



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

Utvärdering av utbildning på grundnivå och avancerad nivå 2019

*Uppföljning av Internationella
marknadsföringsprogrammet*

Dnr: L 2018/162
Dokumenttyp: Beslut
Beslutsfattare: Forsknings- och utbildningsnämnden
Beslutsdatum: 2024-03-04



Ärendets hantering

Forsknings- och utbildningsnämnden (FUN) beslutade den 13 juni 2019 (dnr L 2018/162) att ge det samlade omdömet ifrågasatt kvalitet för Internationella marknadsföringsprogrammet. I enlighet med riktlinjerna för utvärdering av utbildning på grundnivå och avancerad nivå (dnr L2018/50) arbetade akademien för företagande, innovation och hållbarhet (FIH) under hösten 2019 fram en åtgärdsanalys som FUN ställde sig bakom med beslut om att akademien skulle återkomma med en åtgärdsredovisning.

Akademien inkom med åtgärdsredovisning 12 juni 2020. Åtgärdsredovisningen hanterades av FUN:s utskott hösten 2020. Utskottet och FUN efterfrågade under hösten kompletterande redogörelse från akademien till åtgärdsredovisningen och dialog fördes även med akademien. Trots kompletterande redogörelse bedömde FUN att Internationella marknadsföringsprogrammets åtgärder för att korrigera brister och utvecklingsområden i utbildningen inte säkerställde att utbildningen uppfyllde kraven för Hög kvalitet, varpå rektor förslogs att utbildningen skulle pausas och utgå ut utbildningsutbudet 2021/2022 (dnr L 2018/162). Rektor beslutade 8 mars 2021 att Internationella marknadsföringsprogrammet utgick från utbildningsutbudet 2021/2022 (dnr L 2020/85).

Efter beslutet fortsatte akademins utvecklingsarbete och forsknings- och utbildningsnämnden begärde att en ny åtgärdsredovisning skulle inkomma senast 30 november 2021. Åtgärdsredovisning inkom till utsatt datum. Ny åtgärdsredovisning tillsammans med reviderad programbeskrivning, utbildningsplan och kursplaner skickades därefter till externa sakkunniga för bedömning. Sakkunniga inkom med utlåtande 15 februari 2022.

Av utlåtandet framgår att den arbetsgrupp som tillsatts på FIH för att utveckla utbildningen har tagit fasta på flertalet av de brister och utvecklingsområden som lyftes i utvärdering 2019, många förbättringar har initierats och genomförts. De sakkunniga konstaterar att det finns ytterligare utrymme för förbättring men sammanfattningsvis framkommer det att sedan utvärderingen 2019 har Internationella marknadsföringsprogrammet genomgått ett positivt förändringsarbete. Förändringsarbetet kan dock inte antas vara slutfört utan ett kontinuerligt utvecklingsarbete måste ligga till grund för att programmet ska stå sig starkt över tid.

Utlåtandet delades efter att det inkommit med akademien som uppmanades att återkoppla med sin syn på utlåtandet. Återkoppling efterfrågades på utlåtandet i sin helhet men särskilt för de delar där sakkunniga i utlåtandet angett att de inte hade kunnat göra en bedömning utifrån tillgängliga underlag. Akademien återkopplade 18 februari.

Forsknings- och utbildningsnämnden beslutade 2022-03-10 att de gör den sammantagna bedömningen att vidtagna åtgärder ger tillräckliga förutsättningar för att besluta att Internationella marknadsföringsprogrammet ska erhålla omdömet Hög kvalitet med förbehåll och att rektor kan föreslås att utbildningen ingår i utbildningsutbudet 2022/2023 med antagning till höstterminen 2022.

Forsknings- och utbildningsnämnden beslutade att akademien för 2023 och 2024 ska återkoppla till nämnden med en lägesrapport av utbildningens utvecklingsarbete, med utgångspunkt inom ramen för den årliga uppföljningen. Utbildningen ingår i övrigt i ordinarie utvärderingscykel och utvärderas nästa gång vårterminen 2025.

Åtgärdsarbetet har hanterats inom ramen för det årliga uppföljningssystemet för utbildning på grundnivå och avancerad nivå. Akademin har inkommit med en redovisning tillsammans med de senaste två årens uppföljningsrapporter. Vid forsknings- och utbildningsnämndens sammanträde 2023-02-06 gjordes en första återkoppling och uppföljning.

