

1983 / 84

## Innhold

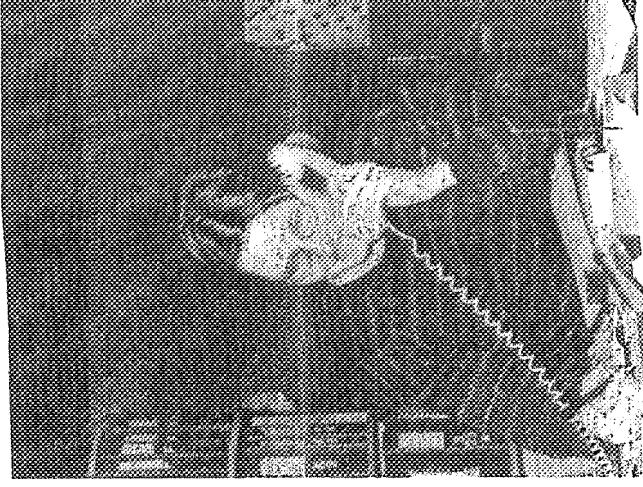
Side

Handelsakademiet .....	4
Målsetting .....	5
Hjem kan få utdannelse ved Handelsakademiet? .....	6
Praktiske opplysninger .....	7
Studiets gjennomføring .....	8
Timetordisning .....	9
Fagkretsoversikt .....	10
Beskrivelse av de enkelte fag: .....	12
Markedsføring .....	13
Bedriftsøkonomi .....	14
Forretakledelse .....	16
Elektronisk databehandling (EDB) .....	18
Langtidsplanlegging .....	18
Matematikk .....	19
Næringspolitikk .....	20
Operasjonsanalyse .....	21
Rettslære .....	22
Sosialøkonomi .....	23
Statistikk .....	24
Personaladministrasjon .....	24
Engelsk/tysk .....	25
Skriftlige oppgaver .....	25
Diplomoppgave .....	26
Eksamensordning .....	27
Konsentrat oversikt over faglitteraturen .....	28
Foredræsere ved Handelsakademiet .....	28
Videregående skoler i USA .....	30
Fremtidsutskiter .....	31
Handelsakademiets Studentforening (HS) .....	32
og AIESEC .....	33
Studentmiljø .....	34
Studentrådet (SRI)/Faglige Assisterenter .....	34
Norske Håndelsøkonomers Forening (NHF) .....	35
Organisasjonskart over Handelsakademiet .....	36
English Summary .....	38



Oslo 2. Tr. 1160 OS

# Handelsakademiet



## Målsetting

Handelsakademiet tilbyr 4-årig høyskoleutdannelse i økonomisk/administrative fag. Utdannelsen fører frem til Handelskommisjonær. Handelsakademiet tilbyr også korte managementseminarer for næringslivet.

Handelsakademiet holder til i Apolloniasenteret, Vest-Vika i Oslo. Beliggenhet er sentral i forhold til Universitetet og Universitetsbiblioteket.

Handelsakademiet er en privat handelshøyskole som drives på «non-profit»-basis.  
Studiedirektør Torgeir Røst er hovedansvarlig for det faglige og administrative opplegg ved Handelsakademiet og er den øverste daglige leder. Han er direkte underlagt Handelsakademiets styre som han også er medlem av.  
Studieleder Anne Valera Diesen er direkte underlagt studiedirektøren og er ansvarlig for studieplanlegging, informasjon og administrativ utvikling.

Det daglige Råd er et følgende organ for studiedirektøren og står sentralt i utformingen av retningslinjene for undervisning, fagkrets og pensum.  
Det daglige råd er i 1983 sammensatt slik:

- Økonomisjef Per Christensen (formann)
  - Adm. dir. Tore Moritz Larsen
  - Utdanningsleder Tor Kobbstrand
  - Viseadm. dir. Wilhelm Meyn
  - Student Ingrid Hætta (studentenes representant)
  - Siv.øk. Roar Lien (representant for foreleserne)
  - Konsulent Stellan Jøhne (representant for Norske Handelskonomers Forening)

Handelsakademiet har et velfundert og moderne teoretisk grunnlag. Handelsakademiet legger imidlertid vekt på at studiebudgettet er sterkt praktisorientert, noe som gir seg utslag i fagplan, undervisningsmetoder og sammensetningen av forlesere.

I tillegg til den rent teologiske målsettingen er det Handelsakademets oppgave å legge forholdene til rette for at studentene får en fordypt egenkennelse for seg selv og det samfunn de lever i. Handelsakademiet skal være med på å forme personligheter som kan virke som effektive problemhøstere innen næringslivet og de offentlige etatene.

Handelsakademiet ser det som et mål å rekruttere teoretisk velskolerte forelesere som har stilt virke i aktivt bedriftsmiljø eller offentlig administrasjon slik at de teoretiske modeller kan bli presentert i relasjon til praksis.

Studenttallet skal være maksimalt 800. Det begrensede studenttallet gjør det mulig å operere med en stor grad av fleksibilitet i studieopplegg og økaklusivitet i utvalg av forelesere.



Formann i HS Made Lund

## Hvem kan få utdannelse ved Handelsakademiet?



Alle som vil studere ved Handelsakademiet, må ha eksamen fra tre-årig videregående skole (examens artium, økonomisk gymnas eller tilsvarende).

Handelsøkonomistudiet er beregnet for

- personer som vil begynne på et høyere økonomisk/administrativt studium etter tre-årig videregående skole eller tilsvarende utdannelse.
- personer med nødvendige forutdannelse som i sitt faste arbeid har behov for å gjennomføre en økonomisk/administrativ videreutdannelse for å kvalifisere seg for ledende stillinger.

Oppslaget av studenter ved Handelsakademiet er basert på en samlit vurdering av følgende forhold:

- karakterene fra den videregående skole (spesielt hovedfagene) eller tilsvarende utdanning.
- resultater fra eventuell annen tilleggs-utdannelse.
- relevant praksis (inklusive arbeid i sommerferiene og avtjent verneplikt).
- utenomaktiviteter fra ungdomsskola og gymnas (foreningstilbehold o.l.).

Sektere som har gjennomført et økonomisk/administrativt studium ved Økonomisk College eller en distriktskole, kan etter søknad oppnås som studenter ved Handelsakademiet på spesielle vilkår.

