



Mall för självvärdering av utbildningsprogram inom processen kvalitetsutveckling genom kollegial granskning

Magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling, 60 hp

Innehållsförteckning

1. Kvalitetsaspekt måluppfyllelse.....	1
1.1 Förutsättningar	1
1.2 Process	3
1.3 Resultat	6
2. Kvalitetsaspekt forskningsanknytning.....	6
2.1 Förutsättningar	6
2.2 Processer	8
2.3 Resultat	11
3. Kvalitetsaspekt tillämpbarhet	12
3.1 Förutsättningar	12
3.2 Processer	13
3.3 Resultat	15

Anvisningar för skrivande av självvärderingen

- Följ mallens rubrikstruktur och anvisningar vid skrivandet.
- Angivna ordomfång är endast en vägledning.
- I den slutliga självvärderingen ska granskningsobjektet framgå av titeln och arbetsgruppens sammansättning ska anges, exempelvis i en kort inledning.
- Den slutliga självvärderingen ska märkas med diarienummer som tillhandahålls av den lokala kvalitetssamordnaren. Arbetsgruppen skickar sedan självvärderingen (i pdf-format) till registrator med kopia till lokal och central kvalitetssamordnare.

1. Kvalitetsaspekt måluppfyllelse

Bedömningsgrund

- *Utbildningens innehåll, upplägg och genomförande säkerställer att studenter som avlägger examen når utbildningens examensmål*
- *Utbildningen har välmotiverad genomströmning*
- *Det finns en konstruktiv länkning mellan utbildningsplan, examensmål, lärandemål, undervisning, betygskriterier, examination och progression*

1.1 Förutsättningar

Beskriv kortfattat huvudområdets/yrkesinriktningens avgränsning, bredd och djup, det vill säga det huvudområde/yrkesinriktning i vilket studenterna avlägger examen (cirka 500 ord)

Huvudområdet som studenterna avlägger examen i är Företagsekonomi. Företagsekonomi brukar definieras som det vetenskapliga studiet av hushållande av begränsade resurser i företag. Huvudområdet kan sägas bestå av ett antal delämnena som tillsammans utgör huvudområdets bredd: ekonomistyrning, externredovisning, organisation och ledarskap, samt marknadsföring. Ibland räknas också finansiering som ytterligare ett delämne, ibland sorteras det under samma delämne som externredovisning. Företagsekonomi är alltså det övergripande samlingsnamnet för ett antal delämnena som alla är relaterade till företag i en vidare bemärkelse. Företagsekonomi är således ett övergripande samlingsnamn för ett antal relaterade akademiska delämnena. Deras gemensamma nämnare är det ekonomiska beslutsfattandet i företag och liknande organisationer.

Vid det 1-åriga magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling fokuseras två delämnena inom företagsekonomiska huvudområdet; organisation och ledarskap samt marknadsföring. Programmet ger således en fördjupning inom dessa delämnena som bygger vidare på den bredare bas som studenterna har från sin kandidatexamen i företagsekonomi. Programmet förbereder för kvalificerade företagsekonomiska uppgifter genom att sammanföra frågor och aktiviteter som rör företagsledning i offentliga och privata organisationer och företag eller som egen företagare.

Magisterprogrammet innehåller fyra obligatoriska kurser och tre valbara kurser (studenterna väljer 2 av 3 kurser i utbudet), om 7,5 högskolepoäng samt ett examensarbete om 15 högskolepoäng. Kurserna undervisas på engelska och har tydligt internationellt fokus. Tre av sju kurser är inom organisation och ledarskap och tre kurser ligger inom marknadsföring. En av de valbara kurser täcker båda delämnena och sätter det i en kontext av internationellt företagande (International Business Strategy). Magisterprogrammet har antagning i höst och vår.

Redovisa utbildningens lärarresurser i tabellform. Den centrala kvalitetssamordnaren levererar tabell med data från Primula till arbetsgruppen. Arbetsgruppen kontrollerar data och kompletterar tabellinformationen vid behov. Tabellen läggs lämpligen som en bilaga till självvärderingen.

Kommentera kortfattat utbildningens lärarresurser, vilka utvecklingsbehov som finns och utbildningens långsiktiga kompetensförsörjningsplan (cirka 200 ord)

Den företagsekonomiska ämnesgruppen är relativt stor, vilket återspeglar den omfattande utbildningsvolymen (15 adjunkter, 19 lektorer, och 3 professorer). En handfull universitetslektorer och en professor behövs som lärare på magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling, men det totala antalet lärare som kan involveras i undervisningen på magisterprogrammet är mycket stort. Lärarresurserna är mycket omfattande och bedöms vara mer än tillräcklig för att ge ett magisterprogram i företagsekonomi med hög kvalitet. För närvarande undervisar sex disputerade lärare på kurser i magisterprogrammet. Detta inkluderar en professor i marknadsföring, en docent i organisation och ledarskap och fyra lektorer i organisation och ledarskap och marknadsföring.

Det var relativt länge sedan programmet reviderades och några av lärarna som har brukat undervisa på programmet har gått i pension. Diskrepansen mellan kursernas innehåll och lärarnas specialistkompetenser har därmed börjat bli större. Problemet åtgärdas genom ett pågående revideringsarbete där kursutbudet bättre ska matchas mot studenternas behov, aktuella samhällsutmaningar och lärarnas specialistkompetenser.

