

Alþjóðaviðskipti MS/MIB
Forysta og stjórnun MS/MLM
Markaðsfræði MS/MMM



Námskrá fyrir meistaranám í
alþjóðaviðskiptum,
forystu og stjórnun og markaðsfræði
Gildir skólaárið 2017 – 2018



HÁSKÓLINN Á BIFRÖST
BIFRÖST UNIVERSITY

Nafn námskrár: Meistaránám í viðskiptafræðum

Tengiliður: Forseti viðskiptadeildar

Lengd náms: 3 annir

Fjöldi eininga: 90 ECTS, stig 2.2 og 2.1 samkvæmt viðmiðum um æðri menntun og prófgráður 2011

1. **útgáfa mars 2014**
2. **útgáfa apríl 2017**
3. **útgáfa júlí 2017**

Efnisyfirlit

Almennt um námið	4
Skiptinám	5
Valnámskeið.....	5
Starfsnám	5
Rannsóknatenging.....	5
Skipulag náms og kennsluaðferðir	5
Skipulag náms: MS/MLM Forysta og stjórnun.....	7
Skipulag náms: MS/MLM Forysta og stjórnun.....	7
Skipulag náms: MS/MIB í Alþjóðaviðskiptum.....	8
Skipulag náms: MS/MMM Markaðsfræði	8
122.6.0.ALVN, Alþjóðaviðskipti	10
122.6.0.STFR Stefnumótun og framtíðarsýn.....	11
122.6.0.SALA Sala og markaðir	12
122.6.0.FMNT Fjármögnun nýrra tækifæra	12
122.6.0.BROK, Breytinga og krísustjórnun.....	14
129.6.0.KLTF, Kenningar í leiðtogafræðum	15
120.6.0.ÞJÓN, Markaðssetning þjónustu	16
124.6.0.ALFI, Alþjóðafjármál	17
321.6.0.ADFE, Aðferðarfræði.....	18
122.6.0.SAMT, Samningar og samningatækni.....	20
122.6.0.SBST, Sjálfbær stjórnun	21
122.6.0.ALSA, Alþjóðasamskipti.....	22
122.6.0.ALMA, Alþjóðleg markaðsfræði	23
129.6.0.ÞJFO, Þjónandi forysta.....	24
129.6.0.SOML, Samskipti og miðlun leiðtoga.....	25
321.6.0.RITS, Ritgerðarsmíð	26
120.6.0.MANN, Mannauðsstjórnun.....	28
122.6.0.SHFS, Stjórnunarhættir fyrirtækja og skipulag.....	29
134.6.0. MART, Markaðsstjórnun	30
134.6.0. VÖRN, Vörumerkjastjórnun.....	31
134.6.0. STAF, Stafrænir markaðir	32

134.6.0. MCCL, Stjórnun samskipta við viðskiptavini (e. CRM).....	34
134.6.0. SAMA, Samþætt markaðssamskipti.....	35
134.6.0. MARA, Markaðsrannsóknir.....	36
134.6.0. MAKA, Markaðsstefna og áætlanagerð.....	37
135.6.0. VSÁL, Vinnusálfræði.....	38
135.6.0. ÞJÁL, Þjálfun og þróun.....	39
Lokalærdómsviðmið.....	40

Almennt um námið

Meistaránámi í *Alþjóðaviðskiptum, í Forystu og stjórnun og í Markaðsfræðum* er ætlað að veita þekkingu og þjálfun til sérhæfðra starfa hjá fyrirtækjum sem starfa hér á landi og erlendis. Námið veitir góðan grunn á sviði fjármála, stjórnunar, markaðsfræða, forystu og mannlegra samskipta, en með áherslu á alþjóðleika, ábyrga forystu og starfsemi fyrirtækja utan heimalands.

Háskólinn á Bifröst vill sjá skipulagsheildum fyrir ábyrgum og víðsýnum, vel menntuðum stjórnendum og starfsmönnum með góða þekkingu á fjármálum, stjórnun og markaðsmálum, auk getu til þess að meta og þróa viðskiptatækifæri á núverandi og nýjum vettvangi. Nemendur eiga að fá þjálfun í því að meta með gagnrýnum hætti tækifæri til úrbóta og sóknar á meginsviðum fyrirtækja sem þeir starfa fyrir.

MS/MIB í alþjóðaviðskiptum

Í námi í Alþjóðaviðskiptum er sérstaklega horft á stefnumótun og markaðssetningu nýrra viðskiptahugmynda á erlendum mörkuðum sem hafa fengið aukið rými í þessu skipulagi. Nemendur fá tækifæri til að rannsaka og skoða helstu atriði sem snúa að alþjóðaviðskiptum, eins og alþjóðasamskipti, alþjóðlega markaðsfræði, alþjóðafjármál o.fl.

Meistaránámi í alþjóðaviðskiptum er ætlað að veita þjálfun til sérhæfðra starfa hjá fyrirtækjum sem starfa hér á landi og erlendis. Horft er til sóknar íslenskra fyrirtækja á núverandi og nýjum mörkuðum í Evrópu og annars staðar í veröldinni. Sérstök áhersla er á stefnumótun og markaðssetningu nýrra viðskiptahugmynda á erlendum mörkuðum. Háskólinn á Bifröst vill sjá fyrirtækjum fyrir víðsýnum, vel menntuðum stjórnendum og starfsmönnum með góða þekkingu á fjármálum, stjórnun og markaðsmálum og getu til þess að meta og þróa viðskiptatækifæri á núverandi og nýjum vettvangi. Einnig er lögð áhersla á að nemendur þjálfist í því að meta með gagnrýnum hætti tækifæri til úrbóta og sóknar á meginsviðum þeirra fyrirtækja sem þeir starfa fyrir.

MS/MLM í forystu og stjórnun

Meistaránám í Forystu og stjórnun undirstrikar og styður jafnframt við hlutverk Háskólans á Bifröst sem er m.a. að undirbúa fólk fyrir forystustörf í atvinnulífi og samfélagi, með sjónarmið sjálfbærni og samfélagslegrar ábyrgðar að leiðarljósi. Forysta er fjölbætt fyrirbæri sem þarf að skoða út frá mörgum sjónarhornum. Til að ná því markmiði eru fjölbreyttir áfangar í boði sem mynda bæði fræðilegan og praktískan grunn. Meðal annars er sérstakur áfangi í þjónandi forystu, e. servant leadership, sem og áfangar þar sem fjallað er um margar ólíkar kenningar innan leiðtogafræðanna. Áhersla er lögð á samskipti og samskiptahæfni stjórnenda og leiðtoga.

Námið á að undirbúa nemendur undir flókin og krefjandi stjórnenda- og leiðtogastörf. Nútíma stjórnunarhættir kalla á á samskipti í teyllum og hvernig má veita forystu í teyllum og því verður sérstök áhersla á slíkt í náminu. Ennfremur er tilgangur námsins að rannsaka og finna út úr hvernig árangursríkar skipulagsheildir beita faglegri forystu og stjórnun.

MS/MMM í markaðsfræðum

Meistaránám í markaðsfræðum er hagnýtt nám á sviði markaðsfræða en Háskólinn á Bifröst hefur um áraraðir boðið, í grunnnámi, uppá viðskiptafræði með áherslu á markaðssamskipti. Starfsmenn skólans hafa enn fremur verið virkir rannsakenndur á þessu sviði og unnið með mörgum af öflugust fyrirtækjum landsins. Meistaránám í markaðsfræðum er fyrir einstaklinga sem vilja afla sér þekkingar á breiðu sviði markaðsfræða. Námið er einnig fyrir þá sem starfa nú þegar við markaðsstörf en vilja efla sig, þróa og ná lengra á þessu sviði. Til að þetta náist er boðið uppá fjölbreytt námskeið sem fjalla um margvísleg svið markaðsfræðanna eins og stafræna markaðsstjórnun, sem verður æ mikilvægari í ljósi flóknari samskipta við viðskiptavini. Í náminu er enn fremur lögð áhersla á lykilatriði í markaðsstefnumótun sem og markaðsrannsóknir og hvernig megi betur stýra flóknum viðskiptatengslum.

Skiptinám

Nemendum býðst að fara eina önn og stunda nám í einum af samstarfsskólum háskólans erlendis. Skiptinám er góður undirbúningur fyrir nám og störf í alþjóðlegu umhverfi og um leið fá nemendur tækifæri til að kynnast annarri menningu, öðlast mikilvæga reynslu og víkka sjóndeildarhringinn. Nokkuð er um að nemendur í meistaránámi fari í skiptinám eina önn þótt það sé í minna mæli en í grunnnámi.

Valnámskeið

Nemendur geta valið námskeið úr öðrum námslínum í meistaránámi og þá einkum úr menningarstjórnun og lögfræði.

Starfsnám

Markmiðið með starfsnáminu er að bjóða nemendum upp á starfsþjálfun undir faglegri handleiðslu reyndra stjórnenda í fyrirtækjum og stofnunum. Um er að ræða þjálfun á vinnustað sem tekur mið af starfsemi stofnunar/fyrirtækis. Umsjónarmaður og nemandi hittast reglulega og meta vinnu og framvindu verkefna. Að starfsnámi loknu eiga nemendur að kunna að beita viðeigandi aðferðum við þau verkefni sem þeim voru falin og hafa öðlast sjálfstæði í vinnubrögðum og geta sett upp verkáætlan og fylgt henni.

Rannsóknatenging

Leitast er við að tengja rannsóknir við þau námskeið þar sem þess er kostur en á hverjum tíma eru nokkrir nemendur þátttakendur í ýmsum rannsóknarverkefnum við skólann. Ýmis störf nemenda utan skólans með námi hafa stuðlað að auknum þroska og tengingu námsins við atvinnulífið.

Skipulag náms og kennsluaðferðir

Inntökuskilyrði í meistaránám er bakkalár gráða eða sambærilegt próf samkvæmt viðmiðunum um æðri menntun og prófgráður 2011.

