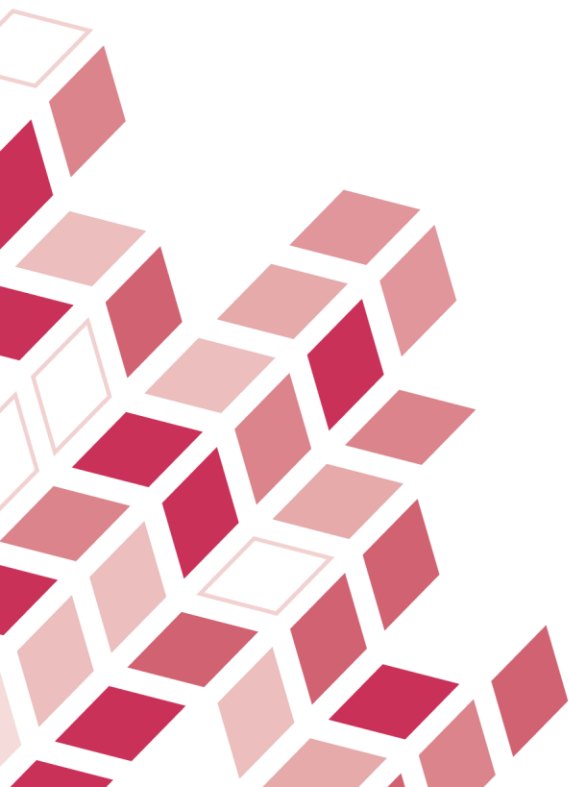


Markedskunnskap

Mastergradsstudium ved Markedshøyskolen Campus
Kristiania

august 2011



Institusjon:	Markedshøyskolen Campus Kristiania
Studietilbud:	Markedskunnskap
Grad/Studiepoeng:	Master, 120 studiepoeng
Dato for vedtak:	02.09.2011
Sakkyndige:	Professor Tore Kristensen, CBS København, Danmark
	Professor Geir Gripsrud, Handelshøgskolen BI, Oslo
Saksnummer:	11/185

Forord

NOKUTs tilsyn med norsk høyere utdanning omfatter evaluering av institusjonenes interne system for kvalitetssikring av studier, akkreditering av nye, og tilsyn med etablerte studier. Universiteter og høyskoler har ulike fullmakter til å opprette studietilbud. Dersom en institusjon ønsker å opprette et studietilbud utenfor sitt fullmaktsområde, må den søke NOKUT om dette.

Herved fremlegges rapport om akkreditering av markedskunnskap, et mastergradsstudium ved Markedshøyskolen. Vurderingen som er nedfelt i tilsynsrapporten, er igangsatt på bakgrunn av søknad fra Markedshøyskolen til søknadsfristen 15.03.2011. Denne rapporten viser den omfattende vurderingen som er gjort for å sikre utdanningskvaliteten i det planlagte studiet.

Mastergradsstudiet i markedskunnskap tilfredsstiller alle krav i Forskrift om tilsyn med utdanningskvaliteten i høyere utdanning (tilsynsforskriften), og av NOKUTs vedtak (se kapittel 7), fremgår det at studiet er akkreditert.

Vedtaket har ikke tidsbegrenset gyldighet. NOKUT vil imidlertid følge opp studiet gjennom et oppfølgende tilsyn om 3 år.

Oslo, 2. september 2011



Terje Mørland
direktør

Alle NOKUTs vurderinger er offentlige og denne samt tilsvarende tilsynsrapporter vil være elektronisk tilgjengelige på våre nettsider www.nokut.no.

Innhold

1	Bakgrunn	1
2	Prosess	1
3	Innledende vurdering	2
4	Sakkyndig vurdering	2
4.1	Grunnleggende forutsetninger for akkreditering	2
4.2	Plan for studiet	4
4.3	Fagmiljø tilknyttet studiet	10
4.4	Støttefunksjoner og infrastruktur	13
5	Institusjonens kommentar	14
6	Sakkyndig tilleggsvurdering	19
7	Vedtak	21
8	Dokumentasjon	21

1 Bakgrunn

Markedshøyskolen er en akkreditert høyskole siden 2008. Som akkreditert høyskole har Markedshøyskolen selvakkrediteringsfullmakt for studier i første syklus, men må søke NOKUT om akkreditering av studietilbud i andre syklus. Høyskolens interne system for kvalitetssikring ble godkjent gjennom Campus Kristiania i 2007. Høyskolen har tidligere fått akkreditering av NOKUT for følgende studier:

- Bachelor i administrasjon og ledelse, 180 studiepoeng (sp), 2008.
- Bachelor i Markedsføring og internasjonalisering, 180 sp, 2005.
- Bachelor i Reklame og merkebygging, 180 sp, 2005.
- Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling, 180 sp, 2005.
- Bachelor i Markedsføring og salgsledelse, 180 sp, 2005.
- Prosjektledelse, 30 sp, 2005.
- Relasjonsledelse, 60 sp, 2003.

Markedshøyskolen søkte til søknadsfristen 15.3.2011 om akkreditering av master i markedskunnskap, 120 studiepoeng.

2 Prosess

NOKUT gjør en innledende vurdering for å avklare om grunnleggende forutsetninger for akkreditering er tilfredsstillende imøtekommet slik disse gjengis i NOKUTs tilsynsforskrift¹. For søknader som går videre, oppnevner NOKUT sakkyndige til faglig vurdering av søknaden. De må erklære seg habile og utfører oppdraget i samsvar med mandat for sakkyndig vurdering vedtatt av NOKUTs styre, og krav til utdanningskvalitet slik disse er fastsatt i tilsynsforskriften.

Etter sin faglige vurdering skal de sakkyndige konkludere med et tydelig ja eller nei på om utdanningskvaliteten samsvarer med kravene i tilsynsforskriften. De sakkyndige blir også bedt om å gi råd om videre utvikling av studiet. Alle kriteriene må være tilfredsstillende imøtekommet for at NOKUT skal vedta akkreditering.

Dersom et eller flere av kriteriene underkjennes av de sakkyndige, sendes den faglige vurderingen til søkerinstitusjonen som får tre uker til å kommentere denne. NOKUT avgjør deretter om institusjonens kommentarer skal sendes de sakkyndige for tilleggsvurdering. De sakkyndige får to uker på å avgi tilleggsvurdering. NOKUTs direktør fatter deretter vedtak.

¹ <http://www.lovdata.no/cgi-wift/ldles?doc=/sf/sf/sf-20110127-0297.html>

3 Innledende vurdering

Tilsynsforskriften § 4-1 Grunnleggende forutsetninger for akkreditering

1. Følgende krav i lov om universiteter og høyskoler skal vurderes for akkreditering:

- a. Reglement og styringsordning
- b. Klagenemnd
- c. Læringsmiljøutvalg
- d. Utdanningsplan
- e. Vitnemål og Diploma Supplement
- f. Kvalitetssikringssystem

NOKUTs vurdering:

Oversikten i denne paragrafen er gitt for å gjøre det tydelig og forutsigbart hvilke bestemmelser i UH-loven NOKUT fører tilsyn med. Markedshøyskolen er en akkreditert høyskole. Det forutsettes derfor at krav i lov om universiteter og høyskoler er tilfredsstillende imøtekommet. Diploma Supplement er vurdert som tilfredsstillende. Høyskolen fikk sitt kvalitetssikringssystem godkjent 3. mai 2007. For øvrig er kravene i § 4-1 1, tilfredsstillende imøtekommet.