Kompetensförsörjningsplanen består i första hand av att befintliga lärarresurser ska ges möjlighet till meritering. Den långsiktiga målsättningen är att fler ska bli docenter inom utbildningens fokusområde och på sikt bör någon bli befördrad till professor i företagsekonomi med en passande inriktning (International Business).

Redovisa sök- och antagningsstatistik för utbildningen: Antal förstahandssökande (i genomsnitt de senaste tre åren) och antal antagna till utbildningen (i genomsnitt de senaste tre åren). Den centrala kvalitetssamordnaren levererar data från Ladok till arbetsgruppen.

Reflektera kring, kommentera och värdera sök- och antagningsstatistiken, reflektionen ska inkludera utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 300 ord)

Sökande

536 sökande i snitt till 30 platser

Antagna

111 antagna i snitt till 30 platser

Registrerade (3 veckor efter terminsstart)

34 registrerade i snitt till 30 platser (med en variation på 16-54 studenter).

Söksiffrorna till magisterprogrammet är mycket goda. Magisterprogrammet har internationell antagning och de flesta studenter som söker programmet kommer från olika delar av Asien (Pakistan, Bangladesh).

Antagningstalet är högt jämfört med antalet platser, vilket beror på att vi förväntar oss att många av de antagna studenterna aldrig påbörjar utbildningen. Detta på grund av svårigheter med uppehållstillstånd, avläggande av studieavgift, etc.

Det stora söktrycket återspeglar dels ett stort intresse för en utbildning i företagsekonomi på avancerad nivå och dels ett stort intresse bland de internationella studenterna att komma till Sverige.

Många av de sökande är inte behöriga. Eftersom antal sökande är stort, skapar detta en onödig administrativ belastning, då behörigheten ska granskas för alla sökande.

Det finns stor skillnad på utbildnings- och engelskanivå bland studenterna. Vilket leder till problem i grupparbeten (free-rider-problem) och samtidigt behövs extra undervisningsresurser till att ge instruktioner om hur man skriver akademiskt och engelska, utöver lära ut kursernas innehåll.

Förbättringsförslag:

- Översyn av behörighetskraven för att öka sannolikheten att ”rätt” studenter söker, det vill säga studenter som faktiskt är behöriga till programmet samt kan uppfylla övriga villkor (exempelvis avlägga studieavgift)
- Överväg att förlägga programmet på distans. Det skulle minska problemet med det stora bortfallet bland antagna studenter, och därmed göra utbildningen mer planerbar. Den stora osäkerheten i antalet studenter på programmet som varierar mycket från termin till termin skapar dåliga förutsättningar för en god planering av utbildningen samt ekonomin.
- Översyn av behörighetskraven och antagningsprocessen (tuffare krav på engelskkunskaper och ämneskunskaper)

1.2 Process

Analysera hur lärandemålen i utbildningsprogrammets kurser svarar mot utbildningens examensmål (som återfinns i Högskoleförordningen, bilaga 2). Om programmet innefattar flera examina ska sådan analys göras för varje examina.

Analysen ska göras i matrisform och arbetsgruppen får mallar för dessa. Om ni inom utbildningen redan har sådan analys går det bra att bifoga den och ni behöver inte använda mallarna. Dock ska följande krav alltid vara uppfyllda:

- De flesta examensmål är sammansatta av flera olika komponenter. I UFN:s mallar är sådana examensmål uppbrutna i examensmålskomponenter. Detta är nödvändigt för analysens validitet. Om ni bifogar en befintlig analys måste examensmålen vara uppdelade i komponenter.
- Analysen måste även innefatta eventuella programspecifika mål enligt utbildningsplanen. Där så är relevant ska dessa delas upp i komponenter.
- I matrisen måste examensmålen, dess komponenter och lärandemålen vara utskrivna så de enkelt går att granska kopplingen mellan lärandemål och examensmålskomponent.

För att säkra kopplingen mellan lärandemål och examensmålskomponent ska arbetsgruppen tillämpa följande vägledande kriterier:

1. det aktiva verbet i lärandemålet överensstämmer med det aktiva verbet i examensmålet med avseende på kunskapstaxonomisk nivå och typen av aktivitet/handling som verben representerar.*
2. lärandemålets objekt inryms i objektet, eller innehållet, i examensmålet**.
3. preciseringar som t.ex. muntligt, skriftligt, självständigt, kritiskt, konstruktivt, systematiskt och fördjupad överensstämmer (eller är liknande) mellan lärandemålet och examensmålet.

* Verbet i lärandemålet kan även ha högre kunskapstaxonomisk nivå om aktiviteten/handlingen som verbet beskriver innefattar att studenten måste kunna det som anges av examensmålets verb.

Exempel: Ett lärandemål som diskutera tillämpligheten av metoder inom huvudområdet kan anses bidra till uppfyllelse av examensmålskomponenten kunskap om tillämpliga metoder inom området eftersom studenten med nödvändighet måste uppvisa kunskap om metoderna för att kunna diskutera dem.

** Med objektet avses det som det aktiva verbet ”verkar på”. Exempel: I målet ”visa brett kunnande inom matematik” så är ”matematik” objektet.

Matrisen med analysen läggs som bilaga till självvärderingen.

Gör en kortfattad analys av utbildningsprogrammets progression och examensmåluppfyllelse utifrån matrisen. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 300 ord)

Då studenterna väljer mellan 2 valbara kurser (som båda ingår i utbildningsplanen) under termin 2, går det inte att på ett fullgott sätt bedöma hur lärandemålen på kurserna under termin 2 bidrar till examensmålen. Generellt kan sägas att alla kurser på termin 2 ger en fördjupning inom en del av huvudområdet, men vilka specifika examensmål som kursernas lärandemål svarar mot beror på valet av kurser.

