

Programbeskrivelse

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling

Heltid

Stedbasert

180 studiepoeng

Gyldig fra 2024

Studiet er akkreditert av styret: 11.12.20

Studiet ble godkjent: 25.11.20 (UU/EIT-sak 192/21)

Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 26.09.2022 (UU/EIT-sak 113/22)

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	3
1.1 Formelle krav	4
2. Læringsutbytte	4
3. Studiets struktur	7
3.1 Faglig progresjon	7
3.2 Emner 1. studieår	9
3.3 Emner 2. studieår	9
3.4 Emner 3. studieår	10
3.5 Valgemner/utveksling/praksis fjerde semester	11
3.6 Bacheloroppgave	11
4. Undervisnings- og vurderingsformer	13
4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	13
4.2 Eksamens- og vurderingsformer	14
5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	15
5.1 Ordninger for internasjonalisering	16
5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	16

1. Innledning

“Innovation distinguishes between a leader and a follower”

- Steve Jobs

Få ting er like spennende som innovasjon. Å finne og å implementere løsninger som ingen tidligere hadde forestilt seg bereder grunnen ikke bare for virksomheters og samfunns overlevelse og vekst, men også for økt livskvalitet for hver og en av oss som borgere og forbrukere. Det gir også en stor følelse av personlig stolthet og velbehag - istedenfor tankeløs gjengivelse av eksisterende rutiner bidrar man aktivt til å skape historie! For alt rundt oss som menneske har skapt har en gang vært en innovasjon - fra de minste delene av smarttelefoner til store arkitektoniske konstruksjoner, fra betalingstjenester til helsesystemer, og fra enkle driftsoperasjoner til forretningsmodeller. Og i disse tider, preget av en rekke globale samfunnsøkonomiske og miljømessige utfordringer, blir innovasjonens rolle enda større og viktigere. De virksomhetene som fremstår som aller mest betydningsfulle i vår tid er nettopp de som setter innovasjon i sentrum av sin virksomhet, som bygger en innovasjonskultur fra topp til bunn og som med det evner å være innovative over tid. Slike bedrifter har også bedre sjanse til å overleve i turbulente omgivelser og ikke minst vinne over sine konkurrenter. Som et velkjent utsagn oppsummerer det, “Innovate or die!”.

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling er skreddersydd for de som ønsker å jobbe med å formulere, utvikle og kommersialisere innovative ideer og å skape verdi for mennesker, virksomheter og samfunn på stadig nye måter. Målet er å utvikle kandidater som kan jobbe innenfor etablerte organisasjoner og har kunnskaper og ferdigheter til å utfordre det bestående, forstå og drive innovasjonsprosesser med eller for brukere og andre interessenter, bidra til å skape bærekraftige kreative organisasjonskulturer og ha rollen som endringsagenter på sin arbeidsplass. Det søker også å utvikle kandidatenes forståelse av rollen innovasjon spiller i et samfunn.

Programmet er bygd opp rundt en base av sentrale økonomisk-administrative fag med en spesialisering mot innovasjonsfag. Det kombinerer de økonomisk-administrative fagenes fokus på rasjonelle analyser og lineære modeller med innovasjonsfagenes orientering mot organiske, agile og menneskesentrerte utviklingsprosesser og metoder. Fagene og undervisningen kombinerer akademisk tyngde med praktisk kunnskap og nærhet til organisasjons- og næringsliv. Bruker og marked står sentralt igjennom hele løpet, og studenter får lære en rekke ulike verktøy for å definere, forstå og møte markedets behov. I tillegg legger programmet vekt på utvikling av kreative problemløsningsevner, fordi kreativitet er motoren som driver innovasjon. Kreative idéer i seg selv er imidlertid ikke innovasjoner og trenger implementering, derfor er kunnskapen om forskjellige metoder og teknikker for å realisere dem, skape et endringsorientert arbeidsmiljø samt evaluere resultater også en viktig del av studiet.

Etter endt utdanningsløp vil man med en Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling ha relevante kvalifikasjoner for å jobbe med innovasjon og utvikling i etablerte virksomheter og kunne initiere og drive nye prosesser og utviklingsløp frem. Graden gir kunnskaper til å jobbe med blant annet forretningsutvikling, prosjekt- og prosessledelse og innovasjonsstrategi

spesielt innen virksomheter som driver med innovasjon og endring. Graden kvalifiserer til videre masterutdanninger innenfor innovasjon, entreprenørskap, forretningsutvikling og ledelse.

