjent. Oppgaven skal skrives i henhold til oppgitte formkrav og APA-mal for referering.

Eksamen

Individuell skriftlig oppgave over 48 timer i henhold til oppgitte formkrav og mal for referering med faglig redegjørelse. Karakteren i dette emnet består av en todelt eksamen som gir én samlet karakter i emnet. Begge eksamensdelene må bestås. Eksamensbesvarelsen gis gradert karakter, A – F.





ONH Oslo Nye
Høyskole

Ullevålsveien 76
0454 Oslo