

# Syddansk universitet – MBA beskrivelse af valgfag forår 2018

---

Forår 2018

Beskrivelse af fagene:

Forandringsledelse

Innovationsstrategi og forretningsmodeludvikling

Strategisk kommunikation

Corporate Governance

## Forandringsledelse

### Formål og sigte:

Fagets formål er at sætte den studerende i stand til at identificere og forstå de forandringer, der finder sted i virksomheder og organisationer i dag. Det være sig ledelsesinitierede forandringer, forstået bredt som planlagte initiativer der har til formål at skabe en ny og forbedret praksis, eller mere emergerende udvikling uden nogen specifik 'afsender', som i mindre grad følger bestemt formål. Faget giver en basal viden om centrale teoretiske bidrag og det gør den studerende i stand til at arbejde med forandringsinitiativer i forskellige kontekster og ud fra forskellige synsvinkler. Denne opnås ved at give den studerende indblik i, og forståelse for, hvordan virksomheder og organisationer kan forny sig strategisk med forandringsledelse. Fagets fokus vil være på de processer og syn på forandring, som dominerer såvel den teoretiske forståelse som modeller, der anvendes i praksis i forbindelse med forandringsprocesser. Kurset giver den studerende indsigt i forandringsledelsens historik, grundbegreber og i ledelsesmæssige og strategiske udfordringer samt muligheder der forventeligt opstår ved ledelsesinitierede forandringsprocesser.

Faget giver den studerende kompetence til forandringsledelse og færdigheder i at kunne begrunde og forholde sig kritisk til egen og egen virksomheds praksis omkring forandringer ved brug af ledelse.

### Indhold:

Af centrale områder der bliver præsenteret og diskuteret er følgende:

Teorier om ledelse af forandringsprocesser

- Centrale begrebsdannelser om forandring af organisationer
- Den strategiske og organisatoriske kontekst hvori forandringsledelsespraksis kan foregå
- Forskellige teoretiske perspektiver på forandring og ledelse
- Den historiske og organisationsteoretiske baggrund for forandringsledelse
- Modeller for organisering af forandringsledelse

### Eksamensform:

Skriftlig hjemmeopgave (essay) på max. 15 sider

Undervisningen foregår på Syddansk Universitet i Odense, Campusvej 55, 5230 Odense M

Pris: 15.000,-

Underviser: Søren Voxted, Institut for Marketing og Management

## Innovationsstrategi og forretningsmodeludvikling

### Formål og sigte:

Det er modulets formål, at give den studerende viden om og forståelse for begreber, teorier og metoder, der kan anvendes til at beskrive, undersøge og løse konkrete problemer forbundet med organisationens innovative aktiviteter og med afsæt her i at angive præcise anbefalinger for udvikling af organisationens innovationsstrategi og forretningsmodel. Mere specifikt giver modulet de studerende værktøjer og metoder til vurdering og igangsætning af innovative aktiviteter – herunder en forståelse af betydningen af ledelsen af den forandring, som de innovative aktiviteter giver anledning til. Den konkrete vurdering af de innovative aktiviteter tager afsæt i organisationens innovationsstrategi og forretningsmodel. Det er endvidere fagets formål, at give den studerende viden om og forståelse for teorier og metoder, der beskriver relevansen af involvering af eksterne partnere i de innovative aktiviteter som f.eks. kunder og universiteter. Med udgangspunkt i konkrete målinger i egen organisation skal den studerende vurdere relevante aktiviteter og processer, der kan kickstarte nye eller videreudvikle allerede igangværende aktiviteter samt analysere hvilke konsekvenser det har for organisationens innovationsstrategi og forretningsmodel og give eventuelle anbefalinger til udvikling af denne. Den studerende udvælger og anvender med afsæt i et selvvalgt emne relevante metoder til at identificere og løse konkrete problemstillinger i egen organisation. Modulet sigter på en høj grad af studenteraktivitet i projektforsøg parallelt med teorigennemgang.