Uppföljningen bygger på programmets handlingsplan som togs fram efter utvärderingsomgången 2019. Följande brister identifierades:

1. Progression mellan kurser på programmet
2. Utbildningsplanens ”moderna marknadsföring” reflekterades inte i kursutbud och kurslitteratur, uppdatering av innehåll på programmet efterfrågades. Särskilt lyfts avsaknad av digitalisering, men även kopplingen till försäljning, innovationer och strategi.
3. Hur syns arbetet med hållbar utveckling/ jämställdhet/ internationalisering och källkritik i kursplanerna och i examinationer? Analysera, motivera och gör en plan för förändring i kursplaner.
4. Ställ ökade krav tidigare i programmet, t.ex. med avseende på tempo, självständighet, artikelsökning, problemlösning, operationalisering, och kritiskt förhållningssätt.
5. Utveckla tydliga rutiner för individuell betygsättning vid grupparbete.
6. Skapa ökat engagemang och intresse för att undervisa på programmet bland involverade lärare.
7. Tydliggör vilka examinationsformer som används för att examinera olika lärandemål, samt var konsekventa i benämning av examinationsformerna.

Följande utvecklingsområden identifierades:

1. Tydliggör forskningsanknytningen i varje kurs. Särskilt:
 - Införa vetenskapliga artiklar i samtliga kurser.
 - Utforma projektarbeten som möjliggör att studenterna tränar sin förmåga att självständigt lösa problem.
 - Systematiskt diskutera vetenskaplig metod i samtliga kurser.
 - Införa opponering som del av seminarieserier.
2. Mer frekventa programråd, förslagsvis två programråd per år.
3. Förtydliga och kommunicera programmets ”Common Core”.
4. Fortsatt arbete med programbeskrivning inför programutvärdering VT-25.
5. Åtgärdsredovisning ska rapporteras i årliga programuppföljning

Därtill framgick det även rekommendationer och råd för programmet att beakta.

Bedömning inför förslag till beslut

Akademins underlag indikerar att utbildningen tagit till sig av utvärderingsresultatet och omsatt det i handling. Akademin underlag visar att utbildningen korrigerat flertalet av de sju bristerna som identifierats och att det som kvarstår är av mer långsiktig karaktär och som även påverkas av akademin utvecklingsarbete kring olika perspektiv.

Avseende de fem utvecklingsområdena är flera genomförda, medan ett par finns kvar som utvecklingsområden såsom punkt 3 avseende programmets Common core. I underlaget tydliggörs det vilket utvecklingsarbete som genomförts och vad som kvarstår.

I uppföljningsrapporterna går det att följa hur programmet de senaste två åren beaktat och arbetat med bristerna och utvecklingsområdena som lyfts i utvärderingen i det löpande kvalitetsarbetet. I årets programuppföljningsomgång går det att utläsa hur utvecklingsarbetet bedrivits men också vilka resultat som åstadkommit. Här kan man bland annat utläsa att resultatet i sistaårskäten visar att 83% av studenterna är sammantaget nöjda med utbildningen i jämförelse med 73% under 2022 (och 59% under 2021). Tendensen för programmets kvalitetsarbete är positivt, vilket indikatorerna i uppföljningssystemet visar liksom kursvärderingsresultat. Här har programledningen och kollegiet gjort ett adekvat och ändamålsenligt utvecklingsarbete, ett arbete som fortsatt behöver fortgå för att skapa en god kvalitetskultur. Avseende kursvärderingar finns ett fortsatt utvecklingsarbete kring kommenterandet av kursvärderingsresultat och kursanalyser som är fortsatt lågt och detta är något som är viktigt att kollegiet arbetar vidare med.

Beslut

Forsknings- och utbildningsnämnden gör den sammantagna bedömningen att vidtagna åtgärder ger tillräckliga förutsättningar för att hög kvalitet i utbildningen ska kunna säkerställas. Forsknings- och utbildningsnämnden beslutar att omdömet för Internationella marknadsföringsprogrammet ändras från Hög kvalitet med förbehåll till Hög kvalitet.

Beslutet i original och relaterade dokument finns i diariet under dnr L 2018/162 och går att få genom att kontakta registrator@hh.se eller funkansli@hh.se.