## Praktiske opplysningser

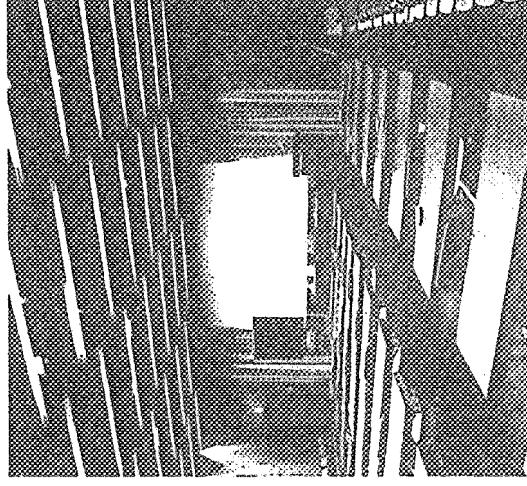
Ale som vil etter hvert semester dersom meddelelsen gis i  
Studiesesjonen Apollonia, Kronprinsens gt. 9, Oslo 2.  
Saknadskjema er vedlagt studieplanen, men vil også bli til-  
sendt ved henvendelse til kontoret i telefon (02) 11 00 88.  
Studiearet består av et høstsemester og et Vårsemester.  
Høstsemesteret varer fra ca. 1. september til ca. 20. desember.  
Vårsemesteret varer fra ca. 5. januar til ca. 15. juni.  
Forkurs arrangeres i august (se veileddning i saknadskjede-  
maj).

Handelsakademiet holder til i trivellige, moderne lokaler i  
Saknadskjema er vedlagt studieplanen, men vil også bli til-  
sendt ved henvendelse til kontoret i telefon (02) 11 00 88.  
Studiearet består av et høstsemester og et Vårsemester.  
Høstsemesteret varer fra ca. 1. september til ca. 20. desember.  
Vårsemesteret varer fra ca. 5. januar til ca. 15. juni.  
Forkurs arrangeres i august (se veileddning i saknadskjede-  
maj).

I henhold til lov av 8. mars 1970 om tilskudd til private skoler  
er Handelsakademiet lovligget statsstøttet. Detta er tatt  
hensyn til ved fastsettelsen av avgiftene ovenfor.  
Studentene får studielån og stipend i Statens lånekasse for  
utdanning.

Det er et begrenset antall studenter som kan tas opp. Opp-  
takskomiteen avholder månedlige opptaksmøter fra begyn-  
nelsen av mai. Komiteens liste måtte holdes i slutten av juli.  
Saknadsfristen er 20. juli.

Enhver bekrefret søknad er bindende såfremt Handelsakade-  
miet ikke for 15. august mottar beskjed om at søkeren  
er trukket tilbake. Studenter som er tatt opp, men som ikke  
møter i sammensetningen og ikke har trukket sin søknad tilbake,  
må betale et gebyr på kr. 1000,—. Innmeldingen binder studen-  
ten for ett semester av gangen. Studenten har anledning til



Auditorium nr. 1.

Å melde seg ut etter hvert semester dersom meddelelsen gis i  
rekommandert brev senest 15. august og 1. januar.  
Man forbinder seg rett til å foreta forandringar av studie-  
opplegg og avgifter.

## Studiets gjennomføring

Ved begynnelsen av hvert studieår vil det bli holdt orienterende møter om studiet for de nye studenter. Dessuten vil man i enhver id kunne få informasjon ved å henvende seg til Handelsakademiets kontor pr. telefon, skriftlig eller ved personlig besøk.

For de av studentene som ikke har tilfredsstillende bakgrunn i matematikk eller regnskap, vil det bli arrangeret for-kurs før studiets begynnelse. For sistnevnte gruppe er for-kurset (i regnskap) obligatorisk dersom tilfredsstillende for-kunnskaper ikke kan dokumenteres. Nærmere orientering om forkursene vil bli sendt ut sammen med bekreftelse på opptak.

Undervisningen er lagt opp slik at det i første del vil bli gitt oppleining i de metoder og begreper som er nødvendige, mens senere deler av studiet vil konsekvente mer om å anvende begrepsapparatet ved forskjellige analyser. Forutsetning for en god prosjøen er at man blir fortrolig med dette begrepsapparatet tidlig i studiet, eksempelvis gjennom fagene matematikk, statistikk og bedriftsøkonomi.

Erfaringer viser at nye studenter ikke alltid har tilstrekkelig trening i teknikksystematisk eller i å uttrykke seg skriftlig og muntlig. Det anbefales derfor at studentene som supplerer til forelesningene leser en lærebok i logikk, f.eks. en av de som nytes til forberedende prøve ved Universitetet. Ved eksamen kan fremstillingsevnen bli avgjørende.

I begynnelsen av hvert semester vil de respektive forelesere informere om fagrets innholdet i de enkelte fag, og også informere om hovedsaklig knytte seg til den litteratur som er innstilt i litteraturoversikten på side 28 i denne studieplanen. Oversikten over eksamensordningen på side 27 viser når eks-

samen vil bli holdt og hvorledes den vil bli avviklet. Selv om eksamensoppgavene vil bygge på pensum, vil det spesielt i de analytiske fag bli gitt oppgaver som refererer til aktuelle problemstillingar. Her vil det i stor grad bli lagt vekt på evnen til å kunne benytte dei innleirede begrepsapparatet til å resonnera seg frem til en løsning.



Gruppearbeid — praktiskorientert case-learning

## Timefordeling

FAG	1. år semestert 2.	2. år semestert 4.	3. år semestert 6.	4. år semestert 8.
Bedriftsøkonomi	I 4t.	I 4t.	II 4t.	III 4t.
Elektronisk databehandling (EDB)	I 4t.			IV 4t.
Foretakselektoso	I 2t.	I 2t.	II 2t.	III 2t.
Langtidsplanlegging				
Markedsføring	I 2t.	I 2t.	II 2t.	III 2t.
Matematikk	I 4t.	I 4t.		IV 4t.
Næringspolitikk			I 2t.	I 2t.
Operasjonsanalyse		I 3t.	II 3t.	
Personaleadministrasjon			I 2t.	I 2t.
Rettssøvare	I 2t.	I 2t.	II 4t.	
Sosiale økonomi		I 2t.	II 3t.	III 3t.
Statistikk	I 2t.	I 3t.	II 3t.	
Engelsk/Tysk			I 2t.	I 4t.
Diplomoppgaveveiledning				IV.
SUM timer pr. uke	20	19	21	18
Antall tøg	7	7	7	7
Antall skreamonat	1	7	2	1

# Fagkratsoversikt

FAG	Hva fagene døkter. Kort oversikt.*
BEDRIFTSØKONOMI	<ul style="list-style-type: none"> <li>I Kostnadsøkt, kalkulasjon, Industrifinansiering, regnskapssanalyse og åroppgjør.</li> <li>II Aktsjeløft, praktisk skatterett, selskapsstatistikk, investering og finansiering.</li> <li>III Budsjetting, intern kontroll, konsern, inflasjonsregnskap, funksjonsregnskap og anvendt finansieringsteori.</li> <li>IV Introduksjon til EDB, operativsystem og auditor, programmering, hjelpeprogrammer, datakommunikasjon, teknologiutvikling, databaseer og anvendelse av områder i næringslivet.</li> </ul>
ELEKTRONISK DATABEHANDLING (EDB)	<ul style="list-style-type: none"> <li>I Organisasjonsbegrepet. Organisasjonsanalyse. Organisasjonsutvikling, konflikter, motivasjon m.v.</li> <li>II Informasjon- og systemteori.</li> <li>III Generell ledelse. Strategisk ledelse.</li> <li>IV Integrerende casestudier, spesialiseringsemner innen uligge områder.</li> </ul>
LANGTIDSPLANLEGGING (LTP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>I Bedrifters langsigelige tilpassning til omstillingen. Fremtidsstudier, modeller for strategiomformulering og analysen. Strategisk organisasjonsutvikling og innovasjon.</li> <li>II Systemer for innferdig og organisering av LTP-arbeidet.</li> <li>III Case studier.</li> <li>IV Integrerende casestudier. Blokkeminner, Differensial- og integrativergrunnlag.</li> </ul>
MATEMATIKK	