1.1 Formelle krav

Opptakskrav til studiet er generell studiekompetanse, delkompetanse etter 23/5-regelen eller realkompetanse. Søknad på grunnlag av realkompetanse skal gis individuell behandling, og søker må dokumentere at de innehar de kvalifikasjonene som gjør at de har kompetanse til å gjennomføre studiet. Det henvises til *Forskrift om opptak til høyere utdanning*¹ og *Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høyskolen Kristiania*² for mer informasjon.

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høyskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver

¹ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-01-06-13>

² <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-01-813?q=H%C3%B8yskolen%20Kristiania>

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 bred kunnskap om hvordan virksomheter utvikler og iverksetter strategier, hvordan de organiseres og ledes, samt hvordan produkter og tjenester markedsføres og posisjoneres
- har grunnleggende kunnskap innen samfunnsvitenskapelig metode og dataanalyse, samt forstår hvordan metodiske verktøy brukes i forbindelse med innhenting, organisering og analyse av data
- har bred kunnskap om sentrale temaer, teorier og problemstillinger innenfor innovasjons- og entreprenørskapsfagene
- kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid innenfor entreprenørskap som et fagfelt, med særlig vekt på entreprenøriell strategi, ledelse, markedsanalyse, finansiering og sosialt entreprenørskap og er i stand til å oppdatere sin kunnskap og anvende den i praksis
- har god forståelse av innovasjons rolle i verdiskapning og forretnings- og samfunnsutvikling
- har bred kunnskap om samfunnsvitenskapelige teorier om innovasjon, teknologisk utvikling og entreprenørskap

Ferdigheter

Kandidaten ...

- kan anvende ulike faglige perspektiver og teoretiske tilnærminger for å forstå hvordan virksomheter fungerer
- kan vurdere ulike forskningsmetoder for innsamling og analyse av et datamateriale, og gjennomføre et avgrenset akademisk arbeid i tråd med samfunnsvitenskapelig metodiske retningslinjer
- kan identifisere og analysere forretningsmessige problemstillinger i forbindelse med oppstart og utvikling av nye virksomheter
- kan anvende faglig kunnskap til utvikling av nye produkter og tjenester innenfor etablerte organisasjoner
- kan diskutere og aktivt bidra til forbedring av eksisterende innovasjonspraksiser i en virksomhet
- kan utarbeide innovative løsninger på strategiske og organisatoriske utfordringer, både selvstendig og i samarbeid med interne og eksterne interessenter
- kan kommunisere ideer om nye produkter, tjenester og forretningsmodeller klart, konsist og effektivt

Generell kompetanse

Kandidaten ...

- kan tilrettelegge for et konstruktivt og inkluderende teammiljø for kreativ problemløsning

- kan planlegge og gjennomføre prosjektarbeid alene og i samarbeid med andre, i tråd med etiske standarder og prinsipper
- kan ta informerte beslutninger i situasjoner karakterisert av risiko og usikkerhet
- kan gi reflekterte og faglige bidrag til diskusjoner knyttet til innovative løsninger av virksomhetsrelaterte og samfunnsmessige utfordringer
- kan reflektere over etiske problemstillinger knyttet til innovasjon i etablerte virksomheter

3. Studiets struktur

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling er et treårig studium som totalt teller 180 studiepoeng, hvorav 150 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og 30 studiepoeng av valgfrie (valgemner).

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

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling			
1. semester	Innovation essentials 15 sp		Markedsføring og forbrukeratferd 15 sp
2. semester	Å starte ny virksomhet 15 sp		Organisasjon og ledelse 7,5 sp Visual Analytics 7,5 sp
3. semester	Innovasjonsstrategi 15 sp		Samfunnsvitenskapelig metode 7,5 sp Bedriftsøkonomi 7,5 sp
4. semester	Valgemne, utveksling eller praksis 30 sp til sammen		
5. semester	Design Thinking 7,5 sp	Co-creation 7,5 sp	Kvantitativ metode 7,5 sp Samfunnsøkonomi 7,5 sp
6. semester	Innovative organisasjoner 7,5 sp	Innovation and Sustainability 7,5 sp	Bacheloroppgave 15 sp

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

Obligatoriske emner

Valgfrie emner

3.1 Faglig progresjon

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling består av en kjerne av økonomisk administrative fag med en spesialisering mot fag knyttet opp mot innovasjon og det å designe, lede og implementere innovasjonsprosesser i etablerte virksomheter.

