HÖGSKOLAN I BORÅS

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

Ladokkod: SADBM
Version: 3.2
Utbildningsnivå: Avancerad nivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2019-08-29
Gäller från: HT 2019
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. Möjligheter till internationellt utbyte utgör också en viktig del i att utbilda för den kompetens som efterfrågas, och här har högskolans etablerade relationer med universitet och högskolor utanför Sverige. 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 - dess handlingar, koncept och hållbarhet", "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. De frågor som behandlas kopplas till den forskning som lärarna arbetar med, och då särskilt till frågor som är särskilt viktiga för handeln, t ex digitalisering och hållbarhet. I kursen "Ledarskap - dess handlingar, koncept och hållbarhet" deltar företrädare från praktiken i såväl gästföreläsningar som i diskussionsseminarier. Praktikens deltagande har två syften, dels ge studenterna förståelse för praktikens "skarpa" problem och dels ge studenterna återkoppling på deras arbete med analys och problemlösning. Kursen "Management av affärsrelationer" baseras mycket på litteraturstudier och tidigare forskning. Studenterna tränas särskilt i analys, akademisk framställning och källkritik. 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 entreprenörskap" innebär en breddning i förhållande till grundnivå och en succesiv fördjupning i relation till kursen "Ledarskap..." termin ett. Kursen anlägger ett designperspektiv och handlar om hur affärsdesign formas och realiseras från affärsidé till färdigt företag. Utvecklingen inom informations- och kommunikationsteknik (IKT) har resulterat i en rad "nya" typer av företag, t ex shoppingintermediärer som hjälper konsumenter att hitta rätt produkter på Internet. Borås med omnejd har en lång tradition av entreprenörskap inom handel, och denna tradition har fortsatt också med den nya tekniken.

På termin tvås avslutande period ges kursen "Företagsekonomiska teorier och dess praktik" som innebär en succesiv fördjupning i förhållande till masterprogrammets tidigare kurser. Studenten sätter samman sin egen kurs utifrån ett tiotal olika moduler och väljer själv ämne för fördjupning. De två inledande modulera är obligatoriska och ger kunskap och färdigheter i den case-metodik som präglar kursen. För resterande del av kursen kan studenterna välja att göra praktik, eller fortsätta med fördjupade casestudier. Redovisning av kursens olika moduler sker återkommande under seminariedagar då studenterna samlas för att redovisa och diskutera de individuella uppgifterna. Kursen har karaktär av distanskurs i det att kursen inte innehåller traditionella föreläsningar utan bygger helt på studenternas eget arbete, individuellt och i grupp, och efterföljande behandling av dessa i seminarieform.

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.

"Supply Chain Management" innebär en breddning från grundnivå samt till viss del också en succesiv fördjupning i förhållande till kursen "Relationsmarknadsföring". I "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" innebär en breddning i förhållande till grundnivå och fokuserar praktikens styrmodeller som inte främst utgår från finansiella mått. Den entreprenöriella prägel som kännetecknar många nya e-handelsbolag leder typiskt till styrproblem när verksamheten växer. Genom att applicera kunskaper om styrning från flera perspektiv på fallföretag fås en kunskap och förståelse som ger studenterna en bas för att mer ingående förstå principerna för organisering.

"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. I kursen medverkar företrädare för praktiken som för studenterna presenterar för dem aktuella frågeställningar och problem. Dessa tas upp och behandlas av studenterna enligt den studiemetod som etablerats under termin ett: Självständig inläsning och analys av aktuell forskning, och redovisning i gruppdiskussioner där praktikens representanter deltar. Undervisningen anknyter till pågående forskningsprojekt, framförallt projekt förlagda till Högskolans handelslabb och SIIR.

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 - dess handlingar, koncept och hållbarhet (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 entreprenörskap (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 två eller första halvan av 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 (inklusive examensarbete 15 hp) inklusive eller kompletterat med 60 högskolepoäng inom företagsekonomi eller textilt management.

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 på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.