Förbättringsförslag:

- Kursernas lärandemål behöver bli mer specifika
- Programmet behöver genomgående mer inslag av utbildning i vetenskaplig metod (datainsamlingsmetod för insamling av empiri) och mindre tyngdpunkt på vetenskapsteori/teoretisk filosofi, vilket skulle göra studenterna bättre förberedda inför examensarbetet.
- Valfriheten under termin 2 ska tas bort.
- För att skapa bättre täckning av utbildningens examensmål föreslås att alla examensmål skrivs in som lärandemål i examensarbetets kursplan
- Några examensmål uppfylls förmodligen väl, utan att det syns explicit i kursernas lärandemål. Ett exempel är examensmålet om att genomföra uppgifter inom givna tidsramar. Tiden som studenterna tilldelas för att slutföra examinerande uppgifter och fullfölja kurser är ofta begränsad, men detta yttrycks inte explicit i kursernas lärandemål. Ett förbättringsförslag är därmed att ”synliggöra” examensmålen i lärandemålen.
- De programspecifika examensmålen ser ut att överlappa i sin helhet med de generella examensmålen. Förslaget är att de stryks vid en revidering av programmet.
- Programmet behöver bli mer specialiserat, forskningsförberedande.
- Kursernas progression inom programmet behöver tydliggöras och kursernas innehållsmässiga överlapp måste minska.

Ge två exempel som belyser den konstruktiva länknigen (*constructive alignment*) mellan en examensmålskomponent, ett lärandemål kopplat till denna komponent och den undervisning, examination och de betygskriterier som berör lärandemålet. Ett exempel ska vara för en valfri examensmålskomponent på den taxonomiska nivån *färdighet och förmåga* och det andra exemplet för

en valfri examensmålskomponent på nivån *värderingsförmåga och förhållningssätt*. Reflektera även kring utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 500 ord)

Examensmål 1:

- visa sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings och utvecklingsarbete eller för att arbeta i annan kvalificerad verksamhet

Lärandemål kopplat till detta examensmål:

- muntligt och skriftligt delta i forskningsaktiviteter gällande området Comparative Management Culture (Lärandemål från kursen Comparative Management Culture, 7,5 hp).

Undervisning som kopplar till lärandemålet:

-Föreläsningarna som kritiskt tittar på den forskning som bedrivs inom området Comparative Management studies och introducerar olika teoretiska ansatser för att studera comparative management.

- Artikelanalysen utgår från artiklarna kopplade till föreläsningarna, där studenten ansvarar för en skriftlig artikelanalys, samt föra en muntlig diskussion om minst en annan artikelanalys.

- Skriftlig fallanalys och muntlig diskussion utifrån ett verkligt företagsfall med problemlösning utifrån teori. (Case analysis)

Examination och betygskriterier som berör lärandemålet:

Examination består av 4 delar. De tre första delar är individuella uppgifter som består av skriftlig artikelanalys och diskussion, fallanalytdiskussion och skriftlig hemtentamen. Hemtentamen består av frågor baserade på föreläsningar och artiklar och besvaras i kort uppsatsformat.

Kursen avslutas med ett skriftlig och muntlig grupparbete. Grupparbete består av att ta fram en framtida ledningsstrategi och ledningsplan utifrån ett fall kopplat till ”comparative management culture.” Grupparbete syftar till att visa hur effektivt elever kan lösa problem tillsammans. Alla poäng från varje uppgift läggs ihop för ett slutbetyg.

Examensmål 2:

- visa förmåga att integrera kunskap och att analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer även med begränsad information

Lärandemål kopplat till detta examensmål:

- integrera, analysera och hantera komplexa marknadsföringssituationer trots begränsad information (lärandemål från kursen Marketing theories, 7,5 hp)

Undervisning som kopplar till lärandemålet:

Kursen är uppdelad i fyra delområden med fokus på huvudområden inom marknadsföring: (1) Consumer marketing, (2) Industrial marketing, (3) Services marketing and (4) Marketing strategy. Varje område består av en föreläsning med fokus på huvudpunkter och större bild samt ett seminarium baserat på grundlig läsning och fördjupad diskussion av artiklarna med anknytning till området.

Examination och betygskriterier som berör lärandemålet:

Examination består av 4 litteraturseminarier och en slutuppsats.

1. Leda gruppdiskussion i ett av de fyra seminarierna, värda upp till 30 poäng.
2. Delta aktivt i de tre andra seminarierna, värda upp till 10x3 poäng.
3. Skriv en individuell uppsats, värd upp till 40 poäng.

1.3 Resultat

Detta avsnitt är bara relevant för utbildningar som pågått tillräckligt länge för att studenter ska ha haft möjlighet att fullfölja utbildningen.

Redovisa data för genomströmningen för utbildningen så långt det är möjligt, men som längst för examina som har avlagts under den senaste treårsperioden. Med genomströmning avses andel antagna som också avlagt examen. Den centrala kvalitetssamordnaren levererar data för genomströmningen till arbetsgruppen.

Skriv en kort reflekterande text som kommenterar och värderar genomströmningen. Reflektionen ska inkludera utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Prestationsgraden (antal HÅP i procent av antal HÅS) är i genomsnitt (beräknat som medelvärde för åren 2018-2020) relativt hög inom magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling, 82 %.