4 Sakkyndig vurdering

Den følgende teksten i dette kapitlet er de sakkyndiges vurdering. Der det forekommer “Vi”, er det et uttrykk for de sakkyndige. Nummereringen på hver overskrift henviser til tilsvarende bestemmelse i NOKUTs tilsynsforskrift.

4.1 Grunnleggende forutsetninger for akkreditering

4.1.1 Krav i lov om universiteter og høyskoler.

Disse krav er vurdert av NOKUT i den innledende vurderingen.

4.1.2 Krav i rammeplaner og aktuelle forskrifter fra Kunnskapsdepartementet skal være fylt

Vurdering

Det er ingen relevant rammeplaner for dette studiet. Søknaden tilfredsstiller kravene til både departementets mastergradsforskrift og departementets opptaksforskrift.

Konklusjon

Ja, kravet er tilfredsstillende imøtekommet

4.1.3 Det skal redegjøres for forventet studentrekruttering i forhold til å etablere og opprettholde et tilfredsstillende læringsmiljø og i forhold til stabilitet i studiet.

Vurdering

I søknaden anføres at mange av de studentene som starter på bachelorstudiet ved Markedshøyskolen har en forventning om et slikt studietilbud på master. Selv om det er et økende tilbud av ulike masterstudier i Oslo området og mange studenter fortsatt reiser til utlandet, virker det ikke urealistisk å rekruttere 25 studenter til det planlagte studiet.

På den annen side ser vi 25 studenter som risikabelt nær en kritisk masse, fordi det ikke skal være stort frafall før det går ut over studiemiljøet. For å være sikker på å ha 25 studenter som blir ferdig med studiet bør man kanskje ta opp 35- 40 studenter.

Konklusjon

Ja, høgskolens redegjørelse er tilfredsstillende.

4.1.4 Det skal redegjøres for forventet arbeidsomfang for studentene

Vurdering

Det framgår av studieplanen at i hvert av de tre første semestrene av studiet skal studentene ta 4 kurs som hver er på 7,5 studiepoeng. Det siste semesteret er viet arbeid med masteroppgaven, som er normert til 30 studiepoeng. Dette betyr at studiet har 60 studiepoeng per år, hvilket utgjør et normalt studieår.

Hvert emne(kurs) innebærer 36 timer undervisning og veiledning i plenum. I forbindelse med masteroppgaven er det lagt opp til en blanding av seminarer og veiledning på enkeltoppgaver. Det er i søknaden beregnet at studentene i de 10 månedene et studieår varer må regne med ca 40 arbeidstimer per uke når undervisning og veiledning i plenum er inkludert.

Konklusjon

Ja, høgskolens redegjørelse er tilfredsstillende.

4.1.5 Der deler av studiet foregår utenfor den institusjonen som utsteder vitnemål, skal det foreligge tilfredsstillende avtaler som regulerer vesentlige forhold av betydning for studentene

Vurdering

Kriteriet er ikke relevant.

Konklusjon

Ja, høgskolens redegjørelse er tilfredsstillende.

4.1.6 Samlet konklusjon for § 4-1, 2-5, Grunnleggende forutsetninger for akkreditering

Kvaliteten er i samsvar med forventet nivå i henhold til gjeldende krav i tilsynsforskriften.

Råd for utvikling

Vi foreslår at man sikter på å ta opp litt flere enn 25 studenter, for eksempel 35-40 (4-1 3).

4.2 Plan for studiet

I dette avsnittet vil følgende punkter refereres:

§ 4-2 Plan for studiet

1. Studiet skal ha et dekkende navn
2. Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelse:
 - a. Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.
 - b. Studiets relevans for arbeidsliv og/eller videre studier skal være tydelig.
 - c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.
 - d. Studiets arbeids- og undervisningsformer skal være egnet til å oppnå læringsutbytte slik det er beskrevet i planen.
 - e. Eksamensordninger og andre vurderingsformer skal være egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet.
3. Studiet skal ha tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid, tilpasset studiets nivå, omfang og egenart.
4. Studiet skal ha ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

4.2.1 Studiet skal ha et dekkende navn

Vurdering

Det sies i innledningen til studieplanen at ”master i markedskunnskap skal gi studentene systematisk opplæring og trening i markedsfaglige og samfunnsfaglige tenke- og analysemåter.” Ambisjonen er at studiet skal gi opplæring i markedsføring ”samtidig som det legges vekt på utvikling av evnen til samfunnsfaglig refleksjon og en faglig dannelsesprosess”. Begrepet ”markedskunnskap” er lite presist og formidler neppe på en god måte hva som er det spesielle ved studiet. Et problem i denne sammenhengen er hvilken definisjon av begrepet ”marked” som legges til grunn. Historisk er markedet en møteplass mellom kjøpere og selgere, og markedskunnskap vil i dette perspektivet omfatte kunnskap om adferden til både tilbydere og etterspørrere. I markedsføring og forretningslivet generelt er ”marked” synonymt med potensielle og faktiske etterspørrere av et produkt eller en tjeneste. Markedskunnskap kan da tolkes som kunnskap om etterspørselssiden. I næringsøkonomisk teori fokuseres det derimot tradisjonelt på tilbudssiden av ”markedet” og spesielt på betydningen av ulike grader av konsentrasjon. Generelt er det problematisk å bruke tittelen ”markedskunnskap” om et studium som i realiteten ikke gir studentene noe kunnskap om markedsøkonomisk teori. De aller fleste vil sannsynligvis anta at et akademisk studium i markedskunnskap gir en innføring i dette, eventuelt supplert med andre faglige perspektiver. I denne sammenheng er det grunn til å spørre hvorfor ikke psykologi og statsvitenskap tatt med som relevante samfunnsvitenskapelige perspektiver når sosialantropologi og historie er det.

Det planlagte studietilbudet framstår i noen grad som et lappeteppe, hvor det kan virke som kurssammensetningen i større grad er styrt av hvilke fagressurser som er tilgjengelige enn av en klar idé og plan for hvilken kompetanse de ferdige kandidatene skal ha. Det er vanskelig å se at progresjon og komplementaritet mellom fagene er gjennomtenkt og tillagt vekt. Navnet ”master i markedskunnskap” gir ikke en tydelig beskrivelse av studiets innhold.

Konklusjon

Nei, studiets navn er ikke dekkende.

Høgskolen må enten a) lage et navn på studiet som bedre reflekterer at studiet ikke inneholder økonomisk teori, men er et forsøk på å formidle emner fra markedsføring med noen andre samfunnsvitenskapelige perspektiver og historie, eller b) utvikle et studium med markedsføring som kjerne supplert med andre samfunnsvitenskapelige tilnærminger hvor økonomisk teori og gjerne psykologi og statsvitenskap inngår.

4.2.2 Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelsen:

- a. Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.**

Studiets læringsutbyttebeskrivelse:

Markedshøgskolen har integrert økonomiske, sosiologiske, historiske og markedsstrategiske perspektiver til praksisfeltet. Dette gir studentene kompetanse til kritisk refleksjon rundt fagområdet, og til å beherske et bredere spekter av markedsrelaterte uttrykksformer, arbeidsoppgaver og problemstillinger. Målet er at studiet bidrar til at studentene tilegner seg kompetanse om sammenhenger og prosesser som går på tvers av etablerte faggrenser, og med dette får bedre forutsetninger for å analysere og løse markedsrelaterte problemstillinger. Studiet er solid teoretisk og metodisk forankret, og gir både bredde- og dybdekompetanse i studiets emner. Videre er studiet et aktuelt og relevant alternativ for den som er opptatt av å forstå marked, kommunikasjon og samfunn i sammenheng. Fagsammensetningen vil gi kunnskap om, og evne til, refleksjoner rundt markedsfagenes historie, tradisjoner, egenart og plass i samfunnet, kombinert med evne til praktisk anvendelse av kunnskapen i markedsrelaterte arbeidssituasjoner.