\*Førtid so beskrivelsen av do omkring 1og på sidene 12–25 og egen publikasjon. «Fagkratsoversikt»

FAG	Hva fagene døkter. Kort oversikt:
NÆRINGS POLITIKK	Gjennomsliggende politikk. Næringslivets rammebedriftsgjøser. Økonomien. Konkrete næringss-økonomiske problemstillinger/rettede. Metoder for løsning av deterministiske og stokastiske problemer. Anvendt operasjonsanalyse. Case-studier. Personaleadministrativt utviklefunn.
PERSONALADMINISTRASJON	Personalturfliner. Arbetsmiljø og samarbeidsstørhold. Samfunnsmiljø. Lover og avtaler i arbeidslivet. Rettssystemet. Personrett, Avtalerett, Skatterett, Kjøparett, Erstatningsrett, Obligasjonsrett. Sivilprosas. Trangstillsbyrdet og konkurs. Selskapsrett, Arbeidssett.
RETTSLÆRE	Markedsføringsrett. Panterett og omsetning av fast eiendom. Innfering i mikroøkonomi. Produktions-, konsumtions- og markedsretten. Makroøkonomiske emner, Verkstoffer, valuta- og kreditpolitikk og finanspolitikk. Basertvendt statistikk. Sammenhengsregning. Utvalgsretten. Estimering. Hypotesesprøving. Regresjon. Variansanalyse. Ikke-parametriske metoder. Tidsserieanalyse. Utvalgsundersøkelsen.
SOSIALKONOMI	Behandling av aktuelle økonomiske og politiske emner fra do to land. Metodistikk. Empiriske underorddelser.
STATISTIKK	
MÅRKEDSFØRING	
ENGELSK OG TYSK	
DIPLOMOPPGAVEVEILEDNING	

11

## Beskrivelse av de enkelte fag

## Markedsføring

Før å bli effektive problemlosere som kan innha ledende stillinger innen næringslivet og offentlige statuer, er det en forutsetning at studentene blir gitt en bred og tverrfaglig undervisning. Med utgangspunkt i hovedfagene bedriftsskonomi, forretakslede og markedsføring vil Handelsskolen i utpreget grad formidle studentene et systematisk nethetsinnsynskikk av det økonomiske/administrative fagområdet.

For å oppnå en helhetsthorstelse for avhengigheten og samspillet mellom de forskjellige komplekse, psykologiske, sosiale, teknologiske, økonomiske og ekologiske samfunnsprosessene, er det nødvendig å gi undervisning i en rekke samfunns- og metodefag.

På de kommende studier vil det bli gitt en kortfattet redegjørelse for hva forelesningene dekker i de forskjellige fag, henlikten med beskrivelsen er å gi studentene et innblikk i mættningen for de enkelte fag og oversikt over hvilke emner det vil bli undervist i.

Som en følge av fagenes uensartethet er det tatt sikte på å gi hvert fag en så individuell beskrivelse som mulig. De fleste fag dekker i dag så mange «delområder» at det undervisningsmessig har vært nødvendig å dele opp fagene i II osv.

I undervisningen vil det bli gitt «cases» til analyse, og man legger stor vekt på læringen av disse. Ved selv å arbeide seg gjennom problemområdene, oppnår man best kunnshap i fagene.

### Markedsføring I

Undervisningen tar sikte på å gi studentene kunnskaper om moderne markedsføring, dets midler og metoder. Gjennom konkrete problemstillinger søker man å utvikle studentenes evner til å identifisere og analysere problemer, finne handlingsalternativer og så ta beslutninger. Studentene stimuleres til sterkt mulig egenaktivitet. Faget er i kontinuerlig utvikling og for tiden inndekk i følgende områder:

- Markedsføring I
  - Konsumertrening
  - Markedsføringssett
  - Innkjøp
  - Elektroniske media
  - Radio/TV-reklame
  - Forskning og utvikling
  - Internasjonalisering
- Forelesningene i Markedsføring I søker å gi studentene en bred oversikt over markedsføring. Man forsøker i førstes rekke å stape et grunnlag for en videre fordybelse i fagområdet. Forelesningene behandler bl.a. følgende emner: Bedriften og omverdenen, rammebedingelsener, produktplanlegging, prissetting, kommunikasjon, personlig salg, distribusjon, planlegging og kontroll. Sentralt i denne delen er den såkalte «marketing mix».

### Markedsføring II

Forelesningene i Markedsføring II er en konkretisering av markedsføring I i praksis. Undervisningen er basert på læring av norske og utenlandske cases.

### Markedsføring III

Markedsføring III består av 7 seminarer: Markedsforskning, Reklame, Salgsorganisering, Markedsføring av dagligvarer, Industriell markedsføring, Eksportmarkedsføring, Markedsystemer og strategi, samt Konsumertrening.

### Markedsføring IV

Markedsføring IV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

## Beskrivelse av de enkelte fag

## Markedsføring

### Markedsføring I

Underveisningen tar sikte på å gi studentene kunnskaper om moderne markedsføring, dets midler og metoder. Gjennom konkrete problemstillinger søker man å utvikle studentenes evner til å identifisere og analysere problemer, finne handlingsalternativer og så ta beslutninger. Studentene stimuleres til sterkt mulig egenaktivitet. Faget er i kontinuerlig utvikling og for tiden inndekk i følgende områder:

- Markedsføring I
  - Konsumertrening
  - Markedsføringssett
  - Innkjøp
  - Elektroniske media
  - Radio/TV-reklame
  - Forskning og utvikling
  - Internasjonalisering
- Forelesningene i Markedsføring I søker å gi studentene en bred oversikt over markedsføring. Man forsøker i førstes rekke å stape et grunnlag for en videre fordybelse i fagområdet. Forelesningene behandler bl.a. følgende emner: Bedriften og omverdenen, rammebedingelsener, produktplanlegging, prissetting, kommunikasjon, personlig salg, distribusjon, planlegging og kontroll. Sentralt i denne delen er den såkalte «marketing mix».

### Markedsføring II

Forelesningene i Markedsføring II er en konkretisering av markedsføring I i praksis. Undervisningen er basert på læring av norske og utenlandske cases.

