HÖGSKOLAN I BORÅS

Masterprogram i management av digital handel
Master Programme in Digital Business Management
120 högskolepoäng

Ladokkod: SADBM
Version: 4.4
Utbildningsnivå: Avancerad nivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-05-06
Gäller från: HT 2020
Gäller för:

Allmänna mål

Utbildning på avancerad nivå skall väsentligen bygga på de kunskaper som studenterna får inom utbildning på grundnivå eller motsvarande kunskaper. Utbildning på avancerad nivå skall innebära fördjupning av kunskaper, färdigheter och förmågor i förhållande till utbildning på grundnivå och skall, utöver vad som gäller för utbildning på grundnivå,

- ytterligare utveckla studenternas förmåga att självständigt integrera och använda kunskaper
- utveckla studenternas förmåga att hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer
- utveckla studenternas förutsättningar för yrkesverksamhet som ställer stora krav på självständighet eller för forsknings- och utvecklingsarbete.

(Högskolelagen 1 kap 9§)

Utbildningens mål

I utbildningen omsätts den mångåriga erfarenhet och kunskap om handelns specifika förutsättningar som finns vid Högskolan i Borås i ett utbildningsprogram på avancerad nivå. Programmet är en tvåårig, praktiknära utbildning som bygger på goda relationer mellan Högskolan i Borås och regionens näringsliv. I masterprogrammet appliceras traditionella företagsekonomiska ämnen som marknadsföring och ledarskap på näringens specifika förutsättningar. Detta kombineras med studier i datamining och e-business vilka har blivit en central angelägenhet för alla handelsföretag. Masterprogrammet lägger också en grund för vidare doktorandstudier vilket ger förutsättningar att göra akademisk karriär och därmed fortsätta och utveckla den forskning av handeln, och för handeln angelägna frågor, som redan idag bedrivs vid högskolan.

Efter avklarad utbildning ska studenten självständigt

Kunskap och förståelse

- visa bred kunskap och förståelse om företagsekonomins teoribildning, samt väsentligt fördjupade kunskaper om företagsekonomiska teorier om organisation, ledning och marknadsföring på ett nytt empiriskt fält: handel.
- visa fördjupad insikt i forsknings- och utvecklingsarbete med särskild tonvikt på frågor med relevans för handel och hållbarhet
- visa fördjupad metodkunskap genom att ha kunskap om, och kunna tillämpa, metoder inom olika företagsekonomiska forskningsinriktningar

Färdighet och förmåga

- Visa förmåga att kritiskt och systematiskt integrera företagsekonomisk kunskap och att analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar med praktisk relevans och situationer även med begränsad information,
- Söka, bedöma och använda olika typer av källor med relevans för företagsekonomiska analyser med såväl praktisk- som teoretisk förankring,
- Visa förmåga att kritiskt, självständigt och kreativt identifiera och formulera vetenskapliga forskningsproblem inom området företagsekonomi,
- Planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna tidsramar som också lämnar ett kunskapsbidrag inom området företagsekonomi,

- Visa förmåga att i såväl nationella som internationella sammanhang muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa i dialog med praktikens representanter och med forskarsamhället, och
- Visa sådan färdighet som fordras för att delta i företagsekonomiskt forsknings- och utvecklingsarbete eller för att självständigt arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt
- visa ett kritiskt och analytisk förhållningssätt till vetenskaplig kunskapsproduktion i allmänhet och företagsekonomisk kunskapsproduktion i synnerhet,
- Visa förmåga att göra bedömningar baserade på företagsekonomisk teori med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga (t ex genusfrågor, likabehandling och hållbarhet) och etiska aspekter, samt visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete i företagsekonomi,
- visa insikt om möjligheter och begränsningar med företagsekonomisk teoribildning och dess roll i samhället och människors ansvar för hur företagsekonomisk teoribildning används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och visa förmåga att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen.

Innehåll

Utbildningen ger fördjupade kunskaper om teoriutveckling, frågeställningar, metoder och aktuell forskning i företagsekonomi. Det tvååriga masterprogrammet omfattar fyra terminers heltidsstudier uppdelat i kurser enligt beskrivningen nedan. Kursutbudet har en stark förankring i aktuell forskning inom det företagsekonomiska ämnet på Högskolan i Borås och då särskilt med anknytning till handeln och dess digitalisering.