Kjernefagene består av forbrukeratferd, metode og økonomi, som gir en bred kunnskaps- og ferdighetsplattform. I tillegg har studentene et fellesemne knyttet til School of Economics, Innovation and Technology i *Visual analytics*.

Det første året har Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling felles med Bachelor i entreprenørskap. I første semester gir emnet *Innovation Essentials* en innføring i

kjerneelementene og diskusjonene innenfor innovasjonsfaget, parallelt med at basisemnet *Markedsføring og forbrukeratferd* gir kunnskap og ferdigheter i det å definere og nå ut og frem til sentrale mål-og brukergrupper, noe som står sentralt innenfor de aller fleste virksomheter.

I andre semester får studentene en innsikt i spesifikke teorier, prosesser og modeller som er viktige for forståelsen av - så vel som den praktiske etableringen av - entreprenørielle virksomheter. Alle studenter starter en bedrift i løpet av dette emnet. I tillegg har de et basisemne i *Organisasjon og ledelse*, som gir en grunnleggende forståelse for hvordan organisasjoner fungerer og et emne i *Visual Analytics* som gir en forståelse for og en kunnskap om å anvende datadrevne analyser i beslutningsprosesser.

Den grunnleggende innsikten fra første år gjør studentene i stand til å forstå betydningen av emnet *Innovasjonsstrategi* som ligger i 3. semester, et spesialiseringsemne som gir en bred innføring i strategifaget generelt og i innovasjonsstrategi spesielt, med fokus på områder som verdikonfigurasjoner, forretningsmodellering og disrupsjon. Dette emnet er en naturlig videreføring av emnene som handler om innovasjon og etablering av nye virksomheter første og andre semester. Det går parallelt med to fellesemner i *Samfunnsvitenskapelig metode* og *Bedriftsøkonomi*, emner som begge tilfører strategifaget forståelse og dybde.

Fjerde semester er det valgemner, praksis eller utveksling. I femte og sjette semester bygger spesialiseringsemnene videre på breddekunnskapen som er etablert første og andre året og emnene blir spissere i formen rent tematisk og går inn i kjernen av innovasjonsfaget. 5. semester går det to emner, *Design Thinking* og *Co-creation* som begge fokuserer på prosess og hvordan designe og gjennomføre innovasjonsprosesser som er brukerorienterte og som evner å inkludere både brukere og andre relevante stakeholdere. Disse to emnene er lagt samme semester for å kunne muliggjøre bruk av innsamlede data i to ulike prosessuelle løp, hvilket vil både kunne fremme bedre besvarelser og bedre dybde forståelse for kvalitetene og mulighetene som ligger i ulike rammeverk og metoder. I 5. semester ligger også basisemnet *Samfunnsøkonomi* som bidrar til å øke forståelsen av makroøkonomiske- og samfunnsøkonomiske problemstillinger. Emnet går parallelt med basisemnet *Kvantitativ metode*, et emne som støtter direkte opp om det selvstendige forskningsprosjektet som skal realiseres i *Bacheloroppgaven* i 6. semester, hvor både metodeforståelse og evne til å kritisk reflektere over etablert teori står sentralt. I 6. semester har studentene også to spesialiserte emner i *Innovative organisasjoner* og *Innovasjon og bærekraft*. Det første emnet fokuserer på hvordan kreativitet kan implementeres og skape innovative organisasjoner kobles det andre emnet tett opp mot bærekraftsmålene, samt opp mot praksisfeltet på sosial innovasjon og gir en dybdeforståelse for hvordan virksomheter kan innlemme bærekraft i forretningsprosesser og innovasjon på en etisk og effektiv måte.