### Markedsføring III

Markedsføring III består av 7 seminarer: Markedsforskning, Reklame, Salgsorganisering, Markedsføring av dagligvarer, Industriell markedsføring, Eksportmarkedsføring, Markedsystemer og strategi, samt Konsumertrening.

### Markedsføring IV

Markedsføring IV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring V

Markedsføring V vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring VI

Markedsføring VI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring VII

Markedsføring VII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring VIII

Markedsføring VIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring IX

Markedsføring IX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring X

Markedsføring X vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XI

Markedsføring XI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XII

Markedsføring XII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XIII

Markedsføring XIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XIV

Markedsføring XIV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XV

Markedsføring XV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XVI

Markedsføring XVI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XVII

Markedsføring XVII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XVIII

Markedsføring XVIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XIX

Markedsføring XIX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XX

Markedsføring XX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXI

Markedsføring XXI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXII

Markedsføring XXII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXIII

Markedsføring XXIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXIV

Markedsføring XXIV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXV

Markedsføring XXV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXVI

Markedsføring XXVI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXVII

Markedsføring XXVII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXVIII

Markedsføring XXVIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXIX

Markedsføring XXIX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXX

Markedsføring XXX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXI

Markedsføring XXXI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXII

Markedsføring XXXII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXIII

Markedsføring XXXIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXIV

Markedsføring XXXIV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXV

Markedsføring XXXV vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXVI

Markedsføring XXXVI vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXVII

Markedsføring XXXVII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXVIII

Markedsføring XXXVIII vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXIX

Markedsføring XXXIX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.

- Konsumertrening
- Markedsføringssett
- Innkjøp
- Elektroniske media
- Radio/TV-reklame
- Forskning og utvikling
- Internasjonalisering

### Markedsføring XXXX

Markedsføring XXXX vil omhandle en rekke integrerende casestudier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminar

# Bedriftsøkonomi

Bedriftsøkonomi er læren om de faktorer og forhold i det økonomiske liv som virker inn på den enkelte bedrift.

I bedriftsøkonomien tar man opp de interna og eksternene økonomiske problemer som oppstår for bedriftsledelsen. En forsøker på grunnlag av de foreliggende data å komme med forslag til praktiske løsninger. Det første skritt er å forstå en situasjonsbedømmelse deretter foreta en analyse for så tilslutt å komme med alternativt forslag til løsning. Det kan bli satt utvillige som praktiske vurderinger en legger til grunn.

Det er vårt mål å la studentene få en innføring i hvordan de teoretiske metodene anvendes i praksis og hvilke resultater som kan oppnås.  
Beslutningsstøttesystemer som IPB og IFPS blir nå brukt i Bedriftsøkonomi og andre fag.  
Fagområdet er inndelt i fire hovedgrupper. Bedriftsøkonomi I–IV. Nedenfor er de sentrale områder innen gruppen sat opp.

1. Kostnadsteori, Kalkulasjon,
2. Industriøkonomi, Åsoppager,
3. Regnskapsanalyse, Åsoppager.

Bedriftsøkonomi I omfatter et meget stort fagområde og forelesningene gir kun en innføring. Det forutsettes at studenterne arbeider med stoffet på egen hånd i nedvendig utstrekning. Det må kunne karakteriseres som et modningsfag og vil uten tvil være tidkrevende.

Fagområdet er inndelt i fire hovedgrupper. Bedriftsøkonomi I–IV. Nedenfor er de sentrale områder innen gruppen sat opp.

Følgende områder blir behandlet:

1. Aksjeteorologi, Praktisk skatterett,
2. Selskapsteori, Sanering, fusjon, m.v.
3. Investeringsteori, Finansiering.

Den delen av skatteretten som påvirker bedriftenes strategi, vil her bli trukket inn, og studentene vil få en innføring i praktisk økonomisk strategi belyst ved aktuelle eksempler.

**Bedriftsøkonomi III**  
I Bedriftsøkonomi III blir de store selskapers situasjon behandlet. Man fortar seg selv interne som eksterne analyser og benytter disse til en total vurdering av bedriften. Del III bygger i stor grad på tidligere forelesninger i faget.

Det blir forelest i følgende emner:

Budslettering, konservregnskap, Intern kontroll, Inflasjonsregnskap/samfunnregnskap og anvendt finansieringsteori.

**Bedriftsøkonomi IV**

Bedriftsøkonomi IV vil omhandle integrerende case-studier. Det vil også bli holdt spesialiseringsseminarer innen bl.a.:

- Kreditvurdering
- Økonomisk ansvar
- Generasjonsansatte
- Økonomiske styringssystemer
- Bedriften i vanskelige tider

**Bedriftsøkonomi II**

Under innføringen i Bedriftsøkonomi II forutsetter at en behersker områdene innen Bedriftsøkonomi I. Det tas utgangspunkt i de ulike målsettinger for en bedrift og da faktorer i samfunnet som er med på å påvirke denne målsettningen. En betrakter den enkelte bedrifts strategi og vurderer de metoder som vil kunne benyttes for økonomisk planlegging. Studentene må selv bestemme rammen for de modeller som blir anvendt.

Følgende områder blir behandlet:

**Bedriftsøkonomi I**

Bedriftsøkonomi I gir en innføring i grunntekorien. Først gennomgår man metoder for løsning av forøkatsproblemer. Deretter vil studenten måtte se de enkelte områder i sammenheng, og etter hvert bli nødt til å sette opp sine forutsætninger for å komme fram til en totalanalyse. Etter først å bare en student kunne forta en grundig analyse av en bedrifts regnskap basert på foreliggende data og relevante forutsetninger. Forelesningene omfatter følgende områder:

## Foretakssleidelse

Foretakssleidelse bygger på et integrerende fagkonsept som skal gi studentene et helhetstsyn av hva det vil si å lede en bedrifftet foretak.  
Fagets gjennomføring og prosjeksjon er nøye avstemt i forhold til studiens øvrige fag.  
Faget omfatter bl.a. følgende forelesningsrekker:

### Foretakssleidelse I:

Foretakets rammebetegnelse

Foretaket som produktivt sosialt system

Foretakets ledelsesbegrep problemless-e-approach

Foretakets funksjonsområde

Systemteori og kybernetikk

Case-studier

Gruppe-dynamikk, kreativitet

Foretakssleidelse III:  
Informasjons- og systemanalyse  
Generell ledelse som funksjonsområde  
Strategisk ledelse

### Foretakssleidelse IV:

Integrende case-studier.

Spesialiseringssaminar innen bl.a.:

- Syrearbeit
- Forhandlingsteknikk
- Portfolio-management
- Prosjekt-styring
- Offentlig administrasjon
- Innovasjon
- Kvinner i ledelse
- Adm. av menneskelige ressurser
- Samfunnskontakt

### Foretakssleidelse II:

Organisasjonsbegrepet

Organisatoriske og administrative oppgaver

Organisasjonsstruktur

Tradisjonelle organisasjonslære-begreper

Organisasjonspsykologi

Organisasjons-sociologi

Innfering i organisasjonsanalyse

Organisasjonsforandringer, omdannelser etc.

