



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2007/2008

## NVH 2603 Internasjonalisering av varehandelen

### Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (3. år)

### Kursansvarlig

Arne Nygaard

### Institutt

Markedsføring

### Semester

Se studieplan for aktuelt studium

### Studiepoeng

6

### Undervisningsspråk

Norsk

### Mål

Målet med kurset er å gi studentene grunnleggende forståelse for de utfordringer som handelsnæringen stilles overfor mht. internasjonalisering av næringen. Basert på teori og empiri vil studentene lære seg å analysere handelsbedrifters strategivalg i en verden der globalisering i økende grad gjør seg gjeldende. De vil videre få innsikt i spesielle trekk ved varehandelen i ulike deler av verden: (Europa, Nord Amerika, Asia).

### Forkunnskaper

2 år med bachelorstudier fra BI eller tilsvarende

### Obligatorisk litteratur

#### Bøker:

Dawson, John, Roy Larke and Masao Mykoyma. 2006. Strategic issues in international retailing. London : Routledge

#### Artikkelsamling:

Ulf Chr. Ombustvedt. 2006. Artikkelsamling til Internasjonalisering av varehandelen. Oslo: Handelshøyskolen BI. (Tre-fire artikler fra ulike tidsskrifter)

### Anbefalt litteratur

#### Bøker:

Bruce, Margaret, Christopher Moore, Grete Birtwistle. 2004. International retail marketing : a case study approach. Amsterdam : Elsevier Butterworth Heinemann

Howe, Stewart, ed. 2003. Retailing in the European Union: Structures, competition and performance. London: Routledge

Sternquist, Brenda. 1998. International retailing. New York : Fairchild Books

### Emneoversikt

- Internasjonale rammebetingelser
- Økonomiske, handelspolitiske og kulturelle rammebetingelser
- Internasjonal ekspansjon for varehandelsbedrifter
- Teoretiske forklaringer på internasjonalisering av varehandelen
- Internasjonaliseringsprosessteori
- Økonomiske forklaringsmodeller
- Inward/outward internasjonalisering
- Sourcing i internasjonale markeder – leverandør-detaljistrelasjoner
- Strategi for internasjonal ekspansjon
- Franchising/licensing, Oppkjøp, "Greenfield", Strategiske allianser.
- Butikktyper, Butikken som merkevare
- Global og lokal branding
- Case fra varehandelen

- Global bransjeforståelse - Internasjonalisering av varehandelen
- Varehandel i Europa
- Varehandel i Nord-Amerika
- Varehandel i Asia
- Oppsummering

### **Dataverktøy**

### **Gjennomføring**

Kurset gjennomføres med forelesninger, gruppearbeid, presentasjoner og internet-søk, i alt 36 klassetimer.

### **Eksamen**

Kurset har prosessevaluering og studentene evalueres med en prosjektoppgave med fokus på strategiutvikling i internasjonale markeder som teller 60 % av karakteren. Prosjektoppgaven skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter. I tillegg arrangeres en to-timers eksamen uten hjelpemidler, som teller 40%. Begge eksamenene må bestås for å få karakter i kurset.

### **Eksamenskode(r)**

NVH 26031 - Prosesseksamen som teller 100 % for å få karakter i kurset NVH 2603 Internasjonalisering av varehandelen.

### **Hjelpemidler til eksamen**

Prosjektoppgave alle hjelpemidler.  
Eksamen ingen hjelpemidler.

### **Kontinuasjon**

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.