

EMNEBESKRIVELSE

VEK2100 Vekststrategi

1. Studium/studier	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling (KIF)
2. Studieår/semester	2. studieår/3. semester
3. Studiepoeng	20
4. Emneansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	100 timer
6. Anbefalte forkunnskaper	Gjennomgått emnet <i>FUI1100 Forretningsutvikling og innovasjon</i> 1. studieår.
7. Mål	Målet med emnet er at studentene får et helhetlig perspektiv på strategi og forretningsutvikling med vekt på vekstutfordringer
8. Innhold	Emnet gir studentene et helhetlig perspektiv på strategi og forretningsutvikling. Det fokuseres især på den markedsrelaterte utviklingsstrategien knyttet til innovasjoner i vekstfasen. Fokus blir prosjekter som endrer verdiskapning for kunden og ut fra dette må klare å overskride reglene for den etablerte konkurranse i markedet. Emnet legger vekt på å konkretisere ulike strategiske valg, samt gjennomføring av nødvendige analyser av organisasjonens omgivelser og forutsetninger.
9. Gjennomføring	Undervisning gjennomføres som en blanding av forelesninger og studentpresentasjoner. Studenten må påregne en betydelig arbeidsinnsats mellom forelesningene i forbindelse med analyse av forutsetninger for utvalgte konkrete innovasjonsprosjekter fra virkeligheten.
10. Evaluering	Prosjektoppgave som leveres i grupper på 3 studenter. Oppgaven utleveres tidlig i semesteret og innleveres ved slutten. Det gis veiledning på avtalte tidspunkt gjennom hele semesteret. Oppgaven teller 100 % av karakteren i emnet. En individuell 3-timers eksamen som vurderes til bestått/ikke

	bestått. Individuell eksamen må bestås for å få karakter i emnet.
11. Pensumlitteratur	<p>Ind, Nicholas og Cameron Watt. 2004. <i>Inspiration: capturing the creative potential of your organisation</i>. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN: 1403920583 (173 s.) Pris: 349,-</p> <p>Mintzberg, Henry, Joseph Lampel og Bruce Ahlstrand. 2009. <i>Strategy safari: the complete guide through the wilds of strategic management</i>. 2nd ed. Harlow: FT/ Prentice Hall. ISBN: 978-0-273-71958-8 (441 s.) Pris: 349,-</p> <p>Moore, Geoffrey A. 2002. <i>Crossing the chasm: marketing and selling high-tech products to mainstream customers</i>. Rev. ed., <i>HarperBusiness Essentials</i>. New York: HarperCollins. ISBN: 978-0-06-051712-0 (227 s.) Pris: 189,-</p> <p>Prahalad, C. K. og Venkat Ramaswamy. 2004. <i>The future of competition: co-creating unique value with customers</i>. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. ISBN: 9781578519538 (257 s.) Pris: 219,-</p> <p>Roos, Göran, Georg von Krogh, Johan Roos og Lisa Fernström. 2005. <i>Strategi: en innføring</i>. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN 82-450-0301-8 (371 s) Pris: 432,-</p> <p>Verde, Patrick, red. 2009. <i>Kompendium : vekststrategi</i>. Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania. (ca 250 s.) Pris: ca 200,-</p> <p>Kompendium : vekststrategi inneholder:</p> <p>Chung-Shing Lee. 2001. An analytical framework for evaluating e-commerce business models and strategies. <i>Internet Research</i> 11 (4):349 - 359.</p> <p>Clemons, Eric K. og Michael C. Row. 1991. Sustaining IT advantage: the role of structural differences. <i>MIS Quarterly</i> 15 (3):275.</p> <p>Ind, Nicholas og Cameron Watt. 2006. Brands and breakthroughs: how brands help focus creative decision making. <i>Journal of Brand Management</i> 13 (4/5):330.</p> <p>Mintzberg, Henry. 1998. The five P's for strategy. I H. Mintzberg, J. B. Quinn og S. Ghoshal (red) <i>The strategy process</i>, London: Prentice Hall. s. 13-21.</p> <p>Porter, Michael. 1998. How competitive forces shape strategy. I</p>

	<p>H. Mintzberg, J. B. Quinn og S. Ghoshal (red) <i>The Strategy process</i>. London: Prentice Hall. s. 60-68.</p> <p>Prahalad, C. K. og Gary Hamel. 1998. The core competence of the organization. I H. Mintzberg, J. B. Quinn og S. Ghoshal (red) <i>The strategy process</i>. London: Prentice Hall. s. 82-90.</p> <p>Walsh, Steven T., Bruce A. Kirchoff og Scott Newbert. 2002. Differentiating market strategies for disruptive technologies. <i>IEEE Transactions on Engineering Management</i> 49 (4):341.</p> <p>NB!</p> <p>Studentene mottar i tillegg en artikkel og et case ved semesterstart. Disse trykkes opp av forfatterne:</p> <p>Dahle Yngve og Patrick Verde. 2009. Et case.</p> <p>———. 2009. Suksesskrav til innovative forretningskonsepter innen Software as a Service. <i>Praktisk økonomi og finans</i>, Juni : 12 sider</p> <p>Totalt sidetall – all litteratur inkl kompendiet - ca 1300 sider.</p>
12. Anbefalt litteratur	Kim, W. Chan og Renée Mauborgne. 2005. <i>Blue ocean strategy: de nye vinnerstrategiene</i> . [Oslo]: Damm. 82-04-11158-4