Adm. rasjonalisering

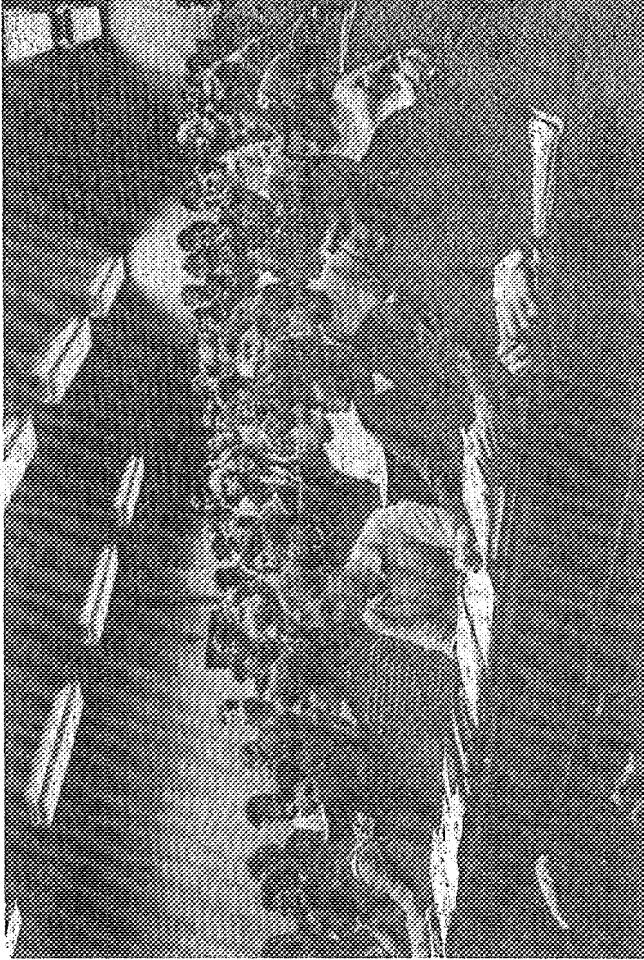
Organisasjonsutvikling

Styringssystem i organisasjoner.

Sammanhang organisasjon og budsjett

Konflikter — konfliktsømlinger

Motivasjon — miljø — produktivitet



Forelesning — Auditorium nr. 4.

## Elektronisk data-behandling (EDB)

### Lantidsplassering

**EDB I**  
Målsettingen med faget er å gi studentene en innføring i EDB samt ved praktiske øvelser få fremme forståelsen for hva EDB kan benyttes til. Det blir redogjort for grunnbegrepene i hvordan et moderne EDB-anlegg virker, bruk av operativsystem og Editor. Hoveddelen i faget er programmering. Gjennom forelesninger og praktiske øvelser tar man sikte på å sette studentene i stand til selv å programmere i et problemorientert språk. Studentene kører sine programmer på Handelsakademiets moderne PRIME Computer anlegg.

**EDB II**  
Studentene skal ved hjelp av teori og praktiske øvelser lære å utnytte hjelpprogrammer ved Handelsakademiets data-anlegg og søke i eksterne databaser. Emner som behandles er:

- Datakommunikasjon og fjerndatabehandling
- Organiseringen av en EDB-avdeling i en bedrift
- Valt, kjøp og leie av datatilsyrr
- EDB-kontrakter
- Datasystemer i arbeidslivet
- Datasikkerhet og datakriminalitet

Gjesteforelesere utdypar også spesielle emner fra ulike EDB-anwendelser i næringslivet. Bruken av EDB blir også integrert i en rekke andre fag, eks. bedriftsøkonomi og markedsstyring og i diplomoppgavearbeidet dersom det er ønskelig.

### Matematikk

Langtidsplanlegging (LTP) er et hjelpemiddel for bedriftsleidere til å få kvantifisert bedriftens fremtidige utvikling. Gjennom systematisk planlegging utvikles en integrert og langsigtig ramme for å gjøre de daglige beslutninger mer fremtidsrettet.

Det tas også sikte på å belyse problemer med innføring og oppstartning av LTP, og opplegg for organisering av datalpende planleggingsarbeidet. Handelsakademiet legger økt vekt på studiet av innovasjon og innovationsstrategier, prosjektutvikling og prosjektstydning. Prosjekttankogangen danner et naturlig bindledd mellom fremtidsskulen og strategiplanlegging. Det vil også bli lagt vekt på mer systematiske former for strategisk analyse, herunder kartlegging og vurdering av alternative strategier.

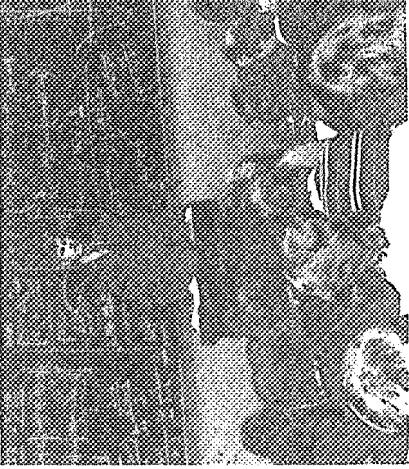
Dette sammen med det innledende studium av bedriftens langsigtige tilpassing til omgivelsene og fremtidsstudientikk vil ikke kan sies å utgjøre den viktigste avgrensningen av LTP i forhold til de øvrige fag. Det forutsettes her at man LTP tar fremtidssutdelteknikker og strategibegreper grundigere enn i andre fag dvs. at vi til en viss grad utvikler verktylene for de senere deler av foretaksteknologien, slik at disse kan bli mer beslutnings- og case-orienterte.

Målsettingen med faget er å gi kunnskaper som er nødvendig for en tilfredsstillende forståelse av studiets øvrige kvantitative fag.

Faget omfatter differensial- og integraregning, elastisitetsregning og determinantrregning.

Forelesningene går for en stor del ut på å tillegne seg regneteknikk, og dat er meget viktig at studenten løser oppgaverne som blir gitt, ved selvstendig arbeid eller gruppearbeid. Som for kunnskaper i matematikk er det nødvendig at studenten har 2 MN eller tilsvarende fra videregående skole. Imidlertid sattes det for studiets begynnelse igang et intensivkurs, beregnet for studenter med forkunnskap i kun språkliniens pensum (1 WA) samti studenter som mener de trenger en oppfriskning i faget.

Forelesninger — grunnlag for teoretisk kunnskap.