Nemendur geta útskrifast með MS gráðu í alþjóðaviðskiptum eða MS gráðu í forystu og stjórnun með því að klára 10 námskeið og 30 ECTS eininga lokaritgerð. Nemendur

geta einnig valið að klára 15 námskeið, skrifa ekki lokaritgerð og útskrifast þá með viðbótarpróf á meistarastigi¹. MIB í alþjóðaviðskiptum og MLM í forystu og stjórnun.

Að baki hvernar ECTS einingar er gert ráð fyrir 25-30 stunda vinnu nemenda. Inni í þeirri vinnu er allur lestur, verkefnavinna, undirbúningur fyrir próf, kynningar, vinnuhelgar, fyrirlestrar og allt sem talist getur til vinnu nemenda við námskeiðið.

Námið nýtir og byggir á þekkingu og reynslu fólks sem starfað hefur á mismunandi sviðum viðskipta. Kennsluaðferðir eru frábrugðnar því sem þekkist annars staðar þar sem blandað er saman fjarnámi og staðnámi. Fjarnámið er í boði á haust- og vorönnum en þá hittast nemendur einnig á vinnuhelgum á Bifröst. Kennslan byggir að miklu leyti á raunhæfum verkefnum sem tengjast atvinnulífinu.

Kennsla, námsmat og skipulag kennslu fer samkvæmt reglugerð skólans og reglum um nám og kennslu sem má finna í gæðahandbók skólans (F110). Þar má líka finna prófareglur og ýmsar leiðbeiningar fyrir nemendur. Gæðahandbókina má finna á heimasíðu skólans.

¹ Samkvæmt viðmiðum um æðri menntun og prófgráður sem menntamálaráðuneytið gaf út árið 2011 samkvæmt lögum nr. 63/2006

Skipulag náms: MS/MLM Forysta og stjórnun

Haustönn 1. ár	EIN	Vorönn 1. ár	EIN	MS - Haustönn 2. ár	EIN
Stefnumótun og framtíðarsýn	6	Samskipti og miðlun leiðtoga	6	MS ritgerð	30
Mannauðsstjórnun	6	Aðferðafræði / MS	6		
Þjónandi forysta	6	Sjálfbær stjórnun	6	MLM - Haustönn 2. ár	EIN
Valnámskeið	6	Kenningar í leiðtogafræði	6	Valnámskeið	6
Valnámskeið	6	Valnámskeið	6	Valnámskeið	6
		Valnámskeið / MLM	6	Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
Samtals	30	Samtals	30	Samtals	30

Skipulag náms: MS/MLM Forysta og stjórnun

með áherslu á mannauðsstjórnun

Haustönn 1. ár	EIN	Vorönn 1. ár	EIN	MS – Haust / Vor 2. ár	EIN
Mannauðsstjórnun	6	Vinnusálfræði	6	MS ritgerð	30
Stefnumótun og framtíðarsýn	6	Þjálfun og þróun	6	Val m.a. úr eftirfarandi	
Þjónandi forysta	6	Sjálfbær stjórnun	6	MLM - Haust /Vor 2. ár	EIN
Vinnuréttur	6	Kenningar í leiðtogafræði	6	Samskipti og miðlun leiðtoga	6
Valnámskeið	6	*Aðferðafræði / val	6	Breytinga- og krísustjórnun	6
				Straumlínustjórnun og skipulag	6
				Stjórnarhættir fyrirtækja	6
				Hagnýt fjármál fyrir stjórnendur	
Samtals	30	Samtals	30	Samtals	30

Skipulag náms: MS/MIB í Alþjóðaviðskiptum

Haustönn 1. ár	EIN	Vorönn 1. ár	EIN	MS - Haustönn 2. ár	EIN
Stefnumótun og framtíðarsýn	6	Alþjóðafjármál	6	MS ritgerð	30
Alþjóðaviðskipti	6	Aðferðafræði / MS	6		
Alþjóðasamskipti	6	Valnámskeið	6	MIB - Haustönn 2. ár	EIN
Alþjóðleg markaðsfræði	6	Valnámskeið	6	Valnámskeið	6
Valnámskeið	6	Valnámskeið / MIB	6	Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
Samtals	30	Samtals	30	Samtals	30

Skipulag náms: MS/MMM Markaðsfræði

Haustönn 1. ár	EIN	Vorönn 1. ár	EIN	MS - Haustönn 2. ár	EIN
*Markaðsstjórnun/Alþjóðleg markaðsfræði	6	Vörumerkjastjórnun	6	MS ritgerð	30
Markaðsrannsóknir	6	Samþætt markaðssamskipti	6		
Stjórnun samskipta við viðskiptavini (CRM)	6	Sjálfbær stjórnun	6	MMM - Haustönn 2. ár	Ein
Stefnumiðuð markaðsstjórnun	6	Stafrænir markaðir	6	Valnámskeið	6
Valnámskeið	6	Markaðssetning þjónustu	6	Valnámskeið	6
		**Aðferðafræði	6	Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
				Valnámskeið	6
Samtals	30	Samtals	30	Samtals	30

*Velja má á milli *Markaðsstjórnunar* og *Alþjóðlegrar markaðsfræði*

**Nemendur sem skrifa lokaritgerð velja *Aðferðafræði*

122.6.0.ALVN, Alþjóðaviðskipti

ECTS: 6

Kennari: Dr. Ingólfur Arnarsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið

Námskeiðið fer yfir helstu grunnþætti alþjóðaviðskipta. Sérstök áhersla er lögð á áhrif stjórnvalda, trúar og annara umhverfisþátta á alþjóðaviðskipti. Í námskeiðinu verða gerðar athuganir (examination) á alþjóðaviðskiptum með tilliti til viðskiptatækifæra innan alþjóðasamfélagsins og á áhrif erlends umhverfis á stefnumótun fyrirtækja.

Sérstök áhersla er lögð á akademíska færni, vönduð vinnubrögð og formfestu.

Hæfniviðmið

Eftir námskeiðið munu nemendur hafa leikni og hæfni til að:

- greina og ræða helstu þróunarstrauma í alþjóðaviðskiptum og áhrifum þeirra á alþjóðasamfélagið og einstaka markaði
- þekkja og skýra mismunandi tegundir alþjóðlegrar viðskiptasamvinnu og gera grein fyrir áhrifum þeirra á alþjóðaviðskipti
- þekkja mikilvægi alþjóðastofnana í alþjóðaviðskiptum
- þekkja höfuð sóknarmynstur fyrirtækja í alþjóðaviðskiptum
- skýra og greina áhrif eftirfarandi umhverfisþátta á alþjóðaviðskipti: Menningar hagkerfis, pólitík, lagalegs umhverfis, tæknilegs umhverfis og náttúrlegra þátta
- greina og ræða daglega viðburði í alþjóðlegu viðskiptalegu samhengi.

122.6.0.STFR Stefnumótun og framtíðarsýn

ECTS: 6

Kennari: Einar Svansson, Haraldur Daði Ragnarsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Námskeiðið er meistaranámskeið í stefnumótun og er ætlað að kynna helstu hugtök og aðferðir stefnumiðaðrar stjórnunar sem er nauðsynlegt að þekkja til að greina og móta stefnu og geta beitt til að ná árangri við innleiðingu hjá félögum, einkafyrirtækjum og opinberum stofnunum. Stefnumótun er skoðuð við ýmsar aðstæður, innanlands og á alþjóðavettvangi. Nýstárlegar aðferðir við greiningu verða kynntar: sviðsmyndagreining og hagsmunaaðilagreining.

Hæfniviðmið:

Þekkingarmarkmið:

- Nemendur eiga að skilja og geta útskýrt helstu hugtök um stefnumótun fyrirtækja
- Nemendur þekki helstu kenningar um stefnumiðaða stjórnun
- Nemendur skilji mikilvægi stefnumótunar í mismunandi umhverfi
- Nemendur eiga að þekkja helstu hugtök um markmið, hlutverk og framtíðarsýn fyrirtækja
- Nemendur kunni skil á innleiðingu stefnu og eftirliti með árangri
- Nemendur geti greint grunnskipulag fyrirtækja og skipurit
- Nemendur þekki tvær helstu kenningar um mótun stefnu: forskriftarstefnu og birtingarstefnu

Færnimarkmið:

- Geti útskýrt algeng greiningarlíkön stefnumótunar
- Geti útskýrt hvernig mismunandi aðferðir stefnumótunar eru nýttar og hrint í framkvæmd af stjórnendum á Íslandi og í alþjóðlegum rekstri
- Geti greint og sett fram stefnu í fyrirtæki eða stofnun
- Hafa þróað gagnaöflunarfærni og framsetningu (kynningu) efnis
- Hafa þróað með sér uppbyggilega gagnrýni sem byggist á jákvæðni og faglegru greiningu á nokkrum helstu líkönum (kerfum) og hugtökum stefnumótunarfræðanna
- Geti skipst á skoðunum um helstu kenningar um stefnumótun

122.6.0.SALA Sala og markaðir

ECTS: 6

Kennari: Dr. Gunnar Óskarsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Megin áhersla verður lögð á að gefa nemendum færi á að komast í snertingu við að vinna raunhæf verkefni til undirbúnings vali og inngöngu á erlendan markað eða markaði. Farið ítarlega í tiltekin viðfangsefni sem hafa áhrif á árangur og sölu á erlendum mörkuðum.