Examensfrekvensen (antal som tagit examen bland antagna studenter) för distansupplagan är 27 % beräknat för perioden 2015-2018, medan den är 42 % under samma period för campusupplagan. Examensfrekvensen är således relativt låg. Det ska dock sägas att genomsnittet för alla program som genomgår Högskolans kollegiala granskning under 2022 är 31 %, med ett intervall på 4 % - 68 %. I det perspektivet är examensfrekvensen för ekonomiprogrammet inte anmärkningsvärt låg.

Förbättringsförslag:

- En möjlig åtgärd för att öka examensfrekvensen vore att begränsa antagningen till en gång per år istället för två gånger per år. Det skulle förmodligen öka söktrycket vid det enskilda antagningstillfället och urvalet på studenter skulle bli kraftigare.
- En annan möjlig åtgärd är att ställa högre antagningskrav för att på så vis göra urvalet kraftigare.

2. Kvalitetsaspekt forskningsanknytning

Bedömningsgrunder

- *Det finns ett nära samband mellan utbildning och forskning*
- *Utbildningen vilar på vetenskaplig eller konstnärlig grund*

2.1 Förutsättningar

Beskriv kortfattat den forskning som bedrivs inom huvudområdet med relevans för utbildningen och hur den kommer till nytta för utbildningen. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 500 ord).

Den företagsekonomiska ämnesgruppen publicerade 12 st refereegranskade tidskriftsartiklar 2019, 12 st 2020, och 28 st 2021 (som återfinns i databasen DiVA). Det har alltså varit en betydande ökning det senaste året jämfört med åren innan. Volymen kan fortfarande betraktas som relativt

liten i förhållande till antalet universitetslektorer och professorer vid avdelningen. Under 2020 och 2021 har totalt 4 doktorsavhandlingar avlagts och det är för närvarande 3 aktiva doktorander i företagsekonomi vid avdelningen. Två av de aktiva doktoranderna skriver avhandlingar med relevans för magisterprogrammet i affärsutveckling (organisation respektive marknadsföring). Flera av de tidigare doktorsavhandlingarna är också innehållsmässigt närliggande frågor som rör programmet, så som internationell marknadsföring, affärsetik och digitalisering.

Forskningen spänner över det företagsekonomiska huvudområdets delämnen: organisation och ledarskap, marknadsföring, externredovisning/finansiering samt ekonomistyrning. Omfattningen är störst inom marknadsföring och externredovisning/finansiering. Den är minst inom ekonomistyrning. På magisterprogrammet i affärsutveckling finns bara kurser i organisation/management samt marknadsföring (inga kurser i externredovisning eller ekonomistyrning).

Studenterna möter i stort sett enbart forskningsaktiva lärare i magisterutbildningen, och det är också inom denna magisters delämnen som vi hittar de flesta disputerade lärare vid avdelningen. Forskningen kommer till nytta för studenterna genom att forskningsaktiva lärare på programmet förmedlar pågående forskning till studenterna, dels i form av föreläsningar och dels i form av kurslitteratur/tidskriftsartiklar som läses inför seminarier och motsvarande. I några kurser finns också direkta inslag av uppgifter som knyter an till pågående forskningsprojekt. Det har dock inte gjorts någon insats för att systematisera metoderna och principerna för detta. Det går sannolikt att öka kontakten mellan forskningen och studenterna genom att systematisera hur forskningen integreras i utbildningen, t.ex. genom att forskningsaktiva lärare kommer in och håller föreläsningar om sin forskning på kurserna eller genom att publikationer systematiskt listas som kurslitteratur inför seminarier.

Förslag till förbättringar:

- Systematiskt arbete med att integrera nya forskningsresultat/nya publikationer i utbildningarna
- Att utveckla former för att avdelningens doktorander tar större del av undervisningen. Detta kan göras naturligt i samband med att ekonomiprogrammet får ett "hantverksspår" där studenterna tränas i genomförandet av empiriska undersökningar och rapportskrivning/artikelskrivande. Dessa moduler skulle kunna ledas av avdelningens doktorander som då får en särskild roll i utbildningen.
- Skapa förutsättningar för att tydligare knyta examensarbeten till pågående forskningsprojekt.

Belys kortfattat i vilken omfattning utbildningens kurslitteratur och det som förmedlas till studenterna vilar på vetenskaplig grund och/eller beprövad erfarenhet. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Alla kurser på programmet har en eller två ämnesrelaterade kursböcker som alla kan sägas bestå av överblickar över forskningen på området. 5 av 7 kurser har också listat vetenskapliga artiklar som kurslitteratur (mellan 100 och 500 sidor), dock framgår inte i litteraturlistorna vilka artiklarna är. På en kurs, Marketing theories, specificeras inte antalet sidor, utan istället antalet vetenskapliga artiklar (40 st), dock inte vilka artiklar. Detta upplägg skapar en stor flexibilitet i valet av artiklar, men samtidigt sker det på bekostnad av förutsägbarhet för studenterna och möjlighet att följa upp vilken litteratur som används från år till år. Det kan också göra det svårare att systematisera kopplingen mellan lärarnas forskning och kursinnehållet, samtidigt som flexibiliteten i att kunna välja litteratur inför varje kurs också potentiellt leder till att denna koppling kan förenklas.

Förbättringsförslag:

- Att specificera vissa artiklar som ingår som kurslitteratur, samtidigt som det också lämnas öppet att vissa artiklar inte specificeras, för att på så vis bibehålla flexibilitet
- Att säkerställa att åtminstone någon del av kurslitteraturen på alla kurser är specificerad.