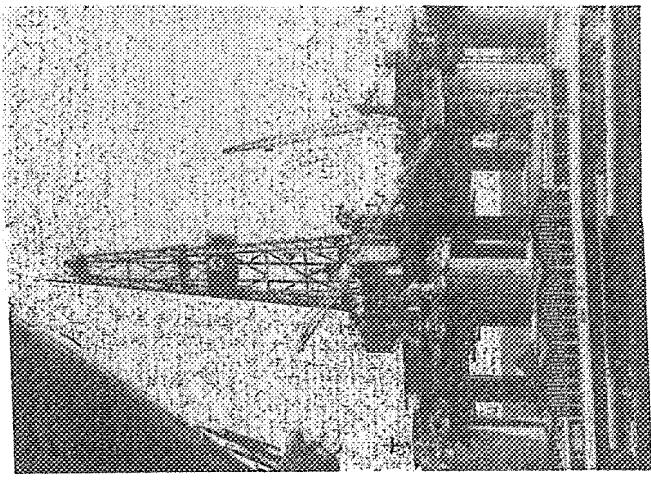
## Næringspolitikk

Hensikten med dette faget er å gi studentene kunnskaper om de rammebedingelsene av institusjonell art som bl.a. staten, ved lovgivning og andre reguleringer, setter for næringslivets tilpassinger. Disse kunnskapene om de faktiske forhold kombineres med bedrifts- og sosialøkonomiske teorier og metoder. Man drar deretter konkret og aktuelle problemer i norsk næringsliv og økonomi.

Mange næringsgrener blir behandlet, men det vil bli lagt spesiell vekt på industrien. Man vil også behandle oljevirksomheten i Nordsjøen og de endringer i norsk økonomi og næringsstruktur som følger av denne.

Det legges i næringsspolitikk stor vekt på bruk av glesesteforelesere og blant de mange ledende personer fra næringslivet og fra offentlige forvaltning som foreleser ved Handelssakademiet kan nevnes:

- Konsulent Thomas Angell
- Kontorsjef Alf Hægeland
- Adm. dir. Elvind Halle
- Direktør Bengt-Je Hansen
- Konsulent Knut Henningsen
- Cand. oecon Morten H. Magnus
- Forsker Ivar Pettersen
- Avdsjef Tor Stelg
- Byråsjef Ivar Sørli
- Adm. dir. Trygve Tamburstuen
- Konsulent Brynjulf Vollan



## Operasjonsanalyse

I en rekke tilfeller eksisterer det behov for en metodikk til å kunne formidle og analysere kvantitative data fra faktorer som inngår i et komplisert beslutningsproblem, og vurdere hvilke tiltak som virker optimalt i forhold til en oppslitt målestilling. Operasjonsanalyse er et fag med det praktiske siktetål i henforan rammen an HA's totale fagkonsept å kunne bidra med generell kunnskap i så måte. Fagets hensikt er tositig. Det ene aspektet er at man skal få en trening i en vitenskapelig tenkemåte og holdning til kompliserte beslutningsproblemer i næringsliv og forvaltning. Det andre aspektet er at man skal tillegne seg visse grunnleggende teknikker som vil muliggjøre en effektiv løsning og forståelse av problemer som kan sees å være typisk «operasjonsanalytiske».

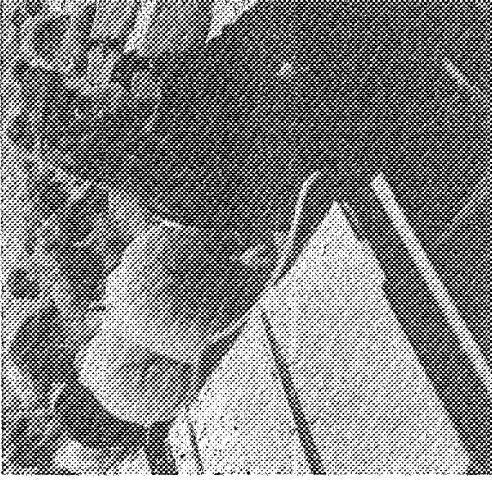
### Operasjonsanalyse I

Operasjonsanalyse I vil spesielt være orientert mot en oversikt over operasjonsanalyseens metodiske grunnlag og gi en trening i basisteknikkene.

### Operasjonsanalyse II

I Operasjonsanalyse II vil man utvide det metodiske grunnlag videre. Samtidig vil man eksemplifisere bruken ved å ta for seg noen utvalgte anvendelsesområder av bedriftsøkonomisk og styringsmessig karakter, og diskutere disse. I diskusjonen vil man bl.a. ta for seg seg noen publiserte cases for å utvikle forståelsen og holdningen til faget videre.

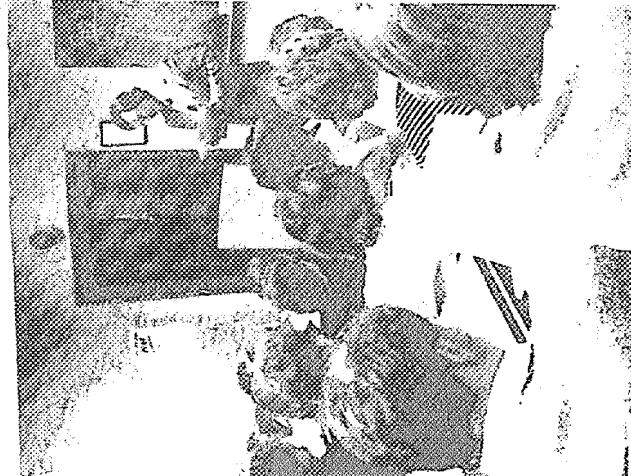
Forlesning i operasjonsanalyse.



## Rettslære

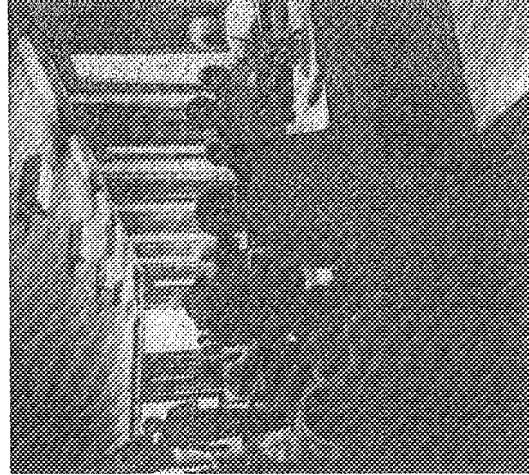
Faget Rettslære gir en oversikt over det norske rettssystem med særlig vekt på de emner som er viktigst for næringslivet. I forbindelse med undervisningen blir praktiske røtspørsmål og oppgaver gjenomgått og i den antedning benyttes en rekke gjesteforelesere, bl.a.:

- Adv. Stein Ole Dahl
- Forbrukerombudet, Hans P. Lundgaard
- Adv. Thorvald C. Løchen
- Adv. Erik Melander
- Adv. Erik Stenbeck
- Adv. Reidar Vigen



## Sosialøkonomi

Målet med undervisningen er å gi studentene insikt i analyseverktøy til å løse økonomiske problemstillinger. Det er derfor et sterkt fokus på å knytte prinsipper til aktuelle nasjonale og internasjonale politikk som føres både nasjonalt og internasjonalt.