Kombinasjonen av metodetråden og den øvrige sammensetningen av emner skal gi studentene evne til selvstendig analyse og diskusjon på et nivå som kan gi bidrag til eksisterende teori innen fagområdene som er gjennomgått. Alle studiets emner gir samlet avansert kunnskap og helhetsforståelse med sine ulike perspektiver på markedet. I tillegg gir hver enkelt fagtråd en spesialisert innsikt i hvert sitt begrensede fagområde. Ved å gi dyptgående innsikt innenfor ulike vitenskapelige tradisjoner og måter å se på markedet, kan dette bidra til innsikt i hvordan kunnskapen fra den ene fagtråden kan anvendes på en annen, og dermed bidra til ny innsikt. Med en fagtråd som fokuserer på markedets historie, tradisjoner og plass i samfunnet, vil de øvrige emnene kunne ses i et historisk perspektiv, og i en samfunnsmessig kontekst. Dette vil videre kunne bidra til nye refleksjoner rundt teoriene i markedsføringselementene. For å omsette disse refleksjonene og ideene til et format som kan publiseres, fokuserer hvert emne i metodefagene på å gi studentene ferdigheter til både å analysere og å formidle egne faglige resonnementer. Ved å gi studentene kompetanse til å skrive en vitenskapelig artikkel, kan det avsluttende arbeidet i studiet bidra til vitenskapelig publisering i internasjonale journaler. Således gis studentene forskningskompetanse ved siden av mer praktiske ferdigheter innen markedsføring.

Vurdering

Læringsutbyttet er rimelig beskrevet når det gjelder kunnskaper, men det mangler noe når det gjelder ferdigheter og kompetanse - spesielt på det praktiske området. Vi får vite at man ønsker å utdanne ”markedsaktører” og at man sikter på å kombinere tilskuer- og deltakerperspektivet samt anlegge

multiple faglige perspektiver. Ikke bare økonomi som det står, men legge vekten på antropologi og sosiologi. Det synes som om det er gått hus forbi at nettopp økonomifaget med nobelprisvinnere som Hayek, Coase, Kahneman, Williamson og Akerlof (for å nevne de viktigste) nettopp har inspirert de sosiologiske og antropologiske teoriene og at man neppe kan forstå disse fag isolert sett. Økonomi oppfattes ifølge beskrivelsen nærmest synonymt med økonomiske beregninger av lønnsomhet. Selv om det også er viktig, er det bare ikke dekkende for økonomifaget. Som påpekt tidligere virker det som det er "tillbudssiden" mer enn etterspørselssiden som har bestemt det faglige innhold i studiet.

Det er redegjort for en progresjon eller rød, blå og sort tråd i studiet. Men modellen på side 7 og avsnitt 3.1 med tilhørende beskrivelse overbeviser ikke om denne progresjon. Vi savner eksplisitte fag som gir en beskrivelse av samfunnet og evnen til å diagnostisere hvor vi ser ut til å bevege oss. De siste års finansielle krise på verdensmarkedet har sannsynliggjort et økt behov for innovasjon både innenfor produkter og markeder. Markeder kommer ikke av seg selv og skal skapes på samme måte som objekter, services, artefakter og opplevelser. For eksempel anføres det om kunnskap i markedsantropologi at det er gjennom transaksjoner at ting får verdi. Dette er riktig, men nettopp de østeriske økonomer med Carl Menger i spissen anførte at verdier avledes av forbrukerens vurderinger eller som managementforskeren Peter Drucker skrev "Quality in a product or service is not what the supplier puts in. It is what the customer gets out and is willing to pay for."

Vi får heller ikke en tydeliggjørelse av hvilke ferdigheter kandidatene skal oppfylle, annet enn på et generelt nivå. At de skal arbeide i markedsavdelinger er ikke innlysende, da mange bedrifter ikke har slike og ifølge "marketingkonseptet" er det hele bedriftens filosofi å orientere seg strategisk i forhold til markedet.

Omkring metode kan vi spørre, skal de selv kunne lage observasjonsstudier, skal de kunne lage en faktor,-regresjons-, en conjointanalyse? En beregning av avkastningsgrad kan de sikkert allerede fra sitt bachelorstudium.

Vi finner ikke beskrivelsen overbevisende. Som anført ovenfor er det spesielt mangelen på mikro – og makro økonomi og institusjonelle forhold som savnes. Enkelte fag som f.eks. økonomisk analyse og styring samt markedskommunikasjon er mere spesifikke og utgjør i seg selv gode beskrivelser.

Konklusjon

Nei, læringsutbyttet er ikke tilfredsstillende beskrevet.

Fag som makro- og mikroøkonomi og samfunnsbeskrivelse må dokumenteres. Det synes å kreve en rekruttering av kapasiteter innenfor slike fag.

b. Studiets relevans for arbeidsliv og/eller videre studier skal være tydelig.

Vurdering

Beskrivelsen som anføres må anses for tilstrekkelig. Forholdene på arbeidsmarkeder er i konstant utvikling og det finnes ikke en klar profesjon som f.eks. advokatfullmektig eller revisorassistent som kandidatene kan gå inn i. For noen utdannelser er det typisk at kandidater går inn i en slags opplæring (trainee) som produktassistent, salgsassistent eller lignende, men dels blir arbeidsmarkedet mer internasjonalt og dels gjør de konstante endringene det vanskelig å si noe særlig spesifikt på bare et par års sikt. Men man skal nok være oppmerksom på konkurransen mellom forskjellige

utdannelse. Det er noe uklart hvor studiets komparative fordel i forhold til andre utdannelse ligger med tanke på relevans for arbeidslivet.

Konklusjon

Ja, studiets relevans for arbeidsliv og/eller videre studier er tydelig.

c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen

Vurdering

Som det skulle framgå av det som hittil er sagt er det ikke en klar sammenheng i selve innholdet i studiet. Dette er et hovedproblem. En vanlig måte er å først forklare studentene hvordan verden ser ut ved hjelp av det begrepsapparat fagene byr på. Så forklarer man atferden til aktørene. Til sist redegjør man for ”verktøykassen” og trener studentene i å bruke denne. Selvfølgelig er dette forenklet og det er mange iterasjoner, så det er ikke nødvendigvis slik at de første fag er rent beskrivende og verktøykassen kommer til slutt.

Isolert sett er de tre trådene i studiet sikkert med til å skape en form for progresjon. Men når forankringen i de relevante markedsteorier (økonomi) er vanskelig å finne er ikke den samlede oppbygging og progresjon overbevisende.

Konklusjon

Nei, studiets innhold og oppbygging er ikke tilfredsstillende relatert til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

Det må som tidligere påpekt inkluderes økonomi i studiet, og det må redegjøres klarere for hvorfor studiet er bygget opp slik som det foreslås og hvordan de ulike delene bidrar til læringsutbyttet.

d. Studiets arbeids- og undervisningsformer skal være egnet til å oppnå læringsutbytte slik det er beskrevet i planen

Vurdering

Beskrivelsene legger i stor omfang opp til bruk av cases og gjesteforelesninger som supplement til teoridiskusjoner. Dette er tradisjonelt ved handelshøyskoler og bra for læringen. Det anføres også at en rekke støttefunksjoner med IT og bibliotek er på plass og det er helt sentralt. Bedømmerne har ikke vært på stedet, men av studieplanen fremgår at hjelpemidler som statistikkprogrammer etc. vil være tilgjengelig.