Redovisa andelen lärare som är forskarutbildade och i vilken omfattning de deltar i undervisningen på programmet genom att hänvisa till den tabell som bilagts till punkten 1.1 *Förutsättningar* (den innehåller relevant data).

Kommentera kortfattat forskningsanknytningen i utbildningen utifrån lärarresurserna, vilka utvecklingsbehov som finns och utbildningens långsiktiga kompetensförsörjningsplan (cirka 200 ord)

På magisterprogrammet i affärsutveckling undervisar endast disputerade lärare, om inte särskilda omständigheter gör att avsteg måste göras. I dagsläget undervisar 6 disputerade lärare (varav en docent och en professor) på programmet.

Det var relativt länge sedan programmet reviderades och några av lärarna som har brukat undervisa på programmet har gått i pension. Diskrepansen mellan kursernas innehåll och lärarnas specialistkompetenser har därmed börjat bli större. Problemet åtgärdas genom ett pågående revideringsarbete där kursutbudet bättre ska matchas mot studenternas behov, aktuella samhällsutmaningar och lärarnas specialistkompetenser.

2.2 Processer

Beskriv de forskningsliknande aktiviteter som studenterna på utbildningsprogrammet ägnar sig åt. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Studenterna ägnar sig åt ett flertal olika forskningsliknande aktiviteter:

- Att läsa, sammanställa och granska forskningslitteratur/tidskriftsartiklar
- I de två första kurserna på programmet (Comparative Management Culture och Leadership and Gender) betonas kritiskt tänkande och akademiskt skrivande genom att studenterna gör uppgifter som bygger på att analysera artiklar och case study. De deltar också i föreläsningar om akademiskt skrivande.
- Deltagande i aktiva forskningsprojekt finns med i andra termin kurser som i International Business Strategy och i Advanced Management och dels i samband med examensarbetet (för mer info, se under beskrivning hur och när studenterna är aktiva i pågående forskningsprojekt)
- Att öva sig i kritisk reflektion och granskning av slutsatser från vetenskapliga undersökningar finns med i all kurser.

Programmet har ingen kurs som är avsedd för vetenskaplig metod. Istället möter studenterna vetenskapliga metoder som delar i olika kurser på programmet. Det är svårt att finna utrymme för en hel kurs i vetenskaplig metod på ett ettårigt masterprogram, men för att studenterna ska bli bättre

förberedda inför examensarbetet bör ett antal moduler arbetas fram där studenterna övas i att genomföra 'mini-examensarbeten' på ett antal kurser innan de kommer till examensarbetet. Med 'mini-examensarbeten' menas att studenterna genomför en mindre empirisk studie (intervju, enkätstudie, eller likande) och skriver en rapport bestående av introduktion, metod, resultat och diskussion.

Beskriv hur och när lärare förmedlar egna och andras aktuella forskningsresultat till studenterna. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Forskningen till nytta för studenterna genom att forskningsaktiva lärare på programmet förmedlar pågående forskning till studenterna, dels i form av föreläsningar och dels i form av kurslitteratur/tidskriftsartiklar som läses inför seminarier och motsvarande. Det har dock inte gjorts någon insats för att systematisera metoderna och principerna för detta. Det går sannolikt att öka kontakten mellan forskningen och studenterna genom att systematisera hur forskningen integreras i utbildningen, t.ex. genom att forskningsaktiva lärare kommer in och håller föreläsningar om sin forskning på kurserna eller genom att publikationer systematiskt listas som kurslitteratur inför seminarier.

Studenterna möter forskningsaktiva lärare genom hela utbildningen. Detta möjliggörs främst genom tjänsteplanering (vilka lärare som tilldelas vilka kurser), men är också beroende av den personalstyrka som finns inom ämnesgruppen (det finns en relativt stor koncentration av disputerade lärare i marknadsföring och i organisation/ledarskap, alltså de två delämnena som återfinns på magistern).

Förslag till förbättringar:

- Systematiskt arbete med att integrera nya forskningsresultat/nya publikationer i utbildningarna
- Att utveckla moduler på kurserna där studenterna skriver 'mini-uppsatser' och 'literature review'
- Att utveckla former för att avdelningens doktorander tar större del av undervisningen. Dessa moduler skulle kunna ledas av avdelningens doktorander som då får en särskild roll i utbildningen.

Beskriv hur och när studenterna är aktiva i pågående forskningsprojekt. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Studenterna deltar i forskningsprojekt på kursen Advanced Management genom att diskutera artiklar publicerad av kursläraren och under seminarium introduceras och diskuteras forskningsprocess genom att beskriva hur forskningsprojektet startade, genomfördes och vad resultatet blev. Med andra ord, ger beskrivning av forskningsprocess som led till publikation av en artikel.

Studenterna skriver en "literature review" uppsats baserad på aktuella forskningsämne omfattas av kurslärare i kursen International Business Strategy.