3.2 Emner 1. studieår

Emne	Sp	Beskrivelse
Innovation Essentials	15	Emnet gir en bred introduksjon til innovasjonsfeltet og diskuterer sentrale tematikker som hva innovasjon er, hvor det skjer, hvordan det oppstår og hvem som er i førersetet. Gjennom grunnleggende innføring i teorier, modeller og verktøy gir kurset studentene kunnskap og erfaring til å kunne identifisere muligheter, utvikle og realisere kreative idéer samt bevege virksomheter mot nye måter å jobbe og tenke på.
Markedsføring og forbrukeratferd	15	Emnet vil lære studentene å forstå markedsføringsfaget som en helhetlig bedriftsfilosofi. Studentene vil lære om markedsføringsledelse, kundeledelse, produktledelse, merkeledelse, analyse av forbrukeratferd og analyse av marked og konkurransedynamikk. Med denne innsikten vil studenten tilegne seg evnen til å utvikle en markedsplan som strukturerer det planmessige arbeidet fra målsettinger til tiltak.
Å starte ny virksomhet	15	Emnet utforsker teoretisk og praktisk prosessen med å definere, etablere og organisere små entreprenørielle virksomheter. Det gir studentene en innføring i hva entreprenørskap handler om, en forståelse for sentrale begreper, prosesser og modeller og hva som kjennetegner entreprenører og suksessfulle oppstartsbedrifter. I løpet av emnet starter alle studenter en egen virksomhet knyttet til en fysisk eller virtuell vare eller en tjeneste, og bruker lean start-up metodikk for utviklingen av et produkt/tjenesteprototype eller et «proof of concept».
Organisasjon og ledelse	7,5	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.
Visual Analytics	7,5	I dette emnet lærer man prinsipper og teknikker for visuelle analyser av datasett. Emnet lærer studentene å designe og utvikle informasjonspaneler innenfor forskjellige domener. Studentene kan reflektere over de forskjellige modellene, teoriene og rammene for visuell analyse fra et beslutningsperspektiv. Studentene vil også jobbe i grupper og lære å kommunisere effektivt med tekniske og ikke-tekniske personer involvert i informert beslutningstaking.

Tabell 2. Emner første studieår

3.3 Emner 2. studieår

Emne		
------	--	--

	Sp	Beskrivelse
Innovasjonsstrategi	15	Emnet gir en bred introduksjon til strategifaget generelt og forretningsstrategi spesielt, med fokus på tematikker som verdikonfigurasjoner, forretningsmodellering og disruptjon. Studentene lærer å analysere og vurdere eksisterende strategier så vel som å utfordre og utvikle nye strategiske grep for etablerte organisasjoner.
Samfunnsvitenskapelig metode	7,5	Emnet gir en introduksjon til vitenskapelige undersøkelser med vekt på anvendelse av kvantitative og kvalitative metoder. Emnet gir en innføring i forskningsprosessen og gir studentene ferdigheter i hvordan man formulerer og tester en hypotese, spesifiserer en problemstilling eller utarbeider et vitenskapelig forankret spørsmål. Videre skal emnet gi en innføring i valget av kvalitative og kvantitative metoder, metoder for datainnsamling, teoriforankring og analyseteknikker. Studentene får også en innføring i akademisk lesing og skriving, kildehåndtering og vurdering av etiske problemstillinger knyttet til forskning
Bedriftsøkonomi	7,5	Emnet skal gi innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og modeller. Videre skal studentene få trening i bruk av økonomiske modeller og økonomiske analysemetoder. De skal beherske sentrale temaer knyttet til økonomisk rapportering rettet mot bedriftsinterne så vel som bedriftseksterne informasjonsmottakere. Sentralt her står anvendelsen av slike data i beslutningssammenhenger. Studentene skal tilegne seg ferdigheter om økonomistyring og få en grunnleggende forståelse for de viktigste bedriftsøkonomiske begrepene. Dette gjøres ved å få oversikt over kostnader, pris som konkurransemiddel, markedstilpasning, kalkulasjon etter ulike metoder (selvkost- og bidragsmetode), dekningspunktanalyse, litt regnskapsanalyse, produktvalg, investeringsanalyse og budsjettering.