Konklusjon

Ja, studiets arbeids- og undervisningsformer er egnet til å oppnå læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

e. Eksamensordninger og andre vurderingsformer skal være egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet

Vurdering

For det meste synes eksamensreglene å følge de alminnelige regler for universiteter.

Vi legger merke til at det sentrale eksamensarbeid kan gjennomføres som en monografi eller som en ”publiseringsklar” artikkel. Det fremgår ikke mer om dette. Vi vil på dette punktet uttrykke en viss bekymring, med mindre man sørger for å presisere hvor og på hvilket nivå denne ”publiseringsklare artikkel” skal fremstå. På flere doktorgradsstudier har tilsvarende ordning medført et problem fordi selv om man kanskje kan si at et artikkelmanuskript har en viss nyhetsverdi, er velskrevet osv., så er det likevel en meget lang vei til virkelig publisering. Mange ”publiseringsklare” artikler blir aldri publiserte. Bedømmerne synes heller ikke dette er en relevant eksamensform på masternivå, da en slik artikkel nesten aldri vil komme i annet enn meget lokale tidsskrifter. Vi foreslår å fjerne dette element, selv om det lyder tiltalende.

Konklusjon

Ja, eksamensordninger og andre vurderingsformer er egnet til å vurdere i hvilken grad studentene har oppnådd læringsutbyttet.

4.2.3 Studiet skal ha tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid, tilpasset studiets nivå, omfang og egenart.

Vurdering

Oversikten over vitenskaplig publisering ved Markedshøyskolen i årene 2008-2010 viser at den har hatt et betydelig omfang. Dette skyldes imidlertid i meget stor grad innsatsen til et enkelt medlem av den faglige staben. Hovedtyngden av hans publikasjoner synes å være knyttet til ledelse av forsyningskjeder (supply chain management), selv om også andre aspekter ved forretningsmessige relasjoner er analysert (etikk, tilfredshet etc.) Vedkommende er i studieplanen tenkt å ha ansvaret for masteroppgaven og den kvantitative markedsanalysen. De fleste andre medarbeiderne som har fagansvar på det planlagte studiet har også tilfredsstillende forskningsaktivitet, selv om den ikke er på et imponerende nivå. Når det gjelder noen av de ”samfunnsvitenskapelige” emnene kan man etterlyse flere internasjonale vitenskapelige publiseringer, da mye av aktiviteten synes å være av mer populærvitenskapelig karakter rettet mot et norsk publikum. Alt i alt mener vi likevel at de faglige medarbeiderne som er knyttet til studiet har en akseptabel produksjon og at studiet derfor har en tilfredsstillende forskningsmessig forankring.

Konklusjon

Ja, studiet har tilfredsstillende kopling til forskning, faglig og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid tilpasset studiets egenart.

4.2.4 Studiet skal ha ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

Vurdering

Skolen er som anført ERASMUS akkreditert. Markedshøyskolen har formelle samarbeidsavtaler med Universitetet i Karlstad, Deakin University i Australia, National Chung Hsing University i Taiwan og Universidad del Turado i Puerto Rico.

Studentutvekslingen handler om 3 semester og valgfrie fag. Spesielt er det tjenestemarkedsføring ved Karlstad man har i tankene. Det synes klart at det er en god mulighet for at studentene får et godt faglig utbytte av dette. Vi antar at et tilsvarende antall studenter kommer inn fra de samarbeidende skoler og vår erfaring er at det kan bidra positivt til studiemiljø og faglig utvikling.

Konklusjon

Ja, studiet har ordninger for studentutveksling og internasjonalisering relevant for studiets nivå, omfang og egenart.

4.2.5 Samlet konklusjon for § 4-2, Plan for studiet

Kvaliteten er ikke i samsvar med forventet nivå i henhold til gjeldende krav som gitt i tilsynsforskriften.

- Studiets navn er ikke dekkende. Høgskolen må enten a) lage et navn på studiet som bedre reflekterer at studiet ikke inneholder økonomisk teori, men er et forsøk på å formidle emner fra markedsføring med noen andre samfunnsvitenskapelige perspektiver og historie, eller b) utvikle et studium med markedsføring som kjerne supplert med andre samfunnsvitenskapelige tilnærminger hvor økonomisk teori og gjerne psykologi og statsvitenskap inngår (4-2 1).
- Læringsutbyttet er ikke tilfredsstillende beskrevet. Fag som makro- og mikroøkonomi og samfunnsbeskrivelse må dokumenteres. Det synes å kreve en rekruttering av kapasiteter innenfor slike fag (4-2 2 a).
- Studiets innhold og oppbygging er ikke tilfredsstillende relatert til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen. Det må som tidligere påpekt inkluderes økonomi i studiet, og det må redegjøres klarere for hvorfor studiet er bygget opp slik som det foreslås og hvordan de ulike delene bidrar til læringsutbyttet (4-2 2 c).

Råd for utvikling

- Det ville være nyttig i det videre arbeid med studiet å klarlegge hvilke typer av jobber som kandidatene vil være best egnet til, og helst også bedre egnet enn kandidater fra andre studier (4-2 2 b).
- Ved en del handelshøyskoler forefinnes arbeidsmiljøer for igangsettelser av nye små bedrifter basert på studentenes prosjekter. Ofte er det også en møteplass hvor andre ”gründere” kan møtes og hvor det forekommer forskjellige utvekslinger og ”matchmaking”, deling av erfaringer osv. Det fremgår ikke om det er tilfellet her (4-2 2 d).
- Vi anbefaler at forslaget om å la masteroppgaven ta form av en ”publiseringsklar” artikkel enten fjernes, eller i det minste må presiseres bedre (4-2 2 e).

- Forskningsvirksomheten knyttet til det samfunnsvitenskapelige perspektivet bør styrkes og i større grad resultere i studier som publiseres internasjonalt (4-2 3).

4.3 Fagmiljø tilknyttet studiet

4.3.1 Fagmiljøets sammensetning, størrelse og samlede kompetanse skal være tilpasset studiet slik det er beskrevet i plan for studiet og samtidig tilstrekkelig for å ivareta den forskning og det faglige og eller kunstneriske utviklingsarbeidet som utføres.

Vurdering

Det framgår av søknaden at tilsammen 13 personer vil bidra faglig til studiet. Samtlige personer er faste ansatte, og 11 er ansatt i 100 prosent stilling. Når det gjelder undervisning og veiledning er det oppgitt at 2,65 årsverk vil bli benyttet til dette studiet, hvorav 0,15 prosent er knyttet til veiledning på masteroppgaver. I tillegg til de årsverkene som er knyttet til undervisning og veiledning er det i søknaden oppgitt at fagansattes "totale forskningsaktivitet er lagt til faglige årsverk i studiet for å synliggjøre forskningsaktiviteten". Dette utgjør tilsammen hele 5,45 årsverk. Tilsammen betyr dette at det planlagte masterstudiet er planlagt å kreve 8,1 årsverk. I forhold til det planlagte opptaket på 25 studenter betyr dette at det nesten er en faglig ansatt i full stilling for hver tredje masterstudent.

Basert på disse tallene er det ikke tvil om at den samlede ressursinnsatsen er tilstrekkelig i forhold til studiet. Så vidt vi kan forstå innebærer dette at ingen av de aktuelle personene bruker noe av sin forskningstid som støtte for sin undervisning og fagutvikling på bachelorstudiene. Det kan stilles spørsmål ved om dette er realistisk og ønskelig.