Hæfniviðmið:

Þekkingarmarkmið:

- Nemendur þekki helstu uppsprettur þekkingar og gagnagrunna
- Nemendur skilji hvernig fyrirliggjandi rannsóknir og upplýsingar nýtast til að spá fyrir um árangur
- Nemendur þekki helstu þætti sem hafa áhrif á árangur í markaðssetningu erlendis
- Nemendur hafi góða innsýn í hvaða þættir hafa áhrif ólík viðfangsefni í markaðssetningu erlendis
- Færnimarkmið:
- Geti greint tækifæri á erlendum markaði
- Geti nýtt sér fyrirliggjandi þekkingu til að móta stefnu í alþjóðamarkaðssetningu
- Geti sett fram vel rökstudda skýrslu um stefnumörkun og innleiðingu markaðsáætlunar
- Geti skipst á skoðunum um helstu kenningar í alþjóðamarkaðssetningu og sett þær í samhengi við ólík viðgangsefni

122.6.0.FMNT Fjármögnun nýrra tækifæra

ECTS: 6

Kennari: Agnar Jón Ágústsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestrum og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Markmið námskeiðsins er að gefa nemendum innsýn á mögulegar fjármögnunarleiðir nýrra viðskiptatækifæra. Farið verður yfir:

- kynningu á sprotaumhverfi, áhættu og markaðir,
- ársreikninga (rekstrar-, efnahagsreikningur og sjóðstreymi),
- fjárhagsáætlun og mat á fjárþörf,
- helstu fjármögnunarleiðir á mismunandi æviskeiði fyrirtækja,
- hvernig verðmeta á ný viðskiptatækifæri út frá sjóðstreymi,
- útreikninga hversu stóran hlut skal selja,

Hæfniviðmið:

Þekkingarmarkmið

- Kunna skil á mismunandi fjármagnsmörkuðum og tækifærum til fjármögnunar,
- Mögulegum fjármögnunarleiðum á mismunandi æviskeiði fyrirtækja,
- Kunna skil á eðli og formi fjármögnunarleiða,
- Hafa öðlast skilning á mismunandi verðmatsaðferðum og beitingu þeirra við mismunandi aðstæður,
- Þekkja grundvallaratriðin er snúa að því að kynna og setja fram efni á kynningum fjárfesta.

Færnimarkmið

- Vera fær um að meta fjárþörf til lengri og skemmri tíma
- Gera verðmatsútreikninga á gengi hlutabréfa og skuldabréfa
- Fær um að reikna frjálst sjóðstreymi og þekkja muninn á frjálsum sjóðstreymi og sjóðstreymi,
- Hafa haldgóðan skilning á lestri ársreikninga til að leggja eigið mat á t.d. fjárhagslega styrkleika, greiðsluhæfi, arðsemi o.fl.

122.6.0.BROK, Breytinga og krísustjórnun

ECTS: 6

Kennari: Jón Snorri Snorrason

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Markmið námskeiðsins er að auka færni þátttakenda í glímunni við breytingar.

Hæfniviðmið: Eftir námskeiðið geti þeir tekið þátt í þróun og mótun breytingavinnu út frá þekkingu sinni á aðferðum og kenningum. Þátttakendur geti lagt sjálfstætt mat á ólíkar aðferðir til að byggja breytingaáætlanir á, í samræmi við markmið breytinganna.

129.6.0.KLTF, Kenningar í leiðtogafræðum

ECTS: 6

Kennari: Haraldur Daði Ragnarsson, Dr. Erla Sólveig Kristjánsdóttir, Sigurður Ragnarsson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestrum og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Fjallað er um helstu kenningar á sviði forystu, alveg frá fyrstu kenningunum sem kenndar eru við “trait” eða eiginleika og til nýrri kenninga eins og sönn forysta “Authentic leadership” og siðferðileg forysta. Kafað er ofan í kenningarlegan grunn þessara kenninga og framlag þeirra til fræðanna rannsakað. Skoðaður er helsti munur nokkurra þeirra kenninga sem hafa haft mest áhrif og mat lagt á þær. Skoðað er hvernig þessar kenningar geta hjálpað okkur að stýra og leiða með betri árangri. Að auki er sérstök áhersla á Nordic leadership model, og hvaða þýðingu það hefur fyrir forystu og stjórnun.

Hæfniviðmið: Geta útskýrt helstu kenningar innan leiðtogafræðanna
Skilja vægi helstu kenninga á sviði forystu fyrir fræðaheiminn
Þekkja til mögulegra tengsla helstu kenninganna
Geta nýtt sér helstu kenningarnar til að ná árangri bæði í leik og í starfi.

120.6.0.ÞJÓN, Markaðssetning þjónustu

ECTS: 6

Kennari: Einar Svansson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Námskeiðið er meistaranámskeið í þjónustustjórnun og er ætlað að kynna helstu hugtök og aðferðir sem er nauðsynlegt að þekkja til að ná árangri við rekstur og markaðssetningu þjónustufyrirtækja. Þjónusta er skoðuð við ýmsar aðstæður, innanlands og á alþjóðavettvangi. Helstu sjónarhorn eru mannauður, tækni og stefna þjónustufyrirtækja.

Hæfniviðmið:

Þekkingarmarkmið:

- Nemendur eiga að skilja og geta útskýrt helstu hugtök þjónustuhagkerfis og markaðssetningar
- Nemendur þekki lykillkenningar um neytendur og staðfæringu þjónustu á samkeppnismarkaði
- Nemendur skilji hvernig aðlaga má grunnaðferðir markaðsfræðinnar að þjónustufyrirtækjum
- Nemendur kunni skil á innleiðingu árangursríkrar þjónustustefnu og eftirliti með gæðum
- Nemendur eiga að þekkja helstu líkön um tengsl þjónustufyrirtækisins við viðskiptavininn
- Færnimarkmið:
- Geti útskýrt helstu kenningar og líkön sem notuð eru við stjórnun og markaðssetningu þjónustu
- Geti útskýrt hvernig þekktar aðferðir markaðsfræði og stjórnunar eru nýttar í þjónustu
- Geti greint og sett fram þjónustustefnu í fyrirtæki eða stofnun
- Hafa þróað gagnaöflunarfærni og framsetningu (kynningu) efnis
- Hafa þróað með sér uppbyggilega gagnrýni sem byggist á jákvæðni og faglegri greiningu á nokkrum helstu líkönum (kerfum) og hugtökum þjónustufræðanna
- Geti skipst á skoðunum um helstu kenningar um þjónustustjórnun og markaðsfærslu þjónustu

124.6.0.ALFJ, Alþjóðafjármál

ECTS: 6

Kennari: Stefán Valgarð Kalmansson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Helstu efnisþættir: Fyrirtækjarekstur í alþjóðlegu umhverfi. Uppbygging peningamálakerfa heimsins, gjaldmiðlasvæði og greiðslujöfnuður. Fræðikenningar um kaupmáttarjafnvægi og forsendur um samband gjaldmiðla, vaxta og verðbólgu. Mismunandi „viðkvæmni“ (exposures). Fjármögnun (hlutfé og lánsfé) á alþjóðamörkuðum. Beinar erlendar fjárfestingar - kenningar og áhættur. Fjárstýring milli landa og stjórnun greiðslustrauma milli markaðssvæða og starfsstöðva. Transfer pricing og meðhöndlun arðgreiðslna. Áætlanagerð við alþjóðlegar aðstæður. Skattalegar aðstæður í fjölþjóðlegu umhverfi.

Hæfniviðmið:

Þekkingarmarkmið:

- Nemendur eiga að geta lýst umhverfi fjölþjóðafyrirtækja og hvað þar er einkennandi.
- Nemendur eiga að geta dregið fram grunnþætti varðandi orsakir og afleiðingar fjármálakreppunnar.
- Nemendur eiga að geta útskýrt og gagnrýnt fræðikenningar um samband milli mismunandi hagstærða.
- Nemendur eiga að skilja áhrifaþætti sem geta valdið viðkvæmi (exposure) í alþjóðlegum fyrirtækjarekstri.

Færnimarkmið:

- Nemendur eiga að geta túlkað fjármálalegar hliðar fyrirtækjarekstrar á alþjóðavísu.
- Nemendur eiga að geta lýst þeim kröftum sem áhrif hafa á þróun hagstærða og gengis gjaldmiðla.
- Nemendur eiga að hafa fengið þjálfun í að greina aðstæður alþjóðlegs rekstrar samanborið við staðbundna starfsemi fyrirtækja.
- Nemendur eiga að hafa fengið þjálfun í að kynna sér og greina aðstæður fjölþjóðarekstrar við mismunandi aðstæður.
- Nemendur eiga að geta metið ávinning/áhættur sem fjölþjóðarekstur getur falið í sér.

321.6.0.ADF, Aðferðarfræði

ECTS: 6

Kennari: Þóra Þorgeirsdóttir

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngönguþrófur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Í námskeiðinu verða kynnt helstu hugtök og vinnulag í rannsóknum, en útgangspunktur námskeiðsins verður jafnframt að búa nemendur undir skrif meistaraverkefna. Farið verður í gegnum ýmsar hefðir í rannsóknum í félagsvísindum, mótun rannsóknarspurninga og rannsóknarmarkmiða, tilgátu- og kenningasmíð, gerð rannsóknaráætlunar og uppsetningu meistaraverkefna, eigindlegar og meginlegar rannsóknaraðferðir, spurningagerð, úrvinnslu gagna, framsetningu niðurstaðna og réttmæti, áreiðanleika, gegnsæi og siðferði rannsókna. Nemendur skulu fara í gegnum undirbúning rannsóknar, val á aðferðum og framkvæmd rannsóknar, þar sem nemendur fá þjálfun í gagnaöflun eigindlegra gagna, s.s. viðtöl, þátttökuathugun og greiningu á texta. Að sama skapi fá nemendur þjálfun í að setja upp einfaldar, veflægar spurningakannanir. Nemendur fá jafnframt kynningu á meginhefðum í meistaraverkefnum á Bifröst og á verkefnavinna námskeiðsins að geta nýst nemendum áfram við skrif meistararitgerða.