Utbildningens pedagogik tar sin utgångspunkt i Boråsmodellen viket innebär att studenterna använder och utvecklar sin informationssökningskompetens inom ramen för kurserna. Studiemetoden har inspirerats av PBL (problembaserat lärande) och kan beskrivas som självständig sökning, analys och bedömning av information (tidigare forskning och andra för sammanhanget relevanta källor) som startar i de frågeställningar och teman som presenteras i undervisningen. Omvänt ska studenten också tränas i att, med utgångspunkt i nyvunnen kunskap, identifiera problem och möjligheter samt identifiera intressanta frågeställningar för forskarsamhället och för praktiken. Särskild vikt läggs vid studentens förmåga att återföra forskningsresultat till praktikens företrädare.

Termin ett ska etablera den studiemetod som präglar utbildningen och studenten ska efter terminens slut ha goda kunskaper i informationssökning och källkritik. Detta uppnås genom att variera arbetsformerna i terminens fyra kurser så att studenten jobbar såväl individuellt som i olika gruppkonstellationer med att söka fram och presentera (skriftligen och muntligen) aktuell forskning i de frågor som behandlas. Undervisningen består av både traditionella föreläsningar som introducerar olika tema, och seminarier där studenterna tilldelas roller som föredragare, diskussionsledare eller diskutanter.

De tre kurserna "Ledarskap och reflekterande etik", "Digital marknadskommunikation" och" ”Management av affärsrelationer” såväl breddar som fördjupar studentens kunskaper från kandidatexamen genom att bygga vidare på grundutbildningens kurser i marknadsföring och ledarskap. Kursen "Ledarskap och reflekterande etik" syftar till att ge studenterna förmågan att reflektera och analysera organisatoriska frågeställningar och situationer utifrån ett moraliskt/etiskt perspektiv. Inom ramen för kursen görs bedömningar utifrån olika etiska teorier av organisering och verksamhet där ett särskilt fokus läggs på ledarskapets/chefskapets villkor. I kursen "Management av affärsrelationer" behandlas etablering, utveckling och hantering av affärsrelationer samt olika drivkrafter och samverkansmekanismer kopplade till affärsrelationer. Kursen tar även upp olika förhandlingstekniker och förhandlingspositioner samt hur dessa påverkas av parternas olika mål och kulturella skillnader. Kursen ”Digital marknadskommunikation” fokuserar på digitala kommunikationsstrategier inom handeln. Centralt i kursen är ett problembaserat projektarbete där studenterna planerar, budgeterar och utvärderar en integrerad marknadsföringskampanj med digitala, direkta och interaktiva inslag.

Kursen i "Metodologi och vetenskapsteori i företagsekonomisk forskning" bygger vidare på de kunskaper studenten har med sig från grundnivå. Undervisningen utgår från metodfrågor och vetenskapsteoretiska överväganden i publicerad forskning vilka kopplas till metodlitteraturens texter. Genom denna metodik får studenten fördjupad kunskap i design och genomförande i företagsekonomisk forskning och förväntas efter genomgången kurs självständigt kunna orientera sig i de olika forskningsinriktningar som ryms inom företagsekonomi. I kursen ingår ett diagnostiskt prov för att säkerställa nivån på studenternas förkunskaper. Det diagnostiska provet består i att studenten med stöd av metodlitteraturen svarar på frågor av flervalskaraktär.

Termin två består av tre kurser. Den första kursen - "Informationsutvinning för modern handel" - är speciellt framtagen för att möta det behov av nya kompetenser som följt av utvecklingen av informationsteknologi. Studenterna får i kursen en fördjupning avseende de strategiska- och marknadsrelaterade frågeställningar som följer med digitaliseringen av kunddata. För att öka förståelsen för teknikens möjligheter och begränsningar får studenterna också grundläggande kunskaper i datautvinning (datamining). Kursen anknyter till pågående tvärvetenskapliga forskningsprojekt, framförallt projekt förlagda till Högskolans handelslabb och SIIR där forskare från både företagsekonomi och informatik deltar. Aktuella frågeställningar hämtas från

företag i regionen.