Tabell 3. Emner andre studieår

3.4 Emner 3. studieår

Emne	Sp	Beskrivelse
Design Thinking	7,5	Emnet gir kunnskap og ferdigheter i design thinking, som er en menneskeorientert måte å jobbe med problemløsning og innovasjon på. Det omfatter metode og tankesett som til sammen bidrar til innovative løsninger som møter brukerbehov, er teknologisk mulige og kommersielt levedyktige. Emnet fokuserer på en praktisk analytisk forståelse for hvordan man utvikler og designer tjenestekonsepser. Studentene vil jobbe i team og utvikle en tjenesteprototype relatert til en selvvalgt problemstilling.
Co-creation	7,5	Emnet fokuserer på hvordan merkevarer kan involvere stakeholdere i merkevareutvikling og innovasjon. Det bygger på stakeholderteori og tradisjonelle merkevaremodeller og argumenterer for en deltakende tilnærming som involverer ansatte og forbrukere i å skape verdi. Emnet vil se på organisasjonelle krav for å oppmuntre til sosialisering, metoder for å involvere ansatte og forbrukere, brukere av sosiale medier og strategier for innovasjon. I tillegg vil det gi studenter modeller og deltakende verktøy som de kan bruke for å bygge, utvikle og innovere” merkevarer”.
Kvantitativ metode	7,5	Studenten vil få kunnskap om kvantitative konsepter og analysemetoder som er sentrale for empirisk samfunnsvitenskapelig forskning og dermed for å produsere troverdig kunnskap i det praktiske liv. Hensikten med kurset er å lære studentene å innhente, behandle og analysere data og tolke og forstå resultatene fra forskjellige statistiske analyseteknikker, samt formidle denne kunnskapen.
Samfunnsøkonomi	7,5	I dette emnet får studentene en innføring i samfunnsøkonomisk teori og analyse. Det handler om hvordan vi fordeler ressursene vi har (arbeidskraft, naturressurser og produksjonsutstyr), hvilke faktorer som påvirker økonomien, og hva som kjennetegner økonomien i Norge og i andre land.

		Første del av emnet er en innføring i mikroøkonomiske begreper og analyse, med hovedvekt på konsumenters og produsenters tilpasning i et marked. Analysen inkluderer kunnskap om hvordan pris og produksjon endrer seg under ulike markedsforhold, og hvordan etablering av monopol eller politiske tiltak påvirker samfunnsøkonomisk overskudd. I makroøkonomien er fokuset på samfunnets økonomi som helhet, hvordan et lands økonomi fungerer, både nasjonalt og internasjonalt. Hvilke faktorer påvirker vekst og økonomisk aktivitet i et land, hvordan måles denne aktiviteten og hvilke tilgjengelige verktøy har politiske myndighetene for å påvirke økonomien. I sistnevnte tilfelle studeres virkningen av myndighetenes penge- og finanspolitikk under ulike forutsetninger. Emnet inkluderer også en forståelse for sentrale begreper og sammenhenger, blant annet arbeidsledighet, inflasjon, fordeling, handel og internasjonal økonomi.
Innovative organisasjoner	7,5	Dette emnet handler om hvordan organisere, bygge og lede bærekraftige innovative organisasjoner. Det utforsker faktorer som fremmer kreative organisasjonskulturer som muliggjør innovasjon, samt ser på en rekke case studier av innovative organisasjoner. Emnet skal øke studentenes evne til å forstå og å implementere kreativitet og innovasjon i organisasjonen.
Innovasjon og bærekraft	7,5	Med utgangspunkt i FNs bærekraftsmål (SDGs) og nødvendigheten av å innlemme bærekraft i forretningsprosesser handler dette emnet om hvordan organisasjoner (offentlige og private) kan innovere på en effektiv og etisk måte. Emnet ser på hvordan et gjennomgripende fokus på bærekraft skaper innovasjonsmuligheter, blant annet gjennom områder som resirkulering, upcycling, flytende forbruk, Block Chain og sirkulærøkonomi. Spesifikke sektorer vil bli diskutert, som plastikk, klær, energi og mat. Kurset omhandler bade rollen stat, media, forbrukere, NGOs og finansinstitusjoner spiller i å stimulere innovative tilnærminger.

Tabell 4. Emner tredje studieår

3.5 Valgemner/utveksling/praksis fjerde semester

For studieprogrammet *Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling* er det lagt opp til at studenter tar valgemner i 4. semester, som til sammen utgjør 30 studiepoeng. Oppdatert informasjon om valgmuligheter gis på Høyskolen Kristianas nettsider og gjennom læringsplattformen.

Det tas forbehold om endringer i hvilke valgemner som tilbys.