### Indhold:

- Forretningsmodellen som forståelsesramme
- Innovationsstrategiens elementer og betydning
- Innovationsstrategiens kobling til forretningsstrategien og forretningsmodellen
- Forretningsmodellens delkomponenter
- Værdiskabelse i forretningsmodellen
- Indfangning af værdi i forretningsmodellen
- Forskelle mellem innovationsstrategi og forretningsmodellering i offentlige organisationer og private virksomheder
- Innovation af forretningsmodellen – herunder ledelsen af forandringsprocessen, som innovationen foranlediger

### Eksamensform:

Skriftlig hjemmeopgave (essay) på max. 15 sider

Undervisningen foregår på Syddansk Universitet i Odense, Campusvej 55, 5230 Odense M

Pris: 15.000,-

Underviser: [René Goduscheit](#), Institut for Marketing og Management

## Strategisk kommunikation

### Formål og sigte:

Kommunikation er blevet en central ledelsesdisciplin. I komplekse, foranderlige og ofte fjendtlige omgivelser er det nødvendigt at arbejde professionelt med kommunikation. Derfor betragter stadig flere organisationer kommunikation som et strategisk ledelsesanliggende. I dette fag vil den studerende tilgå kommunikation fra to niveauer: Et teoretisk og et praktisk. Teoretisk vil den studerende opnå teoretisk kendskab til relevante kommunikationsmodeller og de mest centrale discipliner inden for feltet. Praktisk vil den studerende lære selv at beherske de to vigtige discipliner det er at kunne holde en overbevisende tale og begå sig i medierne, både i gode og dårlige sager. Både de teoretiske og de praktiske moduler vil være knyttet op på den studerendes egen praksis.

For at opfylde fagets formål, er det læringsmålet, at den studerende opnår viden om fagets begreber, teorier og metoder således at vedkommende både kan analysere og anvende disse i praksis. Analytisk er det målet, at den studerende kan demonstrere færdigheder i at udvælge og anvende fagets teorier, begreber og metoder til at analysere konkrete og praktiske problemstillinger i forbindelse med en organisations strategiske kommunikation. Den studerende skal kunne analysere og vurdere budskabers kvalitet, relevans og mulige effekter, herunder etiske problemstillinger. Derudover skal kurset klæde den studerende på til selv at udarbejde en kommunikationsplan/kampagne, skrive og holde en overbevisende tale og forsvare en sag i medierne.

### Indhold:

- Kommunikationsfagets grundlæggende teorier, modeller og begreber
- Planlægning af markedsføring og branding i organisationer
- Centrale dimensioner af intern og ekstern kommunikation
- Public relations og issues management
- Kriser og krisekommunikation
- Det gode eksempel
- Ledertalen som disciplin
- Den overbevisende fremførelse
- Storytelling
- Kunsten at komme ind og ad af medierne
- Evaluering af kommunikationsindsatser

### Eksamenform:

Skriftligt essay på max. 8 sider (ekskl. problemformulering og litteraturliste).

Undervisningen foregår på Syddansk Universitet i Odense, Campusvej 55, 5230 Odense M

Pris: 15.000,-

Underviser: [Heidi Jønch-Clausen](#), Institut for Statskundskab

## Corporate Governance

### Formål og sigte:

Formålet med faget er at give de studerende en række forståelsesrammer og værktøjer, som gør dem i stand til at vurdere et selskabs corporate governance struktur (styrings- og ledelsesstruktur), herunder at bibringe indsigt i den betydning og rolle, selskabets ejerskab og bestyrelse udstikker for virksomhedens strategiske og finansielle udviklingsretning

### Indhold:

Faget er opdelt fire moduler med en række undertemaer:

#### *Modul 1 Corporate Governance: En erhvervsøkonomisk forståelsesramme*

- Hvad siger teorien om corporate governance?
- Typer af forskellige governance mekanismer/incitament: Fordele og ulemper
- Corporate governance og ejerskabet: Betydningen af investor-, familie-, fonds- og andelsejerskab?

#### *Modul 2 Corporate Governance: Institutionelle og retslige rammer*

- Selskabsretten og corporate governance: Rettigheder og forpligtelser i en dansk kontekst
- Overordnede selskabsretlige aspekter og problemstillinger
- International corporate governance: Eksempler fra andre lande

#### *Modul 3 Bestyrelsens funktion, opgaver og roller*

- Bestyrelsens centrale opgaver, herunder især formandens
- Hvad siger teorien om bestyrelsens sammensætning og adfærd?
- Kodeks for god selskabsledelse

#### *Modul 4 Den værdiskabende bestyrelse*

- Bestyrelsen som et team: Det dynamiske samspil mellem ejer, bestyrelse og direktion
- Bestyrelsens arbejdsform og arbejdets praktiske tilrettelæggelse
- Rolle- og interessekonflikter i bestyrelsen: Hvordan håndteres de?

Undervisningen foregår på Syddansk Universitet i Odense, Campusvej 55, 5230 Odense M

Pris: 15.000,-

Underviser: [Jesper Strandskov](#), Institut for Marketing og Management