Kursen "Affärsdesign och investeringsbeslut" behandlar hur affärsutveckling formas och realiseras. I kursen förses studenten med olika verktyg för att identifiera och analysera företags befintliga affärsprocesser och identifiera lämpliga förändringar ur ett hållbarhetsperspektiv. Det innefattar bl.a. digitala analysverktyg som kan användas vid investeringsbeslut och utveckling av affärsmodeller. Borås med omnejd har en lång tradition av olika affärsmodeller kopplade till handel, och denna tradition har fortsatt också med den nya tekniken.

Under termin tvås sista period ges kursen "Företagsekonomiska teorier och dess praktik" där studenten utför en fältstudie med koppling till digital handel. Fältstudiens specifika problemställning väljer studenten i samråd med företag/handledare och kan utgöras av en praktikperiod på ett företag (Company Internship), en förstudie för examensarbetet (Individual Field Study), eller ett avgränsat, tillämpat forskningsprojekt i samarbete med etablerade forskare (Research Assistant Internship). Fältstudien kombineras med seminarier och fältstudierapport där studenten ges möjlighet att reflektera över det egna lärandet kopplat till fältstudien.

Termin tre består av fyra kurser, och syftar till fördjupade kunskaper inom organisation och styrning med fokus på tema som har hög relevans för näringen handel. Kurserna har en tydlig koppling till praktiken och i samtliga kurser hämtas aktuella frågeställningar och fallföretag från regionen.

I kursen "Supply Chain Management" möter studenten olika aspekter av integrationen av affärsprocesser inom företag, och nätverk av företag som ingår i flödes- eller distributionskedjan. Med utgångspunkt i praktiken problem och aktuell forskning inom området får studenterna kunskap och verktyg för att kartlägga, förvalta, analysera och lösa problem i hela leveranskedjan.

Kursen "Organisations- och kvalitetsstyrning" behandlar organisationsstyrning med inriktning kvalitetsstyrning. Den inleds med en serie föreläsningar om Organisationsstyrning. Därefter varvas seminarier, föreläsningar och gästföreläsningar om integrerade management system, change management, riskbedömning och resiliens. Studenterna kommer kontinuerligt att läsa, observera, skriva, reflektera och samtala under kursens gång. Seminarierna är orienterade mot att studenten skall reflektera kring den kunskap de utvecklar i mötet mellan dem själva, litteraturen och professionens praktiska problem.

"E-business och den digitala marknadsplatsen" ger en överblick över teknikens möjligheter, och en fördjupning avseende de strategiska- och marknadsrelaterade frågeställningar som följer med e-handel. Genom en litteraturstudie införskaffas aktuell och relevant kunskap om hur informationsteknik kan användas i alla värdeskapande affärsprocesser (t.ex. inom inköp, infrastruktur & säkerhet, e-handel) och utgöra en möjliggörande faktor för effektiv affärsverksamhet och framgångsrikt företagande. I kursen ingår att skriva ett vetenskapligt paper och kritiskt granska och bedöma andras vetenskapliga arbete.

Slutligen kursen "Varumärken och kommunikation - kulturella perspektiv på handelns digitalisering och hållbarhet" bygger på kulturteoretiska perspektiv på varumärkesbyggande (Branding), marknadskommunikation och konsumtion. Studenterna tränas genom löpande individuell läsning och textproduktion att analysera och formulera forskningsfrågor och utveckla samhällsvetenskapliga- och kulturvetenskapliga problemformuleringar angående varumärkesbyggande och marknadskommunikation som berör kursens övergripande tema – handelns digitalisering och hållbarhet.

Termin fyra genomför studenten ett självständigt forskningsarbete som utmynnar i en masteruppsats om 30 hp. Masteruppsatsen ska ha hög relevans för ämnets kunskapsutveckling och för dess praktik. Studenten förväntas demonstrera ett kritiskt förhållningssätt och visa på en stor medvetenhet om samhällsvetenskaplig metod och dess tillämpning.