Det er forøvrig påfallende at den eneste som har ansvaret for et "økonomisk" kurs (økonomisk analyse og styring) i studiet ikke er ført opp med noe forskningstid i det hele tatt. Dette emnet er riktignok et mer ferdighetspreget fag enn de andre. På den annen side er det vanskelig å se hvordan det bidrar til det overordnede formålet med studiet som er kritisk forståelse av "markedet". Kursbeskrivelsen sier at studentene skal kunne beskrive funksjonene til finansregnskap, driftsregnskap og finansiell styring i moderne organisasjoner. Generelt synes kurset å dekke tema som behandles på bachelornivå i økonomisk-administrative studier.

Konklusjon

Ja, fagmiljøets sammensetning, størrelse og samlede kompetanse er tilpasset studiet slik det er beskrevet i planen og det faglige eller kunstneriske arbeidet som utføres.

4.3.2 Minst 50 prosent av årsverkene knyttet til studiet skal utgjøres av tilsatte i hovedstilling ved institusjonen. Av disse skal det være personer med minst førstestillingskompetanse i de sentrale delene av studiet. For de ulike sykler gjelder i tillegg:

- a. For første syklus skal minst 20 prosent av det samlede fagmiljøet være ansatte med førstestillingskompetanse
- b. For andre syklus skal minst 10 prosent av det samlede fagmiljøet være professorer eller dosenter og ytterligere 40 prosent være ansatte med førstestillingskompetanse.
- c. For tredje syklus, ph.d., skal minst 50 prosent av det samlede fagmiljøet være professorer, de øvrige skal ha førsteamanuensiskompetanse.
- d. For tredje syklus, kunstnerisk stipendprogram, skal minst 50 prosent av det samlede fagmiljøet være professorer/dosenter, de øvrige skal ha førstestillingskompetanse.

Vurdering

Som det framgår av det som er sagt i forrige punkt er mer enn 50 % av årsverkene knyttet til studiet dekket av ansatte i hovedstilling ved skolen. Siden det er to professorer og 11 i førstestilling blant de 13 fagpersonene som er knyttet til studiet, er også kravet om minst førstestillingskompetanse i de sentrale delene av studiet dekket.

Konklusjon

Ja, kriteriet er oppfylt.

4.3.3 Fagmiljøet skal drive aktiv forskning, faglig- og/eller kunstnerisk utviklingsarbeid.

For de ulike sykler gjelder i tillegg:

- a. For første syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på et nivå som er tilfredsstillende for studiets innhold og nivå.
- b. For andre syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på høyt nivå.
- c. For tredje syklus skal fagmiljøet ha dokumenterte resultater på høyt internasjonalt nivå og med tilstrekkelig faglig bredde.

Vurdering

Vi henviser til § 4.3.1 ovenfor. Som det fremgår er det dokumentert en omfattende vitenskapelig publikasjonsvirksomhet. Det ble også anført at forskningen har en noe snever forankring omkring en enkelt forsker og et begrenset antall tema. Det er relativt få publikasjoner på nivå 2 i det norske systemet. Generelt mangler en økonomisk profil og det vil være ønskelig med flere internasjonale publikasjoner – særlig i A og B journals i f.eks. marketing, forbrukeradferd, kommunikasjon, næringsøkonomi og generell management. Dette er høye krav å stille, men ikke desto mindre det som er alminnelig på andre handelshøyskoler. Dette er nødvendig – ikke bare fordi konkurransehensyn krever det, men også fordi kriteriet er et som potensielle samarbeidspartnere og internasjonale avtakere av kandidater er meget opptatt av.

I dag er flere Europeiske handelshøyskoler akkreditert AACSB (amerikansk), EQUIS (Europeisk) og AMBA (for mba programmer). Det er ikke enighet om hvor viktig dette er, spesielt nasjonalt spiller det neppe en stor rolle. Men i kraft av internasjonalt samarbeide kan det bli betydningsfullt.

Produksjonen av forskning synes å ha en viss progresjon og det er også nødvendig for å tilfredsstille de faglige krav.

Konklusjon

Ja, kriteriet er oppfylt.

4.3.4 Fagmiljøet skal delta aktivt i nasjonalt og internasjonalt samarbeid og nettverk relevant for studiet.

Vurdering

Markedshøyskolen har gode internasjonale relasjoner og var i 2009 vert for Academy of Marketing Science. Det er også en fast krets av internasjonale foredragsholdere som kommer og forskerne deltar i flere internasjonale fora. Som anført er det allerede samarbeidsavtaler med flere universiteter og forskningsutvalget arbeider bevisst på en internasjonal forankring av forskningen.

Konklusjon

Ja, kriteriet er oppfylt.

4.3.5 For studier med praksis skal fagmiljøet og eksterne praksisveiledere ha hensiktsmessig erfaring fra praksisfeltet

Vurdering

Siden dette ikke er et studium med praksis er ikke dette kriteriet relevant.

Konklusjon

Ikke relevant.

4.3.6 Samlet konklusjon for § 4-3 Fagmiljø tilknyttet studiet

Kvaliteten er i samsvar med forventet nivå i henhold til gjeldende krav i tilsynsforskriften.

Råd for utvikling

- Det bør rekrutteres personer med kompetanse i økonomi som kan delta i forskningen bak studiet (4-3 1).
- Det er viktig å få en mer internasjonal profil både i kraft av flere internasjonale tidsskrift artikler fra flere faglige medarbeidere, men også at skolen overveier akkreditering. Det kan være man velger å ikke gjøre det, men overveielsen er en god øvelse (4-3 3).

4.4 Støttefunksjoner og infrastruktur

4.1.4 Institusjonen skal ha lokaler, bibliotek tjenester, administrative og tekniske tjenester, IKT-ressurser og arbeidsforhold for studentene som er tilpasset antall studenter og studiet slik det er beskrevet i plan for studiet.

Vurdering

Så vidt vi kan se av det vedlagte materialet er støttefunksjoner og infrastruktur tilfredsstillende.

Konklusjon

Ja, kvaliteten er i samsvar med forventet nivå i henhold til gjeldende krav i tilsynsforskriften.

5 Institusjonens kommentar

Markedshøyskolen takker for gode, konstruktive tilbakemeldinger på vår søknad om akkreditering av masterstudie i markedskunnskap.

Etter å ha gått igjennom tilbakemeldinger fra NOKUT, både vurdering av grunnleggende forutsetninger og faglig vurdering, har vi gjort endringer og presiseringer for å imøtekomme de anbefalinger og den kritikk som fremmes. Der kravet har blitt ansett som tilfredsstillende imøtekommet, har vi ikke foretatt endringer. Der vi har blitt gjort oppmerksom på svakheter, har vi gjort nødvendige endringer. I de tilfeller der kravet er imøtekommet, men sakkyndige ikke har hatt tilgang til tilstrekkelig informasjon til å se dette, har vi vedlagt utfyllende informasjon som viser at kravet er ivaretatt.

Vi vil videre systematisk gjøre rede for de tiltak vi har iverksatt for å imøtekomme anbefalinger fra NOKUT.

4.2.1 Studiet skal ha et dekkende navn.

Tiltak fra Markedshøyskolen etter tilbakemelding fra NOKUT

En grundig gjennomgang av rapporten med sakkyndiges vurdering, viser tydelig at sakkyndige som har foretatt faglig vurdering legger til grunn for sitt svar at økonomiske perspektiver må inngå i et masterstudie med navnet "Markedskunnskap". Sakkyndige nevner at områder som psykologi, statsvitenskap, og økonomi bør inngå i studiet. Videre konkretiseres kravet ytterligere ved at arbeidene til forskere som Hayek, Coase, Kahneman, Williamson og Akerlof må løftes frem i løpet av studiet.