Ved utformingen av eksamsoppgavene i sosialøkonomi vil man forsøke å knytte prinsipper til aktuelle problemstillinger. Stertlig vil dette gleide for sosialøkonomi II. Det er derfor en fordel at kandidatene følger med i den aktuelle økonomi-politiske debatt.

**Sosialøkonomi I**  
Sosialøkonomi I er den mikroøkonomiske delen og omfatter:

- Produktionssteori
- Konsumteori
- Markedsteori

### Sosialøkonomi II

Sosialøkonomi II omfatter makroøkonomiske emner. Her studeres bl.a. de sammenhenger som gjelder mellom nasjonalprodukt, nasjonalinntekt, privat og offentlig konsum, eksport, import og prisnivå. Man drøftar også kredit og valutapolitiske emner. Innentor de fleste av emlene vil makroøkonomiske modeller ha en sentral plass som analyseverktøy.

Det foreleses bl.a. over:

- Nasjonalregnskapssammenhenger
- Krystslepsanalyse
- Makroøkonomiske multiplikatormodeller
- Penge- og kreditpolitikk
- Utenriksøkonomiske emner
- Valutamarkedet
- Økonomisk vekst
- Inflasjon
- Veier forstørrelse

Studentkantinen.

## Statistikk

## PERSONALADMINISTRASJON

## Dansk/Tysk

## Skriftlige oppgaver

Statistikk benyttes innen en rekke fagområder. Faget omfatter matoder for innsamling, bearbeiding og analyse av data og for tolking og presentasjon av resultatene. Statistikken er et viktig verktøy i bedriftenes i foretakshengen vil det bli lagt vekt på å gi studentene et innblikk i hvilke metoder som kan benyttes for å bedre beslutningsgrunnlaget.

Faget er delt i Statistikk I og Statistikk II.

**Statistikk I**  
Statistikk I omfatter beskrivelse av observasjonsmaterialet, herunder indeksstall. Videre langt sannsynlighetsregning, sannsynlighetsfordelinger i en og flere variable, utvalgsteorri og estimeringsteori.

**Statistikk II**

Statistikk II er en videreføring og delvis utdyping av Statistikk I og omfatter hypotesesprøving, simple og multipel regresjon og korelasjon, variansanalyse, tidsrekker, ikke-parametriske metoder, og en kort innføring i bruk av økonometriske markedsanalyser og i forbindelse med prognosering.

Måletsettingen for faget er å plassere personaladministrasjon i bedriftens totale organisasjonsstruktur, og å gi studentene innsikt i hvilke funksjoner som inngår i den praktiske personalarbeidet og forutsetningene for dette.

Det legges vekt på at studentene blir kjent med arbeidels rammemønstreiser og de generelle forhold på arbeidsmarkedet. Betydningen av å sette den menneskelige ressursen i en bedriftsøkonomisk sammenheng blir understreket.

Faget er delt i Statistikk I og Statistikk II.

**Statistikk I**

Statistikk I omfatter beskrivelse av observasjonsmaterialet,

herunder indeksstall. Videre langt sannsynlighetsregning,

sannsynlighetsfordelinger i en og flere variable, utvalgsteo-

ri og estimeringsteori.

**Statistikk II**

Statistikk II er en videreføring og delvis utdyping av Statistikk I og omfatter hypotesesprøving, simple og multipel re-

gresjon og korelasjon, variansanalyse, tidsrekker, ikke-pa-

Måletsettingen med språkfagene er å gi studentene:

– en betydelig ferdighet i å bruke språket både skriftlig og muntlig, og å kunne behandle økonomiske spørsmål skriftlig.

– taleferdighet som gjør det mulig å ta aktivt del i debater, samlinger, konferanser.

– et ordforråd som setter studenten i stand til å gjøre rede for norske forhold og problemstillinger.

– kjenntak til forholdene i de land der språkene opprinnelig tales.

De muntlige øvinger foregår som samtaler om aktuelle emner.

De skriftlige øvingene fordeles på skrivning av resymder, innlevering av essayer og oversettelser.

I tillegg til de skriftlige øvelsesoppgavene som blir gitt etter initiativ av de enkelte forelesere, finnes det også større skriftlige oppgaver som et fast ledd i Handelsakademiets studieoppleggs.

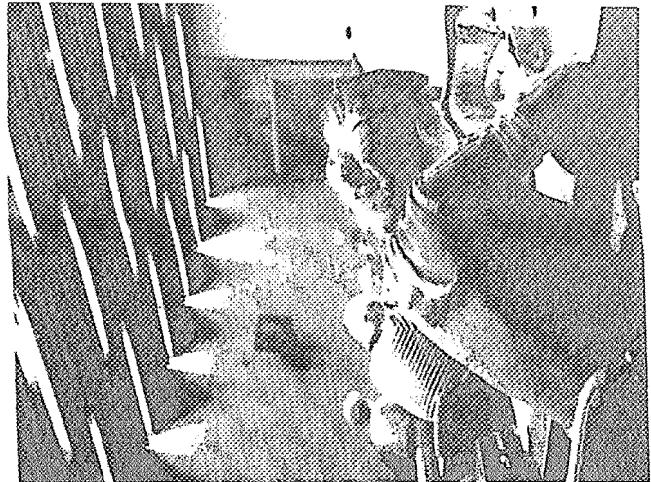
Formålet med disse oppgavene er å gi studentene praktisk artiklingrapportskriving og øve opp sin skriftlige fremstillingsevne før de begynner på diplomoppgaven.



Trivel og hygge i studentkamphagen.

## Diplomoppgave

## Eksamensordning



I sylende semester skriver studentene sin diplomoppgave. Hver student velger selv hvilket fag det skrives diplomoppgave i. Det er tre valgmuligheter::

1. Bedriftsøkonomi
2. Fordaksledelse
3. Markedsføring.

Innen hvert av de nevnte fag blir det utarbeidet et antall oppgavetekster som dat kan velges mellom. Studentene har også adgang til å seke om få godkjent egne oppgavetekster.

Arbeidet med diplomoppgaven er en viktig del av studiet. Det skal gi studentene muligheten til å kombinere kunnskaper fra forskjellige fag og erfaringssområder idet de planlegger og gjennomfører et selvstendig studium av et bestemt problem. Analytiske evner, sans for en klar disponering av stoffet, samt en god skriftlig framstillingssyne er egenskaper som arbeidet med diplomoppgaven skal utvikle hos studentene.

Diplomoppgaven skal normalt omfatte 50—100 sider og det stillses store krav til dens kvalitet.

