

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. Læringsmål	<p><u>Kunnskapsmål:</u> Studentene skal tilegne seg innsikt i forskjellige forståelser av hva strategi er og ut fra dette utvikle et helhetlig perspektiv på strategi. Studentene skal i særdeleshet tilegne seg en forståelse av forutsetninger for vekst.</p> <p><u>Ferdighetsmål:</u> Studentene skal lære å gjennomføre forretningsmessige vurderinger av alternativer og markedsmessige forutsetninger for vekst</p> <p><u>Holdningsmål:</u> Studentene skal tilegne seg verdien av systematisk analyse som en del av strategisk utvikling.</p>
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. Vurdering	Gruppebasert vurdert mappe med tre innleveringer som til sammen teller 40 % av karakteren i emnet. Individuell skriftlig eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur	<p>Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand og Joseph Lampel. 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: 385,-.</p> <p>Moore, Geoffrey A. 2002. <i>Crossing the chasm : marketing and selling high-tech products to mainstream customers</i>, rev. ed., HarperBusiness Essentials. New York : HarperCollins. ISBN: 978-0-06-051712-0. (227 s.) Pris: 165,-.</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: 202,-.</p> <p>Normann, Richard. 2001. <i>Reframing business : when the map changes the landscape</i>. Chichester : Wiley. ISBN 978-0-471-48557-5. (336 s.) Pris 360,-.</p> <p>Kompendium for VEK2100 Vekststrategi selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</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>Lee, Chung-Shing. 2001. An analytical framework for evaluating e-commerce business models and strategies. <i>Internet Research</i> 11 (4):349 - 359.</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 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. Kirchhoff og Scott Newbert. 2002. Differentiating market strategies for disruptive technologies. <i>IEEE Transactions on Engineering Management</i> 49 (4):341.</p> <p>Totalt sidetall – all litteratur inkl kompendiet - ca 1450 sider.</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Dahle, Yngve, Patrick Verde og Sjur Dagestad. 2010. <i>Vekstbedriften</i>. Oslo : Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-150-1648-1.</p> <p>Kim, W. Chan og Renée Mauborgne. 2010. <i>Blue ocean strategy : de nye vinnerstrategiene</i>, 2. utg. [Oslo] : Cappelen Damm. 978-82-02-32193-2.</p>