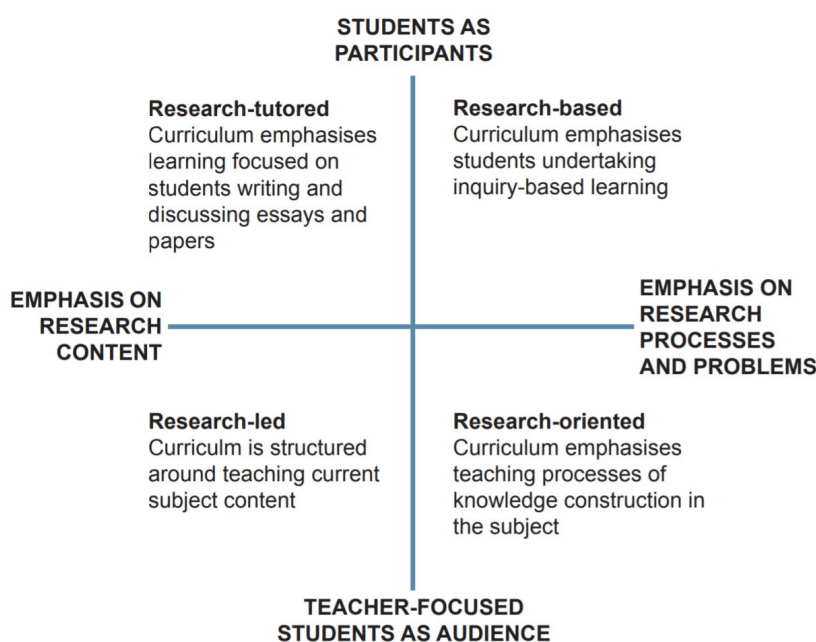
Studenterna har också möjlighet att delta i forskningsprojekt i samband med deras examensarbete.

Förbättringsförslag:

- Gör ett systematiskt arbete för att koppla samman examensarbeten och pågående forskningsprojekt (se också endan).

Analysera hur utbildningsprogrammets kurser placerar sig i modellen för forskningsanknytning av Jenkins & Healey (2005) nedan. Fyll i tabellen i tabellen nedan och uppskatta, för varje programkurs, hur stor andel av kursen (beakta främst lärandemål men även innehåll och examinationsformer) som faller inom respektive kvadrant i modellen. Tabellen kan läggas som bilaga till självvärderingen. Om ni vill kan ni i tillägg illustrera kursernas placering i modellen grafiskt.

Programkurs	Research-led (%)	Research-oriented (%)	Research-tutored (%)	Research-based (%)	Eventuell kommentar
Leadership and gender	100	0	0	0	
Comparative management culture	70	0	20	10	
Marketing theories	10	10	70	10	
Customer relationship management	80	0	20	0	
Emerging markets	80	0	20	0	
Master thesis	0	0	0	100	
International business strategy	80	10	10	0	
Advanced management	100	0	0	0	



Hämtad från Jenkins, A., & Healey, M. (2005). Institutional Strategies to Link Teaching and Research. York: The Higher Education Academy.

Kommentera kortfattat utbildningsprogrammets forskningsanknytning utifrån analysen, reflektera över utvecklingsbehov och hur forskningsanknytningen kan utvecklas (cirka 400 ord)

Utbildningen har en klar tyngdpunkt på 'research-led', med några få undantag. Ett undantag är Marketing theories, där studenterna läser och granskar ett förhållandevis stort antal tidskriftsartiklar. Att ha en tyngdpunkt på 'research led' i en utbildning på grundnivå kan motiveras med att studenterna behöver få en ordentlig orientering i ämnet/huvudområdet, men eftersom magisterprogrammet är en avancerad utbildning bör tyngdpunkten istället förskjutas mot mer inslag av 'research-tutored', 'research-oriented' och 'research-based'.

I praktiken finns det dock inkonsekvenser mellan vad som skrivs i kursplanerna och vad som sker i praktiken. Det är i praktiken en mycket större tonvikt på 'research-tutored', 'research-oriented' och 'research-based' än vad som framgår i kursplanerna. Detta visar stort behov av uppdatering i nuvarande kursplan.

Framförallt Research based behöver få en större omfattning. Utförandet behöver också ta andra former. I en reviderad version av programmet kommer fler utbildningsmoment utformas fram där studenterna övar sig i att använda vetenskapliga metoder för att genomföra empiriska undersökningar och skriver rapporter (motsvarande små examensarbeten) på basis av dessa undersökningar.

Att öka andelen "research based" syftar till stor del till att förbereda studenterna bättre inför examensarbetet och till att studenterna ska bli bättre på det vetenskapliga hanterverket i sig, att genomföra vetenskapliga undersökningar, inhämta data och utifrån empiri genomföra analyser och kritiskt värdera forskningsresultat.

2.3 Resultat

Gör ett urval om minst 6 godkända examensarbeten för den senaste treårsperioden. Antalet examensarbeten ska anpassas utifrån antalet inriktningar på utbildningsprogrammet så att varje inriktning har minst 3 examensarbeten. Examensarbetena ska avidentifieras så att författaren/författarna inte framgår. För den senaste treårsperioden; samla in kursplaner, studiehandledningar och bedömningskriterier för uppsatserna samt kursutvärderingsrapporter. Skriv även en kort beskrivning av handledningsmodellen som används och eventuell annan undervisning/stöd som studenterna får på kursen. Detta material, tillsammans med en motivering till urvalet av examensarbeten, ska skickas till den externa bedömare. Materialet ska även skickas till den interna bedömargruppen.

Redogör för hur utbildningens examensarbeten och andra forskningsliknande arbeten (laborationsrapporter, uppsatser, etc.) säkerställer att utbildningen vilar på vetenskaplig eller konstnärlig grund. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 400 ord)

Examensarbetena är en viktig del i att forskningsanknyta utbildningen och varje år skrivs ett antal examensarbeten inom pågående forskningsprojekt. Förra året publicerades/submittades 3-4 tidskriftsartiklar baserade på examensarbeten i Företagsekonomi, vilket kan betraktas som ett mått på forskningsanknytningen av examensarbeten, även om det inte ger en komplett bild. Antalet är en relativt liten andel som skulle kunna öka.