Dette er vi enige i. Beklageligvis har det ikke fremgått tydelig nok av vår søknad at våre kurs tar for seg nettopp dette

I tidligere utkast til søknaden hadde de tre emnene i den "røde strengen" (Markedsantropologi, Markedshistorie og Markedssosiologi) andre navn. De originale titlene på emnene var Økonomisk antropologi, Økonomisk sosiologi og Økonomisk historie. Årsaken til navnevalgene var at fagene nettopp ser på markedet ut i fra økonomisk teori. Vi så imidlertid at til tross for at vi selv mente at markedet kunne forstås ut i fra økonomisk teori, kunne potensielle studenter ha problemer med å oppfatte at Økonomisk antropologi, Økonomisk sosiologi og Økonomisk historie var direkte relatert til markedskunnskap. Vi valgte derfor å kalle fagene Markedsantropologi, Markedshistorie og Markedssosiologi for å synliggjøre at studentene ville lære om markedet. Det er beklagelig at dette grepet har ledet sakkyndig komité til å tro at studentene på en master i markedskunnskap ikke blir eksponert tilstrekkelig for økonomisk teori når i virkeligheten det motsatte er tilfellet. Om NOKUT mener det er hensiktsmessig, vil vi endre titlene tilbake til Økonomisk antropologi, Økonomisk sosiologi og Økonomisk historie. Vi mener imidlertid at navnene på kursene er mindre viktige enn det faktiske innholdet. I søknaden la vi kun ved en kort beskrivelse av hvert emne. De vedlagte utkastene til komplette emnebeskrivelser vil tydelig vise at de omtalte emnene tar for seg økonomisk teori. Videre har vi hensyntatt sakkyndiges kommentarer ved hjelp av to overlappende grep:

- 1) Synliggjøring av økonomiske teori som allerede ligger i planen.
- 2) Utvide innslaget av økonomisk teori som en respons til de faglige kommentarene.

I henhold til planen for kurset i økonomisk sosiologi skal vi gi studentene en innføring i økonomisk idehistorie. Fra Smith og Marx fram til Keynes. Det er ikke tilrådelig å forsøke å forklare Keynesiansk teori uten å kontrastere den til det nyklassiske paradigmet som dominerte før den Keynesianske revolusjonen. Det betyr at det blir nødvendig å gi en innføring i nyklassisk teoridannelse allerede tidlig i kurset. Nyklassisk teori forsøker nettopp å forklare atferden til aktører på tilbuds og etterspørselsiden og hvordan pris dannes og omsatt mengde (hos den enkelte aktør) bestemmes når disse møtes i et marked. Videre var det en interessant debatt mellom Keynes og Hayek i mellomkrigstiden og inn i tidlig etterkrigstid. Vi vil etter sakkyndiges anbefaling innarbeide noen høydepunkter fra denne debatten og om den ”østerrikske skolens” perspektiver på markedsøkonomiens funksjonsmåte mer generelt i pensum og i undervisningen.

En annen sentral oppgave i kurset er å kontrastere sosiologiske handlingsteoretiske perspektiver med rasjonalistiske økonomiske, og perspektiver fra kognitiv psykologi (der nobelprisvinneren Kahnemann er en helt sentral figur). På dette punktet er det naturlig å forankre økonomisk rasjonalisme i det nyklassiske paradigme slik det har utviklet seg blant annet gjennom økonomisk velferdsteori (vi vil for eksempel ta for oss ulike former for markedssvikt mv).

Videre vil vi – inspirert av komiteens kritikk – utvide innslaget av økonomisk teori i masterens 2. bolk. I forbindelse diskusjonen av handlingsteori kan det være instruktivt å følge utviklingen av økonomisk teori langs en handlingsteoretisk dimensjon ved å gå opp veien fra nyklassiske forutsetninger om full informasjon og fullkommen rasjonalitet via informasjonsøkonomi (rasjonelle aktører med begrenset informasjon) og transaksjonskostnadsøkonomi (begrenset rasjonelle aktører med tilbøyeligheter i retning av opportunistisk atferd som ikke nødvendigvis disiplineres i en gitt markedsstruktur) og fram til moderne atferdsøkonomi der alle de nyklassiske forutsetningene utfordres på en gang.

Denne gjennomgangen vil også sikre et mer velutviklet økonomisk teoretisk utgangspunkt for den mer anvendte analysen av de ulike delmarkedene (bla arbeids-, finans- og dagligvaremarkedet) som varsles i kursets tredje bolk.

Ved siden av relevante økonomiske teorier, behandler også emnet Markedshistorie sentrale emner i statsvitenskap som er relevant for å forstå markedet med utgangspunkt i historien.

I tillegg til den ”røde strengen”, blir studentene eksponert for økonomisk teori i faget Økonomisk analyse og styring, selv om dette emnet, som sakkyndige poengterer er mer praktisk rettet mot å gi studentene kunnskaper om teorier, modeller og teknikker for økonomistyring.

En vesentlig del av kritikken/det som etterspørres er agent- prinsippal problematikk, asymmetrisk informasjon, transaksjonskostnadsteori osv representert ved blant annet Williamson, Kahneman og Akerlof (som fikk Nobelprisen sammen med Michael Spence og Joseph Stiglitz i 2001 for "their analyses of markets with asymmetric information"). Det er interessant at dette trekkes frem, og gledelig for oss at vi kan påpeke at vi har et eget emne på 7,5 sp dedikert til denne problematikken. Emnet tar for seg transaksjonskostnadsteori og integrasjon, samarbeid, allianser og nettverk, sourcing, kontroll og styring, samt samarbeid og relasjonskvalitet. Her vil teorien som etterspørres være helt sentral. I dette emnets pensum vil studentene finne litteratur basert på arbeidene sakkyndige etterspør. Vi vil imidlertid strekke oss enda lenger, og også legge inn originalarbeidene som nevnes.

Markedskunnskap ut i fra et psykologisk perspektiv etterspørres også av sakkyndig komité. Dette ivaretas i faget Forbrukermarkedsføring. Målet med dette kurset er at studentene skal få dypere innsikt i de psykologiske prosessene som påvirker forbrukeratferd og lære hvordan denne innsikten kan brukes i merkevarebygging. Dette bygges videre på i emnet Markedskommunikasjon der det sentrale målet i kurset er at studentene får innsikt i psykologiske teorier om hvordan forbrukere påvirkes av markedskommunikasjon, og hvorfor og hvordan forbrukere responderer på slik påvirkning.

Oppsummert vil vi si at vi forstår at sakkyndige ikke har hatt grunnlag for å lese at innholdet som etterspørres er ivaretatt ut av de korte vedlagte tekstene i søknaden, siden hvert enkelt emne kun er beskrevet med en kort tekst uten liste over pensumlitteratur. På tittelnivå har det heller ikke vært intuitivt å se at flere av emnene er basert på økonomisk teori. Vi legger derfor ved fullstendige emnebeskrivelser som tydelig viser at man i studiet ivaretar perspektiver på markedet fra psykologi, statsvitenskap, og økonomi (se vedlagte emnebeskrivelser og redigert studieplan).

I tillegg har vi på ny gjennomgått emnebeskrivelsene for å sikre at forskningen til Hayek, Coase, Kahneman, Williamson og Akerlof behandles i løpet av studiet.