3.6 Bacheloroppgave

Emne	Sp	Beskrivelse
------	----	-------------

Bacheloroppgave	15 sp	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 utrede alternativer som bidrar til å løse problemet eller komme frem til et beslutningsgrunnlag. Studentene skal gjennom den prosessen det er å forfatte en lengre oppgave, vise kunnskaper og ferdigheter i utredningsmetodikk, evne til refleksjon over og drøfting av teori, samt evne til å analysere og tolke data. Modenhet i språkføringen og skriveprosessen, evne til å se en rød tråd i et lengre arbeid, samt det å kunne arbeide effektivt i en gruppe på tvers av faglige, menneskelige og sosiale egenskaper er avgjørende.
------------------------	-------	--

Tabell 5. Bacheloroppgave 6. semester

4. Undervisnings- og vurderingsformer

4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2 i denne programbeskrivelsen.

De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde innen kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter, mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen.

Arbeids- og undervisnings- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnets bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling legger vekt på å bygge en bred kompetanse innen fagfeltet og på å oppøve studentens evne til selvstendig arbeid. Undervisningen har som mål å kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høyskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høyskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for og fasilitere studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor påregne en betydelig egeninnsats.

De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter ved Bachelor i *innovasjon og forretningsutvikling* er beskrevet i det følgende.

- Forelesning/formidling, instruksjon, ikke-spesifisert veiledning og annen lærerledet aktivitet
- Veiledning og formativ vurdering
- Case-, gruppe- og/eller prosjektarbeid
- Workshops og seminararbeid
- Selvstendig øving / lab-arbeid / praktisk arbeid individuelt eller i grupper
- Annen studentaktivitet, herunder presentasjoner, plenumsdiskusjoner, formidling med videre

- Bedriftskontakt og praksis
- Kollokvie- og oppgavearbeid
- Selvstendig akademisk arbeid med pensum og annet

For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov.

I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

Underveis i studieløpet gjennomføres det 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. Ved

4.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende tilbakemelding eller som en karakter (eksamen).

Ved Høyskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering *som* læring, vurdering *for* læring og vurdering *av* læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens *formålet* varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat. Denne type vurdering oppfatter vi som en del av undervisningsformene, og disse finnes igjen i kapittel 4.1 ovenfor.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes, eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved *Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling* vil studentene møte følgende eksamensformer:

- Hjemmeeksamen
- Mappedeksamen

- Semesteroppgave
- Bacheloroppgave

I enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen. Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis.

En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

For utfyllende informasjon om eksamen og obligatorisk aktivitet, se Høyskolen Kristianas hjemmesider.

5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Med henvisning til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt 7 og 8) har studiet ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart. Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

5.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Ordninger for internasjonalisering kan omfatte en rekke aktiviteter, slik som bruk av internasjonal litteratur, internasjonale gjesteforelesere, utenlandske studenter på innveksling eller studenters deltagelse på internasjonale konferanser eller workshops i utlandet (listen er ikke uttømmende).

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

5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

Høyskolen Kristiania har avtaler med flere utenlandske læresteder som gir studentene mulighet til å ta et semester i utlandet.

Høyskolen har følgende mobilitetsprogram:

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa
- «Exchange» eller «Study Abroad» program, for studenter i og utenfor Europa

For Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling tilrettelegges det for utveksling i 4. semester.

Høyskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og studieoppholdets relevans sikres av studieprogramleder. Utvekslingsemner fra partnere godkjennes av studieprogramleder, for innpass i aktuelle bachelorgrader, her med omfang tilsvarende 30 studiepoeng.

Følgende studiesteder i utland er aktuelle for Bachelor i innovasjon og forretningsutvikling

- University of California, Berkley
- Hawaii Pacific University
- University of Queensland
- RMIT University, Melbourne
- University of Hertfordshire
- Griffith University
- International School of Management

Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høyskolen Kristiania på utreisetidspunktet. For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert.

For nominering til studentutveksling stilles det som regel krav til normert studieprogresjon, karakterer og motivasjonsbrev. Det kan også stilles krav til dokumentasjon av kreativt

arbeid/porteføljer og Høyskolen Kristiania kan gjennomføre intervjuer av søkere til utveksling. Høyskolen Kristiania har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner. Vær oppmerksom på at det er et begrenset antall utvekslingsplasser ved studiestedene.

Det tas forbehold om endringer av aktuelle studiesteder, og oppdatert informasjon publiseres på høyskolens nettside. Se utfyllende informasjon om utveksling her:
<https://www.kristiania.no/for-studenter/studier-i-utlandet/utveksling/>