HVORFOR MBA?

MBA er et breddestudium for deg som ønsker å øke din kompetanse på strategisk ledelse og økonomi. Studiet er erfaringsbasert. Det betyr at det er tilpasset deg som har din utdanning fra andre fagområder enn økonomi og ledelse. Våre eksperter hjelper deg til å bygge på den erfaringen du allerede har, og til å videreutvikle dine lederegenskaper. På den måten er du sikret et kompetanseløft. Utdanningen kan tas som et deltidsløp med samlingsbasert undervisning, slik at du kan studere ved siden av jobb.

Studiet består av 5 emner, samt en mastergradsoppgave (til sammen 90 studiepoeng).

<table>
<tr><td colspan="3">Masteroppgave – 30 studiepoeng</td></tr>
<tr><td>Metode – 10 studiepoeng</td><td colspan="2">Fordypningsemne – 20 studiepoeng
Strategi- og styringsutfordringer i virksomheten</td></tr>
<tr><td>Innføring Org./ledelse
– 10 studiepoeng</td><td>Innføring Markedsføring
– 10 studiepoeng</td><td>Innføring Økonomi
– 10 studiepoeng</td></tr>
</table>

Undervisningen for hvert 10 stp emne gis på 2 samlinger á 2,5 dager på UiT. Høsten 2008 er samlingene lagt til uke 37 og 46. Da gis henholdsvis Innføring i økonomi og Innføring i markedsføring.

Studiet forener tre internasjonalt sterke fagmiljøer - økonomi, markedsføring og organisasjon og ledelse - som hver for seg har lange tradisjoner ved universitetet i Tromsø. For den enkelte student betyr det et systematisk og forutsigbart tilbud av et meget populært og karrierefremmende studium.

INNHOLD I EMNENE

Innføring i organisasjon og ledelse (10 stp)
Emnet tar for seg grunnleggende begreper i organisasjonsteorien, og presenterer teorier om ledelse, teorier om design av formell organisasjonsstruktur, og ulike aspekter ved endringsledelse. Gjennom innsikt i design av formell struktur, presenteres godt utprøvde og nye prinsipper for organisasjonsutforming. I tillegg tydeliggjøres muligheter og begrensninger ved formell struktur som virkemiddel i planlagte endringer. Som et bakteppe drøftes ledelse ut fra i hvilken grad og hvordan ledere har betydning for organisatoriske resultater.

Innføring i markedsføring (10 stp)
Emnet gir en generell innføring i analyse, planlegging, gjennomføring og evaluering av markedsføringstiltak. Først tas opp sentrale begreper og modeller knyttet til markedsføringsledelse, som forbrukstrender, kjøpsatferd, konkurrentanalyser, segmentering og kundetilfredshet. Deretter går en over til anvendelse i form av planlegging og gjennomføring av markedstiltak. Sentrale tema vil være produktutvikling, prissetting, distribusjon og markedskommunikasjon.

Innføring i økonomi (10 stp)
Emnet gir studentene basiskunnskap i faget økonomistyring, slik at de kan bruke kunnskapen i sitt daglige arbeid. Deltakerne får grunnleggende kjennskap til bedriftsøkonomiske begreper samt teoretisk og praktisk innsikt i å bruke regnskap og finansiering som verktøy. Studentene utvikler kompetanse innen økonomisk styring av virksomheter samt analyse av regnskapsrapporter og finansieringsmodeller. Videre tilegner studentene seg kunnskap om ulike økonomiske planleggingsmodeller og finansieringsstrategier.

Metode (10 stp)
Emnet skal gjøre studenten i stand til å gjennomføre et forskningsprosjekt og skrive sin masteroppgave på en god måte. Til det trengs en innføring i den vitenskapelige genren, og hvilke krav som stilles til den. Fokus er på avgrensning av forskningstema, utforming av problemstilling og struktur i oppgaven. De grep som forskere bruker for å bestemme hva eller hvem som skal undersøkes, og hvordan undersøkelsen skal foregå, kalles forskningsdesign. Her benyttes kvalitative og kvantitative metoder for å fange inn data i forhold til den design man har bestemt seg for.

Fordypningsemne: Strategi- og styringsutfordringer i virksomheten (20 stp)
Emnet kombinerer det beste fra økonomi, organisasjon og ledelse, og markedsføring, og vil derfor trekke veksler på alle tre fagmiljøer. Det tas utgangspunkt i en unik helhetlig tilnærming til strategi og virksomhetsstyring, og hvilke områder man må ha fokus på for å lykkes med dette. Etter inspirasjon fra Kaplan og Nortons balanserte styringsmodell (balanced scorecard), tar emnet opp styringsutfordringer i et finansielt perspektiv, et kundeperspektiv, et internt prosessperspektiv, og et organisasjons- og læringsperspektiv. Det veksles mellom et overordnet fokus på strategi- og styringsmodeller, og et fordypende fokus på delemner innen hvert av de fire perspektivene.

Masteroppgaven (30 stp)
En masteroppgave på ca 40 sider skrives i forhold til problemstilling og data hentet fortrinnsvis fra egen arbeidsplass. Progresjonen i oppgaveskrivingen organiseres i forhold til egeninnsats, samlinger underveis med presentasjoner, samt individuell veiledning.

FLEKSIBELT STUDIEPROGRAM

Dette er et fleksibelt studieprogram der man kan planlegge progresjon ut fra egne ønsker og behov. Nedenfor illustreres et eksempel på studieløp:

Høsten 2008	**Innføring i økonomi – 10 studiepoeng**	**Innføring i markedsføring – 10 studiepoeng**
Våren 2009	**Metode – 10 studiepoeng**	**Innføring i org/ledelse – 10 studiepoeng**
Høsten 2009	**Strategi- og styringsutfordringer i virksomheten – 20 studiepoeng**	
Vår + høst 2010	**Masteroppgave – 30 studiepoeng**	

Tabellen viser et løp der studenten tar 20 stp per semester. Til sammenligning utgjør normal studieprogresjon på ordinære studier 30 stp per semester. Man kan også velge å kun ta enkeltemner i stedet for hele programmet.

Opptaksgrunnlag:
Bachelorgrad og minst to års relevant yrkeserfaring.

PRISER:

Ett emne 10 stp:	20.000 kr.
Ett emne 20 stp:	40.000 kr.
Masteroppgave:	30.000 kr.
Totalpris MBA:	150.000 kr.

For bedriftsrabatt, ta kontakt med studierådgiver Sofie A. Osland.

Søknadsfrist: 1. juni 2008

Kontaktinformasjon – Faglige ansvarlige:
Rådgiver Sofie A. Osland, tlf. 776 45031, sofieo@sv.uit.no
Professor i samfunnsøk. og instituttleder Derek Clark, tlf. 776 45543, derekc@nfh.uit.no
Professor i organisasjon og ledelse Kjell Arne Røvik, tlf. 776 44311, kjellar@sv.uit.no
Professor i markedsføring Svein Ottar Olsen tlf. 776 46133, sveinoo@nfh.uit.no
Professor i bedriftsøkonomi Terje Vassdal, tlf. 776 45558, terje.vassdal@nfh.uit.no

Master of

BUSINESS ADMINISTRATION

Et erfaringsbasert studieprogram med fokus på økonomi og strategisk ledelse



UNIVERSITETET I TROMSØ

Et nytt studietilbud ved Universitet i Tromsø
fra høsten 2008

http://uit.no/svfak/videreutdanning/22