Kort oppsummert finner man de etterspurte teoriene og perspektivene i følgende emner:

Perspektiver og fag

Psykologi: Behandles i Forbrukermarkedsføring 7,5sp og Markedskommunikasjon 7,5sp.

Statsvitenskap: Behandles i Markedshistorie 7,5sp (evt Økonomisk historie 7,5sp)

Økonomi: Behandles i Markedsantropologi 7,5sp, Markedshistorie 7,5sp og Markedssosiologi 7,5sp (evt. Økonomisk antropologi, Økonomisk historie og Økonomisk sosiologi), samt Økonomisk analyse og styring, og Integrerte distribusjonssystemer.

Forskning særskilt etterspurt behandles i flere emner, blant annet:

Hayek: Markedshistorie (Sentral og relevant for emnet)

Coase: Integrerte distribusjonssystemer 7,5sp (Mulig ikke med The Nature of the Firm, men senere artikler som tar for seg transaksjonskostnader).

Kahneman: Forbrukermarkedsføring 7,5sp (De grunnleggende teoriene til Tversky og Kahnemann fra 1970 tallet vil dekkes inn i forbrukeratferdskurset. Trolig ikke med originalartikler, men med nyere forskning som bygger på dette). I tillegg i Markedskommunikasjon 7,5sp (Belyses, særlig med tanke på beslutninger, biases, risiko osv. Trolig ikke med originalarbeidet, men fra det som har sprunget ut av Tversky og Kahnemans forskning – atferdsøkonomi).

Markedshistorie 7,5sp (Evt Økonomisk historie om NOKUT anbefaler å endre tittel på kurset)

Williamson: Integrerte distribusjonssystemer 7,5sp (Sentral for blant annet gjennomgang av styring, kontroll og informasjonsasymmetri)

Akerlof: Integrerte distribusjonssystemer 7,5sp

Konklusjon: Ut i fra vedlagt dokumentasjon og svaret ovenfor, kan man nå tydelig se at master i Markedskunnskap er et studie med markedsføring som kjerne supplert med andre

samfunnsvitenskapelige tilnærminger hvor blant annet økonomisk teori, psykologi og statsvitenskap er representert, slik som NOKUT /v sakkyndige anbefaler. Navnet vil således være dekkende.

4-2 2 Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelse:

a. Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.

I vårt svar ovenfor (§ 4-2 1) behandles fagområdene som tilsynelatende mangler og derfor etterspørres. Dette svaret viser at områder som psykologi, statsvitenskap, og økonomi inngår i studiet. Videre er det synliggjort at arbeidene til forskere som Hayek, Coase, Kahneman, Williamson og Akerlof er representert i studiet. En generell innføring i økonomi gis ikke i noen (norske) masterstudier relatert til markedsføring, siden det forutsettes at studentene allerede har tilegnet seg nødvendig grunnleggende økonomiforståelse igjennom sin bachelorgrad. Dette er også tilfellet i denne mastergraden, siden det stilles krav til forkunnskaper i økonomi, dokumentert som studiepoeng (se vedlegg 4-1 2 i søknad).

Siden perspektivene som etterspørres er dokumentert i vårt tilsvare på § 4-2 1, vil vi videre dokumentere hva som er gjort for å tilfredsstille det sakkyndige peker på som er relevant for (§ 4-2 2):

Læringsutbyttet skal være beskrevet som det en kandidat skal ha oppnådd ved fullført utdanning i form av kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i samsvar med nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk.

Sakkyndiges forutsetning for å konkludere med at læringsutbytte er mangelfullt dokumentert er i stor grad basert på at økonomiske perspektiver ikke er representert. Dette har vi dokumentert at likevel er på plass under § 4-2 1. Sakkyndige peker imidlertid videre på at det savnes en klarere tydeliggjørelse av hvilke ferdigheter kandidatene skal oppfylle, annet enn på et generelt nivå. I vedlagte emnebeskrivelser har vi fulgt denne anbefalingen og skrevet om slik at det går tydeligere frem hvilke konkrete ferdigheter det enkelte emne skal gi studentene. Disse er gjort i henhold til Nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk for høyere utdanning. Vi ser imidlertid at det samlede læringsutbytte i enda større grad kunne vært beskrevet i studieplanen. Dette er nå gjort, og skal derfor samsvare med det som kreves i Nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk for høyere utdanning.

Sakkyndige påpeker videre *”At de skal arbeide i markedsavdelinger er ikke innlysende, da mange bedrifter ikke har slike og ifølge ”marketingkonseptet” er det hele bedriftens filosofi å orientere seg strategisk i forhold til markedet”*. Nettopp det at hele bedriften må forholde seg til markedet var grunnen til at vi benyttet begrepet ”markedsaktører”. Å forstå markedet, forbrukeradferd og logikken i markedsføring er relevant innenfor en rekke stillinger, kan hende særlig i bedrifter som ikke har en egen markedsavdeling. Markedskunnskap kan derfor sies å ha et bredt anvendelsesområde fremfor kun å lede til et avgrenset fåtall stillinger innen markedsføring. Med utgangspunkt i dette har vi gjort endringer i studieplan for å være enda tydeligere på hva slags stillinger det er mest nærliggende at man går inn i etter endt studium, samtidig som vi presiserer at læringsutbyttet er relevant innenfor et bredt spekter av stillinger i bedrifter som må forholde seg til markedet.

Sakkyndige spør videre *”Omkring metode kan vi spørre, skal de selv kunne lage observasjonsstudier, skal de kunne lage en faktor,-regresjons-, en conjointanalyse?”* Læringsutbytte i det enkelte emne er ikke grundig beskrevet i studieplanen. Vi legger derfor ved samtlige emnebeskrivelser, herunder også metode, slik at læringsutbyttet i hvert enkelt emne fremgår på detaljnivå.

Oppsummert er følgende nå gjort for å tilfredsstille kravene i (§ 4-2 2):

-Det er nå tydeliggjort at økonomiske perspektiver på markedet er ivaretatt (se § 4-2 1)

- Emnebeskrivelser der læringsutbyttet er i detalj beskrevet i henhold til kvalifikasjonsrammeverk for høyere utdanning er vedlagt.

- Læringsutbyttet er ytterligere tydeliggjort i studieplanen.

- Type stillinger, og læringsutbytte relatert til dette er presisert slik sakkyndige ber om.

4.2.2 c. Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

Tiltak fra Markedshøyskolen etter tilbakemelding fra NOKUT

Sakkyndiges skriver ”Isolert sett er de tre trådene i studiet sikkert med til å skape en form for progresjon. Men når forankringen i de relevante markedsteorier (økonomi) er vanskelig å finne er ikke den samlede oppbygging og progresjon overbevisende.” Sakkyndige skriver at de tre trådene skaper progresjon. Det trekkes heller ikke frem mangler vedrørende i hvilken grad studiets innhold og oppbygging relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen. Imidlertid trekkes igjen inkludering av økonomi inn. Ankepunktet går altså igjen ut på at økonomiperspektivene på markedet antas å mangle. I vårt svar ovenfor (§ 4-2 1) synliggjøres det at dette er ivaretatt. Ved siden av synliggjøring av det økonomiske perspektivet på markedet, har vi gjort endringer og presiseringer der vi tydeliggjør progresjon og læringsutbytte relatert til økonomi.