Förslag på åtgärder:

- Att bättre matcha examensarbetenas innehåll med handledarnas kompetens och forskningsintressen, för att på så vis dels lyfta kvaliteten i examensarbetena och dels öka forskningsanknytningen mellan examensarbeten och forskningen.
- Programmet behöver en metodkurs (som inkluderar academic writing)

3. Kvalitetsaspekt tillämpbarhet

Bedömningsgrund

- *Utbildningen ger kunskaper och färdigheter som studenten kan tillämpa i olika verksamheter utanför och efter utbildningen, särskilt med avseende på yrkesmässig tillämpning inom anställning, eget företagande, eller annan avkastningsgenererande verksamhet, men även med avseende på fortsatta studier och ideell verksamhet*

3.1 Förutsättningar

Diskutera balansen och eventuella konflikter mellan utbildningens vetenskapliga grund och tillämpbarhet, exempelvis hur utbildning i praktiska färdigheter står i relation till akademiska färdigheter. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag. (cirka 500 ord)

Magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling innehåller kurser i marknadsföring och management (ledarskap och organisation) med särskilt fokus på internationellt företagande. Kurserna har till sin natur en större tyngdpunkt på vetenskaplig grund/forskningsanknytning i jämförelse med tillämpbarhet, även om kurserna också ger studenterna verktyg de har nytta av i ett framtida yrkesliv, som exempelvis att kunna analysera marknader (särskilt internationella så kallade "emerging markets") och efterfrågan på tjänster och produkter.

Studenterna får färdigheter i att analysera och underhålla relationer mellan företag, särskilt på en internationell marknad. Kurser som "Emerging markets", "Customer Relationship Management" och "International Business Management" ger studenterna praktiska färdigheter och framförallt analytiska förmågor som förbereder dem för ledningsuppdrag inom företag och organisationer. Samtidigt färgas kurserna till stor del av forskningsanknytning, vetenskaplig litteratur i form av tidskriftsartiklar och vetenskapliga modeller och teorier. Kurser som "Marketing Theories" och "Advanced Management" har en klar tyngdpunkt på vetenskaplig grund och forskningsanknytning medan mindre vikt läggs på praktiska färdigheter. Kurser som "Leadership and Gender" och "Comparative Management Culture" behandlar mer specifikt praktiska frågor som kan uppstå i organisationer och företag. Till exempel: hur personalchefer kan hantera kulturella skillnader och jämställdhet med hjälp av olika typer av strategier. Vidare får studenterna lära sig hur dessa praktiska frågor studeras i vetenskaplig litteratur och hur forskning om detta kan tillämpas i ledningsgrupp.

Sammantaget ger den ettåriga utbildningen studenterna en relativt balanserad utbildning med både praktiska och forskningsförberedande färdigheter. Ett förbättringsförslag är att skapa former för närmare kontakter mellan examensarbeten och organisationer/företag. Fler sådana kontakter skulle sannolikt leda till att ytterligare förbättra studenternas anställningsbarhet efter utbildningen och dessutom förstärka studenternas förmåga att tillämpa sina akademiska färdigheter på "verkliga" problem i företag och organisationer utanför akademien.

Beskriv i tabellform de ordinarie lärarnas samt eventuella gästlärarens professionskompetens

Namn	Ordinarie lärare eller gästlärare	Professionskompetens (ja/nej)	Typ av professionskompetens

Diskutera hur lärarnas professionskompetens berikar utbildningens tillämpbarhet. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

Professionskompetens kan betyda olika saker i detta sammanhang. En utbildning i företagsekonomi är en utbildning som till mycket stor del handlar om att förstå organisationer. Det innebär att yrkeserfarenhet från organisationer, inklusive lärosäten, kan betraktas som en relevant professionskompetens för lärare på magisterprogrammet. Därmed blir frågan om huruvida lärarna på programmet har professionskompetens speciell. Det är inte samma sak som i exempelvis en sjuksköterskeutbildning, där professionskompetens primärt har att göra med erfarenhet av att arbeta som sjuksköterska.

Ett par kurser på programmet har regelbundna inslag av gästföreläsare med olika erfarenheter från verksamheter/organisationer utanför akademien. Till exempel, under VT22 bjöds Ira Norström från Siemens, Finland in att tala om hennes resa och erfarenhet av att vara kvinna i en ledande position för "Leadership and Gender"-kursen. Det finns i dagsläget dock ingen systematik vad gäller antalet gästföreläsare per kurs eller liknande systematik, utan utgår i huvudsak från hur kursansvarig vill lägga upp sin kurs, vilka kontaktnät som finns och vilka gästföreläsare som deltagit i utbildningen för.

Förbättringsförslag:

- Öka antalet gästföreläsare på kurser som idag helt saknar gästföreläsare.
- Att ta fram riktlinjer/målsättningar för hur många gästföreläsare som är eftersträfvansvärt på utbildningens kurser och jobba med detta mer systematiskt.
- Etablera samarbete med "Management Consulting"-firma som exempelvis McKinsey & Company eller ett lokalt företag och arrangera en "Case Day" där några konsulter ger en introduktion till yrket och en fallstudie som uppgift.