År 1:
Period 1:
Ledarskap och reflekterande etik (7,5 hp)
Digital marknadskommunikation (7,5 hp)
Period 2:
Metodologi och vetenskapsteori i företagsekonomisk forskning (7,5 hp)
Management av affärsrelationer (7,5 hp)
Period 3:
Informationsutvinning för modern handel (7,5 hp)
Affärsdesign och investeringsbeslut (7,5 hp)
Period 4:
Företagsekonomiska teorier och dess praktik (15 hp)

År 2:
Period 1:
Supply chain management (7,5 hp)
Organisations- och kvalitetsstyrning (7,5 hp)
Period 2:

E-Business och den digitala marknadsplatsen (7,5 hp)
Varumärken och kommunikation - kulturella perspektiv på detaljhandelns digitalisering och hållbarhet (7,5 hp)
Period 3-4:
Självständigt arbete (30 hp)

Kurser som *kan* ingå i programmet
Studenten har möjlighet att läsa upp till 30 hp kurser på lärosäte utomlands, företrädelsevis under termin tre. För att inkluderas i utbildningen krävs att kurserna ges på motsvarande nivå i företagsekonomi eller för programmet relevant kunskapsområde. Det krävs också att dessa kursers bidrar till progressionen i utbildningen avseende innehåll och metodik. Vad som är relevant kunskapsområde och nödvändig progression bestäms av studierektor efter ansökan från enskild student.

Förkunskapskrav

Kandidatexamen 180 högskolepoäng inom företagsekonomi, textilt management eller industriell ekonomi.

Examen

Efter avklarad utbildning motsvarande fordringarna i denna utbildningsplan, kan studenten efter ansökan till högskolan erhålla följande examen:

Filosofie masterexamen med huvudområde företagsekonomi.
Engelsk översättning av examensbenämningen:
Degree of Master of Science (120 Credits) with a major in Business Administration

Alternativt,

Ekonomie masterexamen med huvudområde företagsekonomi
Engelsk översättning av examenbenämningen:
Degree of Master of Science (120 Credits) in Business and Economics with a major in Business Administration

Att notera är att för att erhålla ekonomie masterexamen med huvudområde företagsekonomi krävs, inklusive behörighetsgivande kandidatexamen med huvudområde företagsekonomi, en total omfattning avslutade kurser om minst 150 högskolepoäng företagsekonomi, minst 30 högskolepoäng nationalekonomi, minst 15 högskolepoäng statistik samt minst 15 högskolepoäng juridik.

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska). Diploma Supplement är en bilaga som beskriver den utfärdade examens plats i det svenska utbildningssystemet.

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär. Mer information finns på högskolans webbplats.

Studentinflytande och utvärdering

För att kvalitetssäkra utbildningen utvärderas varje kurs och utbildningsprogrammet i sin helhet. Utvärderingarna av kurserna sker i enlighet med högskolans policy för kursutvärdering och sammanställs i kursutvärderingsrapporter som delges studenterna främst via lärplattform. Utvärderingen av utbildningsprogrammet sker varje läsår och delges studenterna via klassmöten och lärplattformen. Utvärderingarnas resultat är en värdefull utgångspunkt för fortsatt kurs- och programutveckling och utgör, tillsammans med en kontinuerlig förbättring av utvärderingsrutinerna, ett viktigt led i kvalitetsutvecklingsarbetet.

Studenterna har stora möjligheter att påverka sin utbildning bl.a. genom sina representanter i institutionsstyrelsen och utbildningsutskottet. Studenterna kan också påverka sin utbildning via sina representanter i de vid institutionen verksamma utbildningsråden. I dessa utbildningsråd samtalar student- och lärarrepresentanter samt representanter från berörda professionsfält kring frågor som berör utbildning, liksom dess relevans i förhållande till samhällsutvecklingen och arbetsmarknaden allmänt och mer specifikt inom respektive professionsområde.

Övrigt

Förkunskapskraven ovan gäller antagning till utbildningsprogrammet. För fortsatta studier inom utbildningen gäller att ev. förkunskapskrav för respektive kurs måste vara uppfyllda. Dessa förkunskapskrav framgår av respektive kursplan.

Undervisningen bedrivs både på svenska och engelska.