Sammendrag av tiltak for å imøtekomme de sakkyndiges vurdering og konklusjon Som tydeliggjort og argumentert for ovenfor, har Markedshøyskolen tatt samtlige av de sakkyndiges betenknninger til etterretning, og viser i sitt tilsvaret at samtlige punkter er implementert enten gjennom tydeliggjøring eller endring i studieplan og vedlagte emnebeskrivelser.

Markedshøyskolen har i tillegg hensyntatt og igangsatt implementering av de forhold sakkyndige på enkelte områder har funnet det riktig å komme med råd til for videre utvikling av studiet, forutsatt at studiet senere i saksprosessen blir akkreditert.

De sakkyndiges krav til oppretting av kriteriet er fulgt. Legg særlig merke til de utfyllede beskrivelsene av tiltak fra Markedshøyskolen etter tilbakemelding fra NOKUT under § 4-2 1, 4-2 2. a. og 4-2 2. c.

Med unntak av punktene under § 4-2 1, 4-2 2. a. og 4-2 2. c. som nå er rettet opp/utdypet for å tilfredsstille sakkyndiges kommentarer, ble samtlige av de øvrige bestemmelser, herunder Grunnleggende forutsetninger for akkreditering (§ 4-1), Fagmiljø tilknyttet studiet (§ 4-3) og Støttefunksjoner og infrastruktur (§ 4-4) vurdert av NOKUT til å være i samsvar med forventet nivå i henhold de gjeldende krav i tilsynsforskriften. Samtlige anbefalinger under disse punktene er tatt til etterretning og fulgt.

På dette grunnlag ber vi om at Master i markedskunnskap ved Markedshøyskolen akkrediteres.

6 Sakkyndig tilleggsvurdering

I vår sakkyndige vurdering av søknaden fra Markedshøgskolen, anså vi at følgende kriterier i NOKUTs tilsynsforskrift ikke var tilfredsstillende oppfylt:

§ 4-2 1: Studiet skal ha et dekkende navn

§ 4-2 2 a: Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelse

§ 4-2 2 c: Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

Nedenfor har vi for hvert av de underkjente kriteriene først referert vår opprinnelige vurdering, deretter referert vår nye vurdering på bakgrunn av tilsendte kommentarer. Til slutt kommer vår nye konklusjon.

§ 4-2 1: Studiet skal ha et dekkende navn

Vår opprinnelige vurdering:

Studiets navn er ikke dekkende. Høgskolen må enten a) lage et navn på studiet som bedre reflekterer at studiet ikke inneholder økonomisk teori, men er et forsøk på å formidle emner fra markedsføring med noen andre samfunnsvitenskapelige perspektiver og historie, eller b) utvikle et studium med markedsføring som kjerne supplert med andre samfunnsvitenskapelige tilnærminger hvor økonomisk teori og gjerne psykologi og statsvitenskap inngår.

Ny vurdering:

Markedshøgskolen har i sitt svar redegjort for hvordan innholdet i kursene ivaretar at studentene får god innsikt i samfunnsvitenskapelige tilnærminger representert ved økonomisk teori, psykologi og statsvitenskap. Enkelte grep er også gjort for å øke innslaget av økonomisk teori. Vi mener at de tre kursene som i planen kalles henholdsvis markedsantropologi, markedshistorie og markedssosiologi bør kalles økonomisk antropologi, økonomisk historie og økonomisk sosiologi i tråd med hva Markedshøgskolen opplyser var de opprinnelige navnene. Disse navnene henspiller på etablerte fagområder, og får også bedre fram forankringen av studiet i økonomisk teori. Dette forsvaret å benytte det navn på studiet som fremkommer av søknaden - markeds kunnskap.

Ny konklusjon:

Ja, studiet har et dekkende navn.

§ 4-2 2 a: Studiet skal beskrives med utgangspunkt i læringsutbyttebeskrivelse

Vår opprinnelige vurdering:

Læringsutbyttet er ikke tilfredsstillende beskrevet. Fag som makro- og mikroøkonomi og samfunnsbeskrivelse må dokumenteres. Det synes å kreve en rekruttering av kapasiteter innenfor slike fag.

Ny vurdering:

Markedshøgskolen har som nevnt i forrige punkt nå klargjort og forsterket det økonomiske perspektivet på markedet i studiet. Det er vedlagt emnebeskrivelser der læringsutbyttet i detalj er beskrevet i henhold til kvalifikasjonsrammeverket for høyere utdanning, og læringsutbyttet er

ytterligere tydeliggjort i studieplanen. I tillegg er type stillinger og læringsutbyttet relatert til dette presisert. På dette grunnlag finner vi å kunne endre vår opprinnelige konklusjon knyttet til kriteriet.

Ny konklusjon:

Ja, studiet er tilfredsstillende beskrevet med utgangspunkt i læringsutbytte.

§ 4-2 2 c Studiets innhold og oppbygging skal tilfredsstillende relateres til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen.

Vår opprinnelige vurdering:

Studiets innhold og oppbygging er ikke tilfredsstillende relatert til læringsutbyttet slik det er beskrevet i planen. Det må som tidligere påpekt inkluderes økonomi i studiet, og det må redegjøres klarere for hvorfor studiet er bygget opp slik som det foreslås og hvordan de ulike delene bidrar til læringsutbyttet (§ 4-2 2 c).

Ny vurdering:

Den opprinnelige vurdering var i stor utstrekning basert på manglende forankring i økonomisk teori, men vi ga likevel uttrykk for at de tre trådene i studiet bidro til å skape en form for progresjon. Med de presiseringer og endringer som nå er gjort, mener vi at også dette kriteriet er oppfylt.

Ny konklusjon:

Ja, studiets innhold og oppbygging er tilfredsstillende relatert til læringsutbyttebeskrivelsen for studiet.

Etter dette anses alle kriteriene knyttet til Tilsynsforskriftens § 4-2 som tilfredsstillende oppfylt. I den vurdering vi tidligere har avgitt, ble de øvrige kriterier i tilsynsforskriftens kap.4 funnet tilfredsstillende oppfylt.

Etter dette vil vi nå anbefale at mastergradsstudiet i markedskunnskap akkrediteres.

Oslo / København 22.8.2011

7 Vedtak

Markedshøgskolen søkte til søknadsfristen 15.3.2011 om akkreditering av master i markedskunnskap (120 studiepoeng). De sakkyndige avga sin faglige vurdering 21.6.2011, og avga deretter tilleggsvurdering 22.8.2011.

Av tilleggsvurderingen fremgår det at søknaden nå tilfredsstiller alle aktuelle krav i NOKUTs forskrift om utdanningskvaliteten i høyere utdanning (tilsynsforskriften), vedtatt av NOKUTs styre 27.1.2011. På dette grunnlag fatter NOKUT følgende vedtak:

Mastergradsstudium i markedskunnskap ved Markedshøgskolen akkrediteres, jf. Universitets og høyskoleloven § 3-1.

Akkrediteringen er gyldig fra vedtaksdato. NOKUT forutsetter at Markedshøgskolen fyller de til enhver tid gjeldende krav for akkreditering. I tillegg forventes det at de sakkyndiges merknader og anbefalinger vurderes i det videre arbeidet med utvikling av studiet. Alle vurderinger som ligger til grunn for vedtaket er nedfelt i egen tilsynsrapport. Denne er tilgjengelig på NOKUTs hjemmesider.

Markedshøgskolen må selv søke Kunnskapsdepartementet om rett til å etablere graden, jf. Universitets- og høyskoleloven § 3-2 (1).

8 Dokumentasjon

Markedshøgskolen, Campus Christiania – Søknad om akkreditering av master i markedskunnskap. 15/3-2011, Journalnummer 11/185.