3.2 Processer

Beskriv externa aktörers medverkan i utbildningsråd, rådets medlemmar samt hur dessa stärker utbildningens tillämpbarhet. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 200 ord)

På magisterprogrammet finns inget utbildningsråd där externa aktörer medverkar. Det finns inget stipulerat utbildningsråd, men där finns informella procedurer för utbyte av råd och information mellan lärare. De flesta lärarna på programmet har egna kontakter via forskningsprojekt och professionella grupper som exempelvis Strategic Management Society, Academy of Management osv. De kan vända sig till dessa för råd och senaste informationen med relevans för ämnena. Forskningsprojekt behöver ofta samverkan från företag eller organisationer och professionella grupper där både akademiker och "practitioner" (bl. a. företagsledare) medverkar, och det finns möjlighet att höra, diskutera och lära sig om tillämpbarhet i olika sammanhang via olika konferenser som professionella grupper arrangerar eller vid deltagande i projektmöte.

Förbättringsförslag:

- skapa ett utbildningsråd med externa aktörer, men det kan bli svårt att hitta lämplig externa aktörer
- att ta fram riktlinjer för lärarnas deltagande i professionella grupper och konferenser.
- ta fram mer formella procedurer där lärarna delar information om utbildningens tillämpbarhet

Beskriv hur externa aktörers utlåtanden om utbildningens tillämpbarhet inhämtas och omhändertas. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 100 ord)

Som nämnde tidigare, externa aktörers utlåtanden om utbildningens tillämpbarhet kan inhämtas via individuella lärarnas egna kontakter via forskningsprojekt och professionella grupper de är medlemmar i och individuella lärarna förvaltar själv och används för att utveckla egna kurser. Ett förbättringsförslag är att utveckla mer systematiska sätt att dela information till hela lärarlaget så den inte stannar inom individer och enstaka kurser.

Beskriv inslag där utbildningen samverkar med verksamheter utanför lärosätet på ett systematisk vis så att studenterna får direkt kontakt med, och erfarenheter från, det omgivande samhället och diskutera hur detta berikar utbildningens tillämpbarhet. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 300 ord)

På magisterprogrammet finns ingen systematisk eller återkommande samverkan med verksamheter utanför lärosätet. Ett utvecklingsområde är, som nämnts ovan, att arbeta systematiskt med gästföreläsare. En ambition är också att upprätta närmare kontakter med företag för att skapa samverkan mellan examensarbeten och företagen. En utmaning i detta arbete är att hitta den eftersträfvansvärda balansen mellan att ett examensarbete å ena sidan ska vara ett forskningsprojekt där studenterna besvarar forskningsfrågor med vetenskapliga metoder, och å andra sidan att skriva examensarbeten som samtidigt är relevanta för organisationerna/företagen.

Till självvärderingen ska också följande två listor bifogas:

- Lärandemål som fokuserar generiska* förmågor och dess examinationsformer.
* Generisk: Förmågan har ett vidare användningsområde än i det specifika sammanhang den behandlas i utbildningen, till exempel: att samarbeta med andra, att prioritera och planera tid, att kommunicera skriftligt och muntligt, att identifiera egna kunskapsbehov (Högskoleverket, Rapport 2009:25 R).
- Examinationer som innehåller autentiska moment (det vill säga examinationsformer som liknar de arbetsuppgifter som används i yrkeslivet utanför akademien).

3.3 Resultat

Beskriv studenternas anställningsbarhet, förutsättningar för avkastningsgenererande verksamhet, fortsatta studier eller andra framtidsutsikter efter slutförd utbildning. Reflektera även över utvecklingsmöjligheter och förbättringsförslag (cirka 400 ord)

Anställningsbarheten för ekonomstudenter är generellt god, men den största efterfrågan på arbetskraft hittas inom redovisning/revision och ekonomistyrning (controllers) enligt Arbetsförmedlingens analys Yrkeskompassen. Magisterprogrammet i företagsekonomi med inriktning affärsutveckling ger fördjupade kunskaper och färdigheter i marknadsföring (relationer mellan företag och relationer mellan företag och kunder) samt management/ledarskap och organisation. Arbetsmarknaden har en efterfrågan på studenter som läst marknadsföring och management på avancerad nivå även om det inte karaktäriseras av någon på förhand given yrkesroll motsvarande controller eller revisor, utan istället handlar om olika former av tjänster inom företag kopplat till marknadsanalys och ledning.

Utbildningen har inslag av examinationsuppgifter som liknar arbetsuppgifter i ett framtida yrkesliv, som framgår av bilagan. Där finns också en stor mängd lärandemål som rör generiska förmågor. Magisterprogrammet kan betraktas som en utbildning som har sin tyngdpunkt på akademisk utbildning med vissa inslag av praktisknära moment och en relativt omfattande fokus på generiska förmågor. Det är en viktning som gör studenterna attraktiva på arbetsmarknaden samtidigt som utbildningen har en tydlig akademisk prägel och förbereder för eventuellt vidare studier på forskarnivå.

Att göra studenterna anställningsbara under utbildningen handlar inte bara om själva innehållet i vad studenterna ska lära sig, utan också om andra förutsättningar så som företagskontakter. Här kan examensarbeten spela en särskilt avgörande roll eftersom studenterna då befinner sig i slutet av sin utbildning och är på väg ut på arbetsmarknaden. Ett förbättringsförslag som också nämnts ovan är att skapa former för närmare kontakter mellan examensarbeten och organisationer/företag. Fler sådana kontakter skulle sannolikt leda till att ytterligare förbättra studenternas anställningsbarhet efter utbildningen.

Sammanställ och kommentera data från alumner som påvisar utbildningens tillämpbarhet om sådant finns (cirka 300 ord).

Det finns ingen data från alumner på magisterprogrammet.