Hæfniviðmið:

Þekking og skilningur

Að námskeiði loknu eiga nemendur að:

- kunna skil á helstu hugtökum í aðferðafræði
- átta sig á meginhefðum í rannsóknum félagsvísinda
- þekkja helstu rannsóknaraðferðir, bæði eigindlegar og meginlegar
- gera sér grein fyrir takmörkunum rannsóknaraðferða, svo og kostum þeirra og göllum, réttmæti og áreiðanleika
- Vera meðvituð um siðferðileg álitafni í rannsóknum

Færni

Að námskeiði loknu eiga nemendur að geta:

- nýtt verkefni námskeiðsins til áframhaldandi vinnu við ritun meistaraverkefnis og öðlast aukna færni í fræðilegum vinnubrögðum
- mótað rannsóknarspurningar og rannsóknarmarkmið og afmarkað rannsóknarverkefni
- hannað rannsókn út frá markmiðum og spurningum, valið viðeigandi rannsóknaraðferðir og spurt spurninga í samræmi við markmið verkefnis
- skipulagt rannsóknarverkefni (meistaraverkefnisskrif) með því að gera rannsóknaráætlun
- aflað gagna, einkum eiginlegra gagna og hafa hlotið þjálfun í notkun þeirra í námskeiðinu

- greint þau rannsóknargögn sem þau hafa aflað og sett niðurstöður þeirra fram á skýran og viðeigandi hátt
- áttað sig á réttmæti og áreiðanleika eigin rannsókna
- gert „áhættumat“ hvað varðar siðferðileg álitaefni og trúnað við þátttakendur rannsókna og geta lagt mat á hvort framsetning gagna brjóti í bága við siðferðileg álitaefni eður ei
- ályktað út frá eigin niðurstöðum á gagnrýnin hátt og varast að draga of sterkar ályktanir út frá fyrirliggjandi gögnum.

122.6.0.SAMT, Samningar og samningatækni

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Í námskeiðinu verður annars vegar farið yfir lykilatriði að árangursríkri samningatækni. Kynntar verða leiðir til að ná fram meiri árangri í samningaviðræðum og hvernig hægt er að stuðla að lausnamiðaðri nálgun við samningsaðila. Fjallað verður m.a. um markvissan undirbúning fyrir samningaviðræður, gagnlegar aðferðir við uppbyggingu á árangursríku samningaferli og mismunandi tækni til að mæta ólíkum samningamönnum. Hins vegar verður farið yfir grunnatriði sáttamiðlunar sem er vaxandi aðferðafræði við lausn ágreiningsmála út um allan heim. Í sáttamiðlun er leitast við að aðilar máls komi með beinum hætti að lausn ágreiningsmála í stað þess að þriðji aðili ákveði niðurstöðuna. Farið verður yfir ferli sáttamiðlunar og þær kröfur sem gerðar eru til sáttamiðlara í störfum sínum. Þá verður litið til þeirra aðferða sem hægt er að beita til að bæta samskipti á milli deiluaðila sem og árangursríkar aðferðir við upplýsingaöflun.

Hæfniviðmið: Eftir námskeiðið munu nemendur hafa öðlast þekkingu til að ná fram meiri árangri í samningaviðræðum. Þá munu nemendur hafa öðlast aukna færni í mannlegum samskiptum. Lært að beita skapandi hugsun við úrlausn ágreiningsmála og öðlast hæfni til að greina raunverulega ástæðu deilumála. Hvernig beita skuli virkri hlustun við úrlausn ágreiningsefna og lært spurningatækni til að öðlast skilning á eðli ágreinings.

122.6.0.SBST, Sjálfbær stjórnun

ECTS: 6

Kennari: Einar Hallgríms Hallgrímsson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Í námskeiðinu verður farið yfir ýmsa þætti sem varðar sjálfbæra stjórnun. Á meðal þess sem farið verður yfir eru grunnatriði í sjálfbærri þróun, samfélagsleg ábyrgð og hvernig hún tengist sjálfbærri þróun. Auk þess verður vikið að fjölmörgu öðrum þáttum sem tengist sjálfbærri þróun fyrirtækja með beinum og óbeinum hætti, svo sem siðfræði, siðareglur, uppljóstrun, fjármálamarkaðir, stjórnarhættir fyrirtækja, umhverfið og markaðssetning. Loks verður fjallað um hvað felst í þjónandi forystu og hvernig sú aðferðarfræði tengist sjálfbærri þróun.

Hæfniviðmið: Eftir námskeiðið munu nemendur hafa öðlast þekkingu á sjálfbærri þróun og hvernig hægt er að innleiða hana í tengslum við margskonar starfsemi fyrirtækisins. Þá munu nemendur fá færni í að leysa úr álitamálum sem tengjast samfélagslegri ábyrgð fyrirtækja. Að sama skapi hafa nemendur öðlast þekkingu á hugtakinu „þjónandi forysta“ og samspil þess við sjálfbærra þróun.

122.6.0.ALSA, Alþjóðasamskipti

ECTS: 6

Kennari: Ingvar Örn Ingvarsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Fyrirlestrar, samræður og verkefnavinna í tímum. Gert ráð fyrir virkri þátttöku nemenda á meðan á kennslu stendur.

Innihald og markmið: „Umfjöllun um menningarlæsi (e. intercultural communication) og af hverju það er ein af forsendum árangurs í alþjóðaviðskiptum. Til skoðunar hvernig aðrir sjá „okkur“ og meta okkar viðskiptahætti. Praktísk notkun menningarlæsis í ákvarðanatöku, samningaviðræðum, kynningum, persónulegum samskiptum, o.s.frv. Markmið að greina menningarmun og láta hann vinna með sér í stað þess að vera hindrun.“

Hæfniviðmið: „Að námskeiði loknu eiga nemendur að hafa góðan skilning á mikilvægi menningarlæsis í alþjóðaviðskiptum. Þeir munu hafa byggt ofan á grunnþekkingu í menningarlæsi og búa þar með yfir auknum samskiptahæfileikum við fólk frá öðrum löndum sem eru forsenda árangurs í alþjóðaviðskiptum. Að nemendur hafi öðlast færni til að greina og leysa vandamál sem koma upp vegna ólíkra samskiptahátta í alþjóðaviðskiptum.“

122.6.0.ALMA, Alþjóðleg markaðsfræði

ECTS: 6

Kennari: Ragnar Már Vilhjálmsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Í námskeiðinu er fjallað um alþjóðlega markaðssetningu í kenningalegu og hagnýtu samhengi.

Nemendur læra að hugsa um markaðsmál í alþjóðlegu samkeppnisumhverfi og leggja sig fram um að hugsa út fyrir það umhverfi sem þeir gjörþekkja. Stuðst er við dæmi sem varpa ljósi á kenningar og gefa nemendum hugmynd um áskoranir alþjóðlegrar markaðsstjórnunar.

Hæfniviðmið:

Þekking og skilningur:

Eftir námskeiðið eiga nemendur að:

- Geta sett hefðbundna markaðsfræði í alþjóðlegt samhengi
- Kunna skil á aðferðafræði ýmissa kenninga alþjóðlegrar markaðssetningar
- Skilja markaðsumhverfi einstakra markaða, bæði innri þætti á borð við menningu og pólitískt laga- og regluverk, sem og ytri þætti á borð við samkeppnishæfni markaða
- Færnimarkmið:
- Eftir námskeiðið eiga nemendur að:
- Geta greint samkeppnishæfni landa eða markaða í alþjóðlegu samhengi
- Geta beitt þekkingu sinni á kenningum alþjóðlegrar markaðssetningar við val á aðferðafræði miðað við aðstæður fyrirtækja í alþjóðavæðingu

129.6.0.ÞJFO, Þjónandi forysta

ECTS: 6

Kennari: Dr. Sigrún Gunnarsdóttir, Haraldur Daði Ragnarsson, Sigurður Ragnarsson

Önn og lengd: Haust, 6 einingar

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Þjónandi forysta er vaxandi afl innan forystu og margar skipulagsheildir sem nota þessa tegund að hluta eða öllu leyti til að ná árangri. Í áfanganum er farið yfir nokkur lykilatriði þjónandi forystu með áherslu á hvernig hægt er að nýta sér þjónandi forystu til að ná árangri. Lögð er áhersla á að skoða nýjustu rannsóknir á þessu sviði. Umsjón með áfanganum hefur Þekkingarsetur um þjónandi forystu á Íslandi.

Hæfniviðmið: Geta útskýrt í þaula hvað þjónandi forysta er

Geta útskýrt þjónandi forystu í samanburði við aðrar helstu kenningar í forystufræðum

Geta skilgreint hvernig við getum nýtt okkur þjónandi forystu til að ná árangri, hvort heldur fyrir okkur sjálf eða vinnustað okkar

Skilja þýðingu helstu rannsókna á sviði þjónandi forystu og hvernig við getum nýtt okkur þessar rannsóknir.

129.6.0.VRET, Vinnuréttur

ECTS: 6

Kennari: Sonja Ýr Þorbergsdóttir

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Lýsing og markmið:

Fjallað er um reglur sem gilda á vinnumarkaði. Reglur um réttindi og skyldur starfsmanna og atvinnurekenda hafa mikil áhrif á mannauðsstjórnun enda þurfa allar ákvarðanir þar að lútandi að vera í samræmi við lög.

Annars vegar um ráðningarrétt, þ.e. réttindi og skyldur starfsmanna og atvinnurekenda sem leiðir af ráðningarsambandi þeirra. Dæmi þar um eru reglur sem lúta að ráðningu til starfa, jafnrétti á vinnumarkaði og uppsagnir. Hins vegar um vinnumarkaðsrétt, þ.e. þær reglur sem gilda til dæmis um samskipti aðila vinnumarkaðarins, kjarasamninga og vinnustöðvanir. Námskeiðið byggir á fyrirlestrum, verkefnum og umræðutíma á fjarnámshelgi.

Hæfniviðmið:

Lærdómsviðmið:

Að nemendur tileinki sér:

Þekkingu

- og öðlist skilning á áhrifum réttarreglna á ákvörðunartöku stjórnenda varðandi mannauð
- getu til að greina hvaða reglur liggja til grundvallar hverju sinni varðandi réttindi og skyldur starfsmanna og atvinnurekenda á almennum og opinberum vinnumarkaði.

Leikni:

- í að lýsa réttindum og skyldum starfsmanna og atvinnurekenda á almennum og opinberum vinnumarkaði,
- greina lögfræðileg álitæfni og beitingu reglnanna við raunverulegar aðstæður ásamt skilning á eðli þeirra og tilgangi.

Hæfni:

- geta hagnýtt þekkingu og leikni í sjálfstæðum vinnubrögðum í námi sem starfi,
- getu til að lýsa helstu réttindum og skyldum starfsmanna og atvinnurekenda
- getu til að heimfæra réttarreglurnar við raunhæf álitæfni á vinnustaðnum.

129.6.0.SOML, Samskipti og miðlun leiðtoga

ECTS: 6

Kennari: Ingvar Örn Ingvarsson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans

Lýsing og markmið: Fjallað er um og farið yfir lykilatriði þegar kemur að samskiptum og boðmiðlun í skipulagsheildum. Farið er yfir ólíkar tegundir samskipta eins og, munnleg, skrifleg, framkvæmd viðtala, funda o.fl. Sérstök áhersla er lögð á boðmiðlun stjórnenda til utanaðkomandi aðila.

Hæfniviðmið:

- Geta útskýrt árangursrík samskipti í skipulagsheildum
- Gera sér ljósan ávinning með faglegum samskiptum í skipulagsheildum
- Þekkja hvaða áhrif siðferði hefur á samskipti
- Geta ákveðið réttar samskiptaleiðir miðað við tilgang samskipta
- Geta stýrt fundum, viðtölum og öðrum samskiptum með árangursríkum hætti

321.6.0.RITS, Ritgerðarsmið

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Haust - Vor, 6/12 vikur

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Hljóðfyrirlestrar settir inn á kennsluvef, verkefnavinna og vinnuhelgi á Bifröst

Innihald og markmið:

Þessi ritgerðarskrifagátt hentar vel meistaranemum sem eru að hefja hugmyndavinnu að því að skrifa 30 eininga meistaraverkefni og/eða eru komnir eitthvað af stað en vilja fá aðferðafræðilegan stuðning í ritgerðarvinnu sinni. Tekið skal fram að þessi gátt hentar ekki nemendum sem ætla að vinna 18 eininga lokaverkefni (viðskiptaáætlun). Nemendur sem lokið hafa námskeiði í aðferðafræði og inngangsnámskeiði í menningarstjórnun og eru komnir vel á veg í meistaranámi geta tekið þessa gátt og geta að hámarki tekið 12 ritgerðareiningar með þessu móti (Ritgerð 1 og Ritgerð 2) hvort sem er á haustönn eða vorönn, að því gefnu að nemendur uppfylli forkröfur þær sem gerðar eru fyrir þessar gáttir. Nemendur geta haldið áfram með rannsóknarhugmyndir úr aðferðafræðinámskeiði, eða unnið nýjar hugmyndir að meistararitgerð. Nemendur hafa úr fjórum mismunandi verkefnum að velja og velja bara eina leið í senn, eftir því hvað hentar hverjum nemanda hverju sinni: ☐ Leið 1 (Rannsóknaráætlun) geta nemendur mótað nýtt viðfangsefni meistararitgerðar frá grunni, vinna hugmyndavinnu, skoða fræðilegan bakgrunn og vinna þannig rannsóknaráætlun fyrir verkefni sitt. Á þessu stigi eru nemendur undir handleiðslu kennara en síðan er tekin ákvörðun um hvort og hvenær nemendur fara undir leiðsögn leiðbeinanda. ☐ Leið 2 (Ritun fræðikafla) hentar nemendum sem mótað hafa viðfangsefni meistararitgerðar í aðferðafræðikúrsi og felst aðalvinnan í skrifum á ítarlegri fræðikafla, áður en farið er í megingagnaöflun eða eftir að megingagnaöflun er lokið (fer eftir rannsóknarnálgun). Á þessu stigi er hugsanlegt að nemendur séu komnir undir handleiðslu leiðbeinanda en fá aðferðafræðilegan stuðning frá kennara. ☐ Leið 3 (Gagnaöflun) hentar nemendum sem mótað hafa viðfangsefni meistararitgerðar í aðferðafræðikúrsi en hér felst aðalvinnan í að fara beint í megingagnaöflun að undangengnu samráði við kennara og leiðbeinanda. Nemendur lúta leiðsögn leiðbeinanda en fá aðferðafræðilegan stuðning frá kennara. ☐ Leið 4 (Greining gagna og framsetning niðurstaðna) er sjálfstætt framhald af leið 3 og snýr að greiningu gagna og framsetningu niðurstaðna. Hér fá nemendur aðstoð við að finna hentugar greiningarleiðir og hvernig best sé að setja fram niðurstöður. Nemendur lúta leiðsögn leiðbeinanda en fá aðferðafræðilegan stuðning frá kennara Ekki er um eiginlega og/eða hefðbundna kennslu að ræða en kennari mun koma með stutt upprifjunarinnlegg eftir því sem þörf verður á og geta nemendur leitað til kennara eftir því sem þurfa þykir, sérstaklega hvað varðar aðferðafræðilegan stuðning. Nemendur mæta á vinnuhelgar þar sem þau hlýða á gestafyrirlestra, taka þátt í umræðuhópum og fá þá jafnframt tækifæri á að hitta kennara eftir þörfum. Þess má geta að einingar fyrir þessar gáttir ganga upp í

ritgerðareiningar en jafnframt skal þess getið að einingavægi ritgerða minnkar ekki, þótt þessar gáttir séu teknar.

Hæfniviðmið:

Þessar ritgerðargáttir eiga að gera nemendum kleift að skipuleggja og halda betur utan um ritgerðarvinnu sína.

Innan þessara gátta eiga nemendur

- að geta beitt aðferðum og þekkingu sem nemandi hefur öðlast í náminu móta rannsóknarviðfangsefni eða haldið áfram með viðfangsefni úr aðferðafræðikúrsi í samráði við kennara / leiðbeinanda
- auka hæfni sína í sjálfstæðum vinnubrögðum og auka gæði vinnu sinnar við ritun meistaraverkefna
- öðlast þjálfun í greiningu og að setja fram lausnir sem hæfa viðfangsefninu
- að hafa getu til að meðhöndla kenningar og viðtekin viðhorf sjálfstætt og á gagnrýnninn hátt, skipuleggja eigin vinnu og ljúka við fyrirfram ákveðinn hluta ritgerðarinnar í annarlök

120.6.0.MANN, Mannauðsstjórnun

ECTS: 6

Kennari: Gylfi Dalmann Aðalsteinsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám

Kennsluaðferðir: Fyrirlestrar, umræður og verkefni.

Lýsing og markmið: Markmiðið er að gera nemendum mögulegt að tileinka sér nýjustu og helstu kenningar á sviði mannauðsstjórnunar og að nemendur öðlist skilning og þjálfun í notkun helstu kenninga í mannauðsstjórnun. Farið er ítarlega í níu lykla mannauðsstjórnunar og kenningum um mannauðsstjórnun er gerð ítarleg skil. Markmiðið er að nemendur skilji mikilvægi mannauðsstjórnunar sem fræðigreini og sem mikilvægan þátt innan skipulagsheildarinnar. Kynntir verða helstu þættir mannauðsstjórnunar og mikilvægt að nemendur geti tileinkað sér efni þeirra í kennslu- og umræðutímum þar sem fengist er við úrlausnir raunhæfra dæma.

Hæfniviðmið: Eftir námskeiðið eiga nemendur að þekkja og hafa öðlast hæfni í:

- þekkingu og skilning á helstu kenningum mannauðsstjórnunar (HRM).
- bestu vinnubrögðum (best practices) sem notuð eru innanlands sem utan við stjórnun starfsmannamála.
- að greina kosti og galla helstu stjórnunaraðferða á vinnumarkaði.
- að skipuleggja og framkvæma helstu verkefni er varða mannauðsstjórnun.
- að þekkja og geta beitt bestu aðferðum mannauðsstjórnunar

122.6.0.SHFS, Stjórnunarhættir fyrirtækja og skipulag

ECTS: 6

Kennari: Dr. Runólfur Smári Steinþórsson

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Kennsluaðferðir: Kennsluaðferðir eru fjölbreyttar og byggja á hefð Bifrastar um verkefnadrifið nám. Fyrirlestur og leiðsögn kennara er miðlað beint til nemenda á staðnum eða með hljóð og mynd í gegnum kennslukerfi skólans.

Lýsing og markmið: Námskeiðið tvinnar saman nýstárlegar hugmyndir um stjórnun fyrirtækja við fjölmargar klassískar kenningar sem mikilvægt er að þekkja svo skilja megi stjórnunarhætti fyrirtækja og skipulag þeirra til hlítar. Nemendur fá jafnframt hagnýta tengingu gegnum verkefnavinnu. Námskeiðið er líka hugsað sem góður grunnur fyrir önnur námskeið í meistaranáminu.

Hæfniviðmið: Viðmið um þá þekkingu sem nemendum er ætlað að tileinka sér:
a) Nemendur skulu geta gert grein fyrir kenningum sem varða efnahagslega þætti í starfsemi fyrirtækja, stjórnun þeirra og skipulag, einkum kenningum um atferli innan fyrirtækja, þróunarkenningum, viðskiptakostnaðar-kenningum, stofnanakenningum, kenningum um samruna og yfirtökur og kenningum um stjórnunarhætti. b) Nemendur skulu geta gert grein fyrir nýjustu kenningum Henry Mintzbergs um stjórnun og skipulag, sem hefur að geyma mjög gagnrýna og framsækna umfjöllun. Viðmið um færni sem stefnt er að nemendur tileinki sér í námskeiðinu: c) Nemendur vinna með hinar ýmsu kenningar og setja þær í samband við viðfangsefni sem fyrirtæki eru að glíma við og sýna fram á getu til greiningar og ályktana bæði skriflega og munnlega (í tímum) hvaða hagnýta gildi þær geta haft. d) Nemendur munu vinna með kenningar Mintzbergs og draga af þeim lærdóm um stjórnun bæði með gagnrýni á eigin stjórnunaraðferðir og stjórnunaraðferðir innan fyrirtækja gegnum verkefnavinnu. Framsetning á greiningu er bæði skrifleg og munnleg (í tímum).

134.6.0. MART, Markaðsstjórnun

ECTS: 6

Kennari: Dr. Runólfur Smári Steinþórsson

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Lýsing:

Markaðsfræðin snýst um viðskiptavini meira en nokkuð annað svið viðskiptafræðinnar. Því krefst stjórnun markaðsstarfs skilnings og þekkingar á markaðsaðstæðum, samkeppni og neytendum til að búa til virði og uppfylla þarfir neytenda til að stofna til langtíma viðskiptasambanda. Markaðsstjórnun felur í sér að skilgreina og setja markaðsstefnu, þróa og útfæra markaðs- og aðgerðaáætlanir gagnvart vel völdum markaðseiningum, aðlögun markaðsframboðs og útfærslu markaðsskilaboða til neytenda og síðast en ekki síst, að mynda langtíma arðsamt viðskiptasamband með ánægju viðskiptavina.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Nemendur hafi þekkingu og skilning á helstu hugtökum og kenningum markaðsfræðinnar
- Nemendur þekki mikilvægi langtíma viðskiptasambanda við neytendur
- Nemendur geri sér grein fyrir mikilvægi markaðsstarfs í rekstri fyrirtækja
- Nemendur skilji ferli miðaðrar markaðssetningar
- Nemendur átti sig á eðli og mikilvægi ánægju viðskiptavina

Færnimarkmið

- Geta skipulagt markaðsstarf fyrirtækja
- Geta þróað markaðsráða fyrirtækja
- Geta borið kennsl á markaðseiningar og markhópa til að þjónusta og staðfært fyrirtæki og vöru þess gagnvart mismunandi hópum
- Geta aflað þekkingar úr ánægjurannsóknum og nýtt til markaðsstarfs
- Geta innleitt markaðs- og aðgerðaráætlun í markaðsstarf fyrirtækja

134.6.0. VÖRN, Vörumerkjastjórnun

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Námskeiðið hefur það markmið að fá nemendur til að skilja mikilvægi vörumerkjavirðis, ásamt hvernig á að byggja upp, mæla og stjórna vörumerkjavirði. Það mun fjalla um virkni vörumerkis, ferli til að byggja upp vörumerki, aðferðir til að mæla virði og leiðir til að nýta sér virði vörumerkis, aðferðir til að stjórna safni af vörumerkjum ásamt stjórnun vörumerkis yfir tíma, landamæri og milli markaðshluta. Vegna mikilvægis stafrænnar markaðssetningar og samfélagsmiðla í vörumerkjastjórnun verður fjallað um hugtök og aðferðir sem varða það í gegnum allt námskeiðið. Í heimi örra tækniframfara og breytinga á samfélagsgerð þá hafa með tilkomu gangvirkra tækja og tóla skapast bæði fleiri tækifæri og áskoranir í vörumerkjastjórnun.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Að nemendur þekki og geti fjallað um þá þætti skriflega og munnlega sem hafa áhrif á vörumerki fyrirtækis innan þess og utan
- Að nemendur skilji og viti af hverju staðfærsla vörumerkis er mikivægt tæki til að viðhalda aðgreiningu á markaði
- Að nemendur þekki til aðferða sem geta aukið virði vörumerkis
- Að nemendur þekki til kenninga og líkana við vörumerkjastjórnun til að takast á við ákvarðanir svo að árangur náist

Færnimarkmið

- Geti bæði munnlega og skriflega greint og sett fram stefnu í fyrirtæki með stafræna þjónustu og geti skilgreint markhópa þess
- Að nemendur geti sýnt fram á í verkefnum aðferðir til að greina og setja fram á skýran máta hvað vörumerki stendur fyrir
- Geti skipst á skoðunum um helstu aðferðir sem fyrirtæki geta nýtt sér við stjórnun vörumerkis sem styður við rekstur þeirra og markaðsfærslu.
- Vera fær um að takast á við stjórnunarstörf í fyrirtækjum og nýta sér undirstöður í vörumerkjastjórnun

134.6.0. STAF, Stafrænir markaðir

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Hinn stafræni heimur er fyrir löngu orðinn hluti af okkar daglega lífi og stórfyrirtæki eins og Facebook, Google, Amazon og Spotify eru vel þekkt meðal neytenda og af sumum talin ómissandi í hinu daglega lífi. Í námskeiðinu fær nemandinn að kynnast þeirri hagfræði og þeim kröftum sem búa að baki stafrænni þjónustu og hvernig hann getur nýtt sér fræðin til að byggja upp stafræn fyrirtæki. Ýmis hugtök verða útskýrð á hagnýtan hátt þannig að nemandi sé í stakk búinn að færa efnið yfir á raunveruleg dæmi. Einnig verður horft til árangursríkra aðferða í alþjóðavæðingu internetfyrirtækja sem nemandi getur nýtt sér ef hann þarf að starfa í alþjóðaumhverfi í framtíðinni. Þá verður horft til hvernig fyrirtæki geta nýtt sér hinn stafræna heim og innleitt stefnu sem tekur á stafrænni umbreytingu (e. digital transformation) sem nemandi verður fær um að þekkja eftir námskeiðið. Stjórnendur og leiðtogar innan fyrirtækja þurfa að geta komið auga á stafræn tækifæri og þurfa þess vegna að huga að margvíslegum nýjungum sem þarfnast nýrrar hugsunar og verður nemandi því í stakk búinn til að takast á við þess konar verkefni eftir námskeiðið. Námskeiðið bendir nemendum á ýmis atriði sem stjórnendur í fyrirtækjum þurfa að líta til og horfa til breytinga með opnum hug. Ferðalag viðskiptavina (e. customer journey) er mikilvægt að þekkja og verður tekið sérstaklega á því hvernig fyrirtæki geta nýtt sér hinn stafræna heim svo að ferðalagið verði snurðulaust og stuðli að ánægju þeirra sem kemur sér til góða fyrir nemanda í viðskiptatengdum greinum.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Nemendur geti lýst eðli og einkennum stafrænnar vöru og þjónustu á áþreifanlegan hátt í verkefnum
- Nemendur geti útskýrt skriflega helstu þætti í hagkerfi internetsins (e. internet economy) og þær áskoranir sem eru fyrir hendi
- Nemendur geti komið á og útskýrt munnlega eðli stafrænna vistkerfa og netvanga (e. digital ecosystems / platforms) með því að setja í raunhæf dæmi
- Nemendur þekki til og geti útskýrt a.m.k. 3 aðferðir við alþjóðavæðingu stafrænnar vöru og þjónustu
- Nemendur þekki til a.m.k. 5 áskorana sem fyrirtæki þurfa að líta til og stuðlað að stafrænni umbreytingu (e. digital transformation) fyrirtækja

Færnimarkmið

- Geti bæði munnlega og skriflega greint og sett fram stefnu í fyrirtæki með stafræna þjónustu og geti skilgreint markhópa þess

- Geti skipst á skoðunum um helstu aðferðir sem fyrirtæki geta nýtt sér við innleiðingu á stafrænum vörum og þjónustu sem styður við rekstur þeirra og markaðsfærslu.
- Þekki hagfræðina á bak við auglýsingar á netinu og nýtingu þeirra á leitarvélum og kraft samfélagsmiðla og geta miðlað þeirri þekkingu munnlega
- Vera fær um að takast á við stjórnunarstörf í fyrirtækjum sem nýta hinn stafræna heim.

134.6.0. MCCL, Stjórnun samskipta við viðskiptavini (e. CRM)

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Áfanginn snýst um hvernig stjórnun viðskiptatengsla (CRM) nýtist í markaðsstarfi og hvað þurfi til að innleiða CRM með góðum árangri. Í námskeiðinu er fjallað um stefnumarkandi stjórnun viðskiptatengsla og samskipti við viðskiptavini á grundvelli CRM hugmyndafræðinnar. Þá er fjallað um og skoðað hvernig og hvaða áhrif hegðun neytenda hefur á stjórnun markaðsstarfs, hvernig hegðun hefur áhrif á kaupákvarðanir, farið yfir mismunandi aðferðir, rannsóknir og markaðsáskoranir. Áhersla er lögð á þekkingu og þarfir út frá neytendahegðun í raunaðastæðum með skírskotun og vísun í raundæmi, dæmisögur og sérvalið lesefni. Hægt er að nýta stjórnun viðskiptatengsla á grundvelli CRM til að ná frábærum árangri í stjórnun sambanda og auka jafnframt virði hagsmunaaðila og hluthafa. CRM hjálpar fyrirtækjum m.a. við að afla nýrra viðskiptavina, þjónusta viðskiptavini og auka tryggð með því að halda viðskiptavinum, en sérstök áhersla verður lögð á þessa þætti í allri umfjöllun. Farið verður yfir helstu lykilatriði CRM, þ.á.m., innleiðingu, skipulagningu, notkun samfélagsmiðla, upplýsingatækni og skoðað hvernig CRM hugmyndafræðin og tæknilegir þættir vinna saman með raundæmum og æfingum.

Þekkingarmarkmið:

- Nemendur geti lýst hvað CRM gengur út á og útskýrt á skilmerkilegan hátt mikilvægi þess í stefnu fyrirtækja
- Nemendur geti lýst því hvaða áhrif CRM hefur á ólík svið fyrirtækja og útskýrt hvaða hlutverki CRM gegnir í starfsemi þeirra
- Nemendur geti útskýrt hvernig unnið er með upplýsingar í tengslum við CRM
- Nemendur geti lýst hvernig CRM og tæknin vinna saman
- Nemendur geti gert grein fyrir því hvernig unnt er að nýta CRM við markaðsstjórnun

Færnimarkmið:

- Nemendur geti gert greint fyrir því hvaða viðfangsefni þarf að takast á við í tengslum við innleiðingu á CRM
- Nemendur geti gert greint fyrir því hvers konar upplýsingar þurfi að skrá í CRM kerfi og hvernig unnt sé að nýta þær til byggja upp góð tengsl við viðskiptavini
- Nemendur geti gert grein fyrir ávinningnum af upptöku CRM kerfa fyrir sölu- og markaðsstarf
- Nemendur geti gert grein fyrir því hvernig unnt er að nýta upplýsingar úr CRM kerfum í stjórnun og stefnumótun fyrirtækja
- Nemendur geti sett fram skýrslu um innleiðingu á CRM í litlum og meðalstórum fyrirtækjum

134.6.0. SAMA, Samþætt markaðssamskipti

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Í heimi óteljandi leiða til markaðssamskipta eykst mikilvægi þess að fyrirtæki samhæfi markaðssamskipti sín og skoði heildarmyndina við skipulagningu markaðs- og kynningastarfs. Með samhæfðum markaðssamskiptum mynda fyrirtæki alhliða áætlun um markaðssamskipti sem tilgreinir hvernig allir þættir markaðsstarfsins, ekki bara kynningastarfið, tala til neytenda. Skynjun neytenda á fyrirtækjum eða vörum þess byggir á samruna ýmissa skilaboða sem þeir móttaka, svo sem auglýsingar í fjölmiðlum, verðlagningu, beinum markaðsherferðum, umtali, söluhvötum og í hvers konar verslunum vörur fyrirtækisins eru seldar. Samhæfð markaðssamskipti er stefnumótandi ferli sem er sérstaklega ætlað að tryggja að öll skilaboð og allar samskiptaáætlanir séu samræmdar þvert á allar málþipur fyrirtækisins og að þær séu fókuseraðar á viðskiptavininn.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Nemendur þekki mikilvægi samhæfðra markaðssamskipta
- Nemendur þekki samskiptaferli fyrirtækja og mögulegar boðleiðir
- Nemendur hafi yfirgripsmikla þekkingu á möguleikum markaðssamskipta og mismunandi tegundir samskiptamiðla
- Nemendur þekki kosti og galla mismunandi miðlategunda
- Nemendur skilji samspil auglýsinga, almannatengsla, beinnar markaðssetningar og persónulegrar sölu
- Nemendur geti sett saman birtingaáætlun markaðsherferðar

Færnimarkmið

- Geta undirbúið markaðsherferð sem byggir á notkun mismunandi samskiptamiðla
- Geta útbúið birtingaplan markaðsherferðar
- Geta greint árangur markaðssamskipta herferðar

134.6.0. MARA, Markaðsrannsóknir

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Haust, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Stjórnun markaðsstjórnunar snýst fyrst og fremst um ákvarðanatöku og nánast undantekningarlaust eru ákvarðanir umvafðar óvissu og þar af leiðandi áhættu. Þekking á markaðsumhverfinu er nauðsynleg í stjórnunarlegum ákvörðunum, stefnumótun og við gerð markaðs- og aðgerðaáætlana. Fyrirtæki notast við markaðsrannsóknir til að komast að því hvað það er sem neytendur vilja og til þess að bera kennsl á hugsanleg tækifæri á markaðnum. Stjórnendur fyrirtækja nota síðan þessar upplýsingar til þess að taka viðskiptalegar ákvarðanir sem hafa áhrif á framtíð fyrirtækisins. Í þessum áfanga verður fjallað um mikilvægi markaðsrannsóknna innan markaðsgeirans, mismunandi tegundir rannsókna, markaðsrannsóknarferlið og greiningu niðurstaðna. Nemendur munu vinna markaðsrannsókn sem hluta af náminu.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Nemendur þekki mikilvægi markaðsrannsókna
- Nemendur hafi þekkingu á mismunandi tegundum rannsókna
- Nemendur þekki ferli markaðsrannsókna
- Nemendur skilji hættur sem skapast geta við framkvæmd rannsókna
- Nemendur hafi þekkingu á greiningu gagna og túlkun niðurstaðna.

Færnimarkmið

- Geta ákvarðað hvaða rannsóknaraðferðir eiga við við mismunandi aðstæður eða markmið
- Geta undirbúið framkvæmd markaðsrannsóknar
- Geta skipulagt og framkvæmt gagnaöflun
- Geta greint gögn og dregið af þeim niðurstöður

134.6.0. MAKA, Markaðsstefna og áætlanagerð

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Lýsing: Námskeiðið tekur á heildstæðum hætti hvernig stjórnendur útbúa og setja fram markaðsstefnu sem er vegvísir fyrir mikilvægar ákvarðanatökur í framtíðinni varðandi vöru, þjónustu, sölu, verð, kynningarherferðir, markaðssamskipti og dreifileiðir. Markaðsáætlun með stefnumiðaðri markaðsstjórnun er mikilvæg hverju fyrirtæki en kjarninn er að draga saman helstu kenningar og aðferðir í markaðsfræði og setja saman í eina markaðsstefnu. Þau hugtök, líkön og kenningar sem verða til umfjöllunar eiga við allar stærðir og gerðir fyrirtækja og stofnana eins og sprotafyrirtækja og góðgerðarfélag (e. non profit) sem og þroskaðra fyrirtækja sem hafa verið lengi á markaði. Námskeiðið leggur áherslu á að vera hagnýtt og mun nýta dæmisögur (e. case studies) til útskýringar og til að auka skilning nemenda auk þess að leggja fyrir hagnýt raunhæf verkefni sem tekur á þáttum markaðsáætlunargerðar.

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Að nemendur þekki og geti fjallað um þá þætti skriflega og munnlega sem hafa áhrif á markaðsstjórnun fyrirtækis innan þess og utan
- Að nemendur skilji og viti af hverju stefnumiðuð markaðsstjórnun er mikilvægt tæki til að viðhalda aðgreiningu á markaði
- Að nemendur þekki til aðferða til að nota í stefnumótun í markaðsstarfi
- Að nemendur þekki til kenninga og líkana í stefnumótun til að takast á við grunnvallarspurningar í markaðsstefnu á árangursríkan hátt
- Að nemendur hafi þekkingu á innihaldi markaðsáætlunar

Færnimarkmið

- Geti bæði munnlega og skriflega greint og sett fram markaðsstefnu fyrirtækis
- Að nemendur geti sýnt fram á í verkefnum aðferðir til að greina og setja fram á skýran máta hvað markaðsstefna er
- Geti skipst á skoðunum um helstu aðferðir sem fyrirtæki geta nýtt sér í gerð markaðsáætlunar.
- Vera fær um að takast á við stjórnunarstörf í fyrirtækjum og nýta sér undirstöður í stefnumiðaðri markaðsstjórnun.

135.6.0. VSÁL, Vinnusálfræði

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Lýsing:

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Að

Færnimarkmið

135.6.0. ÞJÁL, Þjálfun og þróun

ECTS: 6

Kennari:

Önn og lengd: Vor, stutt lota

Tungumál: Íslenska og enska

Forkröfur: Almennar inngöngukröfur í MS nám.

Lýsing:

Lærdómsviðmið

Þekkingarmarkmið

- Að

Færnimarkmið

Lokalærdómsviðmið

Lokaviðmið námsleiðar eru sett fram samkvæmt viðmiðum um æðri menntun og prófgráður sem menntamálaráðuneytið gaf út árið 2011 samkvæmt lögum nr. 63/2006

Að námi loknu eiga nemendur að uppfylla eftirfarandi viðmið samkvæmt þeim námsárangri sem fram kemur í útskriftarskírteini og skírteinisviðauka.

Þekking og skilningur

Nemendur hafa að námi loknu öðlast góðan faglegan skilning á námsgrein sinni, eru inni í því sem efst er á baugi á sviðinu og færir um að fylgjast með faglegri þróun. Þeir hafa dýpkað þekkingargrunn sinn frá fyrri þrepum og eru kunnugir starfsemi ýmissa fyrirmyndarfyrirtækja innanlands og erlendis. Þá eru nemendur færir um að skýra og rökstyðja faglegar niðurstöður, geta bent á vandamál og tækifæri á sviðinu og tekið þátt í umræðu um lausnir.

MS/MIB Alþjóðaviðskipti

Að nemandinn hafi öðlast kerfisbundinn skilning á nýjustu þekkingu sem völ er á innan alþjóðlegra viðskipta.

Auk þekkingarmarkmiða af fyrsta þrepi skal nemandi á öðru þrepi hafa aukið sérþekkingu sína með því að dýpka eða breikka þann þekkingargrunn sem hann hefur tileinkað sér á fyrri þrepum og tengist alþjóðlegum viðskiptum, m.a. íslenskra fyrirtækja erlendis eða erlendra fyrirtækja á Íslandi.

Ætlast er til að nemandinn geti nýtt þekkingu sína og skilning í faglegri vinnu sem tengist alþjóðaviðskiptum og hafi hæfni til að rökstyðja faglegar úrlausnir eða lausnir á vanda innan alþjóðaviðskipta með skýrum hætti í ræðu og riti.

MS/MLM Forysta og stjórnun

Að nemandinn hafi öðlast kerfisbundinn skilning á nýjustu þekkingu sem völ er á innan forystu og stjórnunar.

Auk þekkingarmarkmiða af fyrsta þrepi skal nemandi á öðru þrepi hafa aukið sérþekkingu sína með því að dýpka eða breikka þann þekkingargrunn sem hann hefur tileinkað sér á fyrri þrepum og tengist þáttum á sviði forystu og stjórnunar.

Ætlast er til að nemandinn geti nýtt þekkingu sína og skilning í faglegri vinnu sem tengist faglegri forystu og stjórnun og hafi hæfni til að rökstyðja faglegar úrlausnir eða lausnir á vanda á þessu sviði með skýrum hætti í ræðu og riti.

MS/MMM Markaðsfræði

Að nemandinn hafi öðlast kerfisbundinn skilning á nýjustu þekkingu sem völ er á innan markaðsfræða.

Auk þekkingarmarkmiða af fyrsta þrepi skal nemandi á öðru þrepi hafa aukið sérþekkingu sína með því að dýpka eða breikka þann þekkingargrunn sem hann hefur tileinkað sér á fyrri þrepum og tengist þáttum á sviði markaðsfræða.

Ætlast er til að nemandinn geti nýtt þekkingu sína og skilning í faglegri vinnu sem tengist markaðsfræðum og hafi hæfni til að rökstyðja faglegar úrlausnir eða lausnir á vanda á þessu sviði með skýrum hætti í ræðu og riti.

Tegund þekkingar

Nemendur skilja vandamál og viðfangsefni greinarinnar og geta byggt faglega umfjöllun á byggða á nýjustu upplýsingum og rannsóknum á sviðinu. Þeir hafa tileinkað sér allar helstu aðferðir rannsókna og gagnaöflunar og geta því á skilvirkan hátt leyst helstu verkefni sem búast má við í starfi.

MS/MIB Alþjóðaviðskipti

Að nemandinn hafi mikilvæga vitneskju um vandamál og viðfangsefni, byggða á nýjustu upplýsingum og rannsóknum á sviði alþjóðaviðskipta.

Að nemandinn hafi tileinkað sér þekkingu með námskeiðum, rannsóknum og nýtingu veraldarvefsins til þekkingaröflunar á sérhæfðu fræðasviði innan alþjóðaviðskipta.

MS/MLM Forysta og stjórnun

Að nemandinn hafi mikilvæga vitneskju um vandamál og viðfangsefni, byggða á nýjustu upplýsingum og rannsóknum á sviði forystu og stjórnunar.

Að nemandinn hafi tileinkað sér þekkingu með námskeiðum, rannsóknum og nýtingu veraldarvefsins til þekkingaröflunar á sérhæfðu fræðasviði innan forystu og samskipta.

MS/MMM Markaðsfræði

Að nemandinn hafi mikilvæga vitneskju um vandamál og viðfangsefni, byggða á nýjustu upplýsingum og rannsóknum á sviði markaðsfræða.

Að nemandinn hafi tileinkað sér þekkingu með námskeiðum, rannsóknum og nýtingu veraldarvefsins til þekkingaröflunar á sérhæfðu fræðasviði innan markaðsfræða.

Hagnýt þekking

Nemendur hafa að námi loknu öðlast hagnýta þekkingu á námsgrein sinni og þekkja til helstu lykilverkefna sem og áskorana sem fyrirtæki, bæði innlend og erlend, kunna að standa frammi fyrir. Ennfremur, þekkja til helstu aðferða, kenninga, líkana o.s.frv. sem geta aðstoðað fyrirtæki til að ná betri árangri.

MS/MIB Alþjóðaviðskipti

Að nemandinn geti tekið sjálfstæðar, faglegar ákvarðanir og rökstutt þær með skýrum hætti á grunni þekkingar sinnar á alþjóðaviðskiptum.

Að nemandinn hafi getu og hæfni til þess að meta, greina og afla vísindalegra gagna sem tengjast alþjóðlegum viðskiptum.

Að nemandinn geti þróað og sett í samhengi verkefni á sviði alþjóðaviðskipta með aðferðum á grunni fræðanna, kenninga og/eða tilrauna á þessu sviði.

Að nemandinn geti skilið og tekist á við flókin alþjóðleg viðfangsefni á sviði viðskipta í faglegu samhengi og samstarfi.

MS/MLM Forysta og stjórnun

Að nemandinn geti tekið sjálfstæðar, faglegar ákvarðanir og rökstutt þær með skýrum hætti á grunni þekkingar sinnar á sviði forystu og stjórnunar.

Að nemandinn hafi getu og hæfni til þess að meta, greina og afla vísindalegra gagna sem tengjast forystu og stjórnun.

Að nemandinn geti skilið og tekist á við flókin viðfangsefni á sviði forystu og stjórnunar í faglegu samhengi og samstarfi.

Að nemandinn þekki til helstu kenninga á sviði forystu, eins og þjónandi forysta, sönn forysta, umbreytingarforysta o.fl.

MS/MMM Markaðsfræði

Að nemandinn geti tekið sjálfstæðar, faglegar ákvarðanir og rökstutt þær með skýrum hætti á grunni þekkingar sinnar á sviði markaðsfræða.

Að nemandinn hafi getu og hæfni til þess að meta, greina og afla vísindalegra gagna sem tengjast markaðsfræðum.

Að nemandinn geti skilið og tekist á við flókin viðfangsefni á sviði markaðsfræða í faglegu samhengi og samstarfi.

Að nemandinn þekki til helstu kenninga og líkana á sviði markaðsfræða.

Fræðileg hæfni

Nemendur geta metið sjálfstætt hvenær mismunandi greiningaraðferðir og flókin fræðileg atriði eiga við. Einnig þurfa nemendur að geta samþætt þekkingu, glímt við flókin viðfangsefni og sett fram skoðun út frá takmörkuðum

upplýsingum. Ennfremur eiga nemendur að hafa tileinkað sér gagnrýna hugsun og geti greint og lagt faglegt mat á hvernig má nýta fræðin til að koma auga á tækifæri og leita úrlausna við helstu vandamálum sem fyrirtæki, stjórnendur og starfsfólk standa frammi fyrir. Í MS útgáfu námsins er sérstök áhersla lögð á að nemandinn geti beitt rannsóknarferlinu með árangri og unnið sjálfstætt rannsóknarverkefni.

MS/MIB Alþjóðaviðskipti

Að nemandinn sýni fram á aukinn og dýpri skilning og víðtækari yfirsýn á sérfræðisviði sínu innan alþjóðlegra viðskipta en felst í námi á fyrsta þrepi.

Að nemandinn geti nýtt þekkingu sína, skilning og úrlausnarhæfni við nýjar og ókunnuglegar aðstæður í breiðu eða þverfaglegu samhengi sem tengist alþjóðaviðskiptum í vel og minna þróuðum samfélögum.

Að nemandinn þekki til rannsóknaraðferða á sviði nýsköpunar, rekstrar, fjármála og markaðsmála í alþjóðlegu umhverfi og sé læs á rannsóknir og niðurstöður þeirra.

MS/MLM Forysta og stjórnun

Að nemandinn sýni fram á aukinn og dýpri skilning og víðtækari yfirsýn á sérfræðisviði sínu innan forystu og stjórnunar en felst í námi á fyrsta þrepi.

Að nemandinn geti nýtt þekkingu sína, skilning og úrlausnarhæfni við ýmsar aðstæður í breiðu eða þverfaglegu samhengi.

Að nemandinn þekki til rannsóknaraðferða á sviði forystu, nýsköpunar, rekstrar, fjármála og markaðsmála í alþjóðlegu umhverfi og sé læs á rannsóknir og niðurstöður þeirra.

MS/MMM Markaðsfræði

Að nemandinn sýni fram á aukinn og dýpri skilning og víðtækari yfirsýn á sérfræðisviði sínu innan markaðsfræða en felst í námi á fyrsta þrepi.

Að nemandinn geti nýtt þekkingu sína, skilning og úrlausnarhæfni við ýmsar aðstæður í breiðu eða þverfaglegu samhengi.

Að nemandinn þekki til rannsóknaraðferða á sviði markaðsmála, nýsköpunar, rekstrar, fjármála í alþjóðlegu umhverfi og sé læs á rannsóknir og niðurstöður þeirra.

Hæfni í samskiptum, upplýsingalæsi og miðlun

Nemendur geta átt frumkvæði að nýsköpunarverkefnum og öðrum verkefnum á sviði viðskipta í alþjóðlegu umhverfi, veitt þeim forystu og stýrt þeim, innleitt breytingar og axlað ábyrgð á vinnu einstaklinga og hópa. Ennfremur eiga nemendur að geta greint á skýran og ótvíræðan hátt frá flóknum fræðilegum viðfangsefnum og/eða fræðilega rökstuddum niðurstöðum, einn eða í samstarfi

við aðra, bæði meðal sérfræðinga og leikmanna í ræðu og riti. Ennfremur á námið að skila nemendum kunnáttu og þekkingu til þess að greina og miðla tölulegum upplýsingum með skiljanlegum hætti.

MS/MIB Alþjóðaviðskipti

Að nemandinn hafi tileinkað sér notkun hugbúnaðar sem nýtist best við stjórnun í alþjóðlegum viðskiptum.

Að nemandi hafi þekkingu á siðfræði vísinda, alþjóðlegra viðskipta og samskipta.

MS/MLM Forysta og stjórnun

Að nemandinn hafi tileinkað sér notkun hugbúnaðar sem nýtist á sviði forystu og stjórnunar.

Að nemandi hafi þekkingu á siðfræði vísinda, forystu, stjórnunar og samskipta.

MS/MMM Markaðsfræði

Að nemandinn hafi tileinkað sér notkun hugbúnaðar sem nýtist á sviði markaðsmála.

Að nemandi hafi þekkingu á siðfræði vísinda, markaðsfræða, stjórnunar og samskipta.

Námshæfni

Að nemandinn hafi þróað með sér nauðsynlega námshæfni og sjálfstæð vinnubrögð til að geta tekist á hendur frekara nám á þrepi þrjú sem er að miklu leyti byggt á sjálfstæðum vinnubrögðum.