# Konsentrert oversikt over faglitteraturen

- Fagkretsen ved Handelsakademiet og pensum i de enkelte fag er hovedsaklig bygget opp på grunnlag av forelesningsinngangene og den daglitteraturen som er nevnt nedenfor. Ved studieårets begynnelse vil foreleserne gi en oversikt over pensum og gi råd om hvilke bøker som bør anskaffes.**
- I noen fag er det kun deler av de oppgitte bøker som er pensum. Dersusen vil pensumlitteraturen forlyses etter hvem. Studentene arbeides derfor å rádføre seg med foreleser før de går til innkjøp av litteratur.
- I tillegg til dette vil det bli benyttet kompendier som er utarbeidet av Handelsakademiets forelesere.
- BEDRIFTSKONOMI**
- T. Andenes: Årsoppgjør i praksis.  
T. Boye: Finansielle Emner.  
A. Kihneendal: Rognakapsanalyse.  
Naug og Flakke: Lønnsomhetssanalyse, kalkylemodeller og driftsregning.
- ELEKTRONISK DATABEHANDLING (EDB)**
- E. Enliksen: Programmering i standard Fortran.  
Asen, Brathaug, Eidehammer og Telle: Innføring i databehandling.
- FORETAKSLEDELSE**
- O. Gisholt: Moderne markedsføringskoncepter.  
Lund og Lorentzen: Strategisk ledelse.  
K. I. Bjørnli: Arbeids- og lederskapspsykologi.  
A. Ebeltoft: Organisasjonstavling.  
S. E. Grenland: Logistikk og distribusjon.  
K. Hatt: Bedriftsøkonomi.  
P. Drusker: Management in Turbulent Times.  
P. Granholtt: Ledelse 80-årene.  
Flecher og Ury: Veien til ja.
- LANGTIDSPLANLEGGING (LTP)**
- H. Iger Aarsfelt: Corporate Strategy.  
Lund og Lorentzen: Strategisk ledelse.  
Ringbækt m.fl.: Ledelse med plan.
- MÅRKEDSFØRING**
- Amti og Høibøen: Markedsføring og produktlivsløpet.  
Brown m.fl.: Problems in Marketing.  
Barak-Bravasar: Advanced Cases in Marketing Management.  
Flisik, Arnett og Greenhut: Future Directions for Marketing.  
L. Hobbsk-Hansen: Motocet og modeller i markedsføringen.  
Bind 1, 2 og 3.  
Howard og Sheth: Theory of Buyer Behavior.  
Lund og Lorentzen: Markedsføringstedosse.
- P. Keller: Marketing Management.  
E. J. McCarthy: Basic Marketing.  
Norges Elsaksportfødt: Elsaksportmarkedsføring.  
A. J. Pedersen: Plan og styring i markedsføring.
- MATEMATIKK**
- H. T. Amundsen: Lite determinant- og matriseregning for statistikk og økonomi.  
K. Sydsæter: Matematisk analyse. Bind 1.
- NÆRINGS POLITIKK**
- F. Hole: Sosialpolitikk.  
NOU-33/1978: Om konsernstrøffen og marknadsmekt.  
NPF: Utviklingsordenene i moderne varerhandel.  
Normann og Wergeland: Konkurransesøvn og næringssituasjon.  
NOU-35/1970: Strukturproblemer og vækstmuligheter i norsk industriell.  
Diverse Standordinger og NOU 1970—1972.

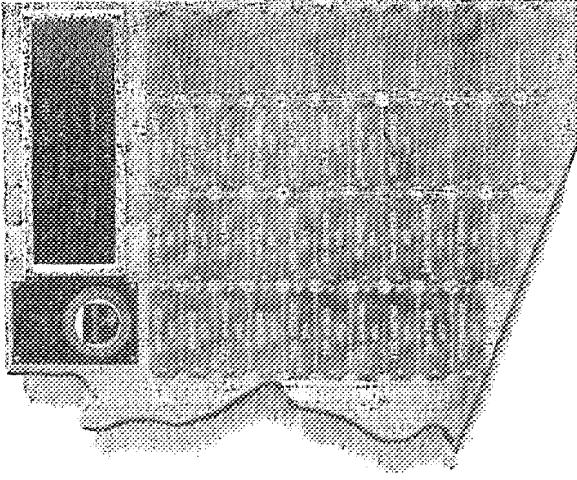
SOSIALØKONOMI	L. Eidek, Holt: Det norske penge- og kredittsystemet. R. Fisch: Innledning til produksjonskontroll. F. Heile: Sosialøkonomi. L. Johnsen: Offensiv økonomisk læringsmetodikk. P. Mørth: Penge, kredit og økonomisk vekst. P. Mørth: Sirkulasjonsøkonomi, lønnsrik og økonomisk vekst. A. Solberg: Mikroøkonomisk analyse. T. Thoresen: Krysselestatistikk.
OPERASJONSANALYSE	Dantesen, Granfeldt: Operationsanalyse. H. M. Wagner: Principles of Operations Research with Applications to Managerial Decisions.
PERSONALADMINISTRASJON	N. Schistad og R. Østrem: Personalsver. K. I. Bjerst: Arbeids- og lederskapspsykologi. R. Thaddeus: Lønn for et verv. Usgård, Hallingsæter, Granberg: Moderne personaldirektoriat. O. Grasberg: Personaldirektoriatet og organisasjonsutvekling. Langseth og Wærting: Aktivt personarbeid. Røftang og Syvertsen: Rekruttering, jægning og ansatteid. H. T. Amundsen: Statistikk metodikk. Freund m.fl.: Elementary Business Statistics.
ENGELSK	David Crotton: International Business Topics. Cotteron og Owen: Agenda Classroom. Cotteron og Owen: Agenda Workbook. Thomsen og Martineit: A preclinical English Grammar.
RETTSLÆRE	H. Aier: Skatterett. K. Geisler: Foretaksløsninger over kjeip. R. Kjøpp: Overrett over Norges rett. S. Lindstrøms: Overrett over neoplasiske dokumenter. Fr. Fr. Gundersen: Norsk og internasjonal markedsrett. Fr. Fr. Gundersen: Hovedlinjer i lavisrettsen, 1977. L. Verdahl: Skatterett for næringsmidstiene.
TYSK	K. Bleht: Kompendium i tysk for Handelsøkonomer. Deutsch 2000, bind III. Hueber, München. Geschäft und Verhandlungssprache Deutsch, bind IV. Hueber, München Moderne Tysk Grammatikk. Hueber, München.

## Forelesere ved Handelsakademiet

Fagleiar Wenche Lili Bach, siv.øk. Engelsk.  
Høyskolelektor Bjørna Bakka. Eksportmarkedsføring.  
Direktør Per Bentrud. Langtidsplanlegging.  
Statstilsakta revisor Helge Bøttmo. Bedriftsøkonomi.  
Fagleiar Karl Blehi. Tyak.  
Konsulent Rolf Bronner, siv.øk. Forataksledelse.  
Fagleiar Michael E. Callister, B. Sc. (Hons.), Engelsk  
EDB-