

KURSBESKRIVELSE FOR ØKONOMI

1. Studium:	BA Reklame og Merkebygging BA Markedsføring og Internasjonalisering BA Hotell og Relasjonsledelse BA Markedsføring og Salgsledelse
2. Kurs:	Økonomi
3. Semester:	1.semester BA Reklame og Merkebygging 1.semester BA Markedsføring og Internasjonalisering 1.semester BA Markedsføring og Salgsledelse 3.semester BA Hotell og Relasjonsledelse
4. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Terje Grann
6. Nødvendige forkunnskaper:	Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper
7. Fagbeskrivelse:	Faget tar sikte på å gi studentene en grunnleggende forståelse for økonomiske modeller, begrepsapparater og styringsverktøy som kan beskrive og forklare virksomheters vilkår og muligheter. Økonomisk styring, budsjettering, regnskapsanalyse og kostnads- og inntektsanalyse er viktige bærebjelker i faget.
8. Mål:	Studenten skal tilegne seg kunnskap 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 (break even) og budsjettering. Studenten skal være i stand til å delta i beslutningsprosessen innenfor forskjellige områder i den økonomiske virksomheten.
9. Emneoversikt:	Bedriftens omgivelser <ul style="list-style-type: none"> • Samfunnsøkonomiske problemstillinger

- Grunnleggende forutsetninger
- Den økonomiske aktiviteten

Bedriften

- Målsetting
- Etikk
- Den økonomiske styringsprosessen
- industribedriften
- Handelsbedriften
- Den tjenesteytende bedrift
- Valg av selskapsform

Bedriftens kostnader

- Tidsavgrensninger
- Materialkostnader
- Lønn, feriepenger og arbeidsgiveravgift
- Merverdiavgift
- Avskrivninger
- Bedriftens andre kostnader
- Kalkulatoriske kostnader

Kostnadsforløpet

- Faste, variable og totale kostnader
- Grensekostnader
- Direkte og indirekte kostnader
- Alternativkostnader

Inntektsdannelsen

- Konkurransereformer og markeder
- Pris
- Strategisk prising
- Kunder/prising
- Produktets livssyklus/prising
- Marketing mix/prising
- Prispsykologi

	<ul style="list-style-type: none">• Etikk/prising <p>Inntekter, kostnader og resultat – en teoretisk og matematisk modell</p> <ul style="list-style-type: none">• Monopol• Fullkommen konkurranse <p>Produktkalkulasjon</p> <ul style="list-style-type: none">• Selvkost• Metoder• Divisjonskalkulasjon• Tilleggskalkulasjon• Selvkostmetoden• Bidragsmetoden <p>Kostnad – resultat – volumanalyse (dekningsanalyse)</p> <ul style="list-style-type: none">• Forutsetninger• Dekningsbidrag• Dekningsgrad• Dekningspunkt• Risikomargin – sikkerhetsmargin• Dekningsdiagram• Konsekvenser av endrede forutsetninger <p>Produktvalg</p> <ul style="list-style-type: none">• Ledig produksjonskapasitet• Full produksjonskapasitet• Innskrenkninger• En flaskehals <p>Budsjettering</p> <ul style="list-style-type: none">• Planleggingsnivåer• Den strategiske prosess• Bedriftens strategiske plan• Bedriftens planleggingssyklus
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • De enkelte budsjett og budsjettsammenhenger • Hovedbudsjett • Resultatbudsjett • Likviditetsbudsjett • Kontroll <p>Analyse av regnskapet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradisjonell regnskapsanalyse • Rentabilitet • Likviditet • Årsaker til dårlig likviditet • Soliditet <p>Investeringer</p> <p style="padding-left: 20px;">Investeringstyper</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investeringsprosessen • Økonomisk levetid • Pengenes tidsverdi • Metoder • Nåverdi • Internrente • Tilbakebetaling (Pay-back) • Annuitet
<p>10. Gjennomføring:</p>	<p>Det vil bli gitt 50 timer kontakt med foreleser. Med kontakt med foreleser menes forelesninger i klasser og veiledning enkeltvis og i grupper. I de 50 timene ligger det også diskusjoner og aktiv bruk av cases/oppgaver både i individuelt og gruppeøymed. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider.</p>
<p>11. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppeoppgave (inntil tre personer) – Bestått/ikke bestått • Tre timers skriftlig eksamen (individuell) – 100 % av endelig karakter.
<p>12. Obligatorisk litteratur</p>	<p>Hoff, Kjell Gunnar. 2005. <i>Bedriftens Økonomi 6. utgave.</i></p>

med antall sider og pris per bok/hefte:	Oslo: Universitetsforlaget, 544 sider, 449,- ISBN 8215007759 Hoff, Kjell Gunnar og Jan Erik Hoff. 2005. <i>Arbeidsbok til bedriftens økonomi, Oppgaver og løsningsforslag 6. utgave</i> . Oslo: Universitetsforlaget, 319 sider, 299,- ISBN 8215007767
13. Anbefalt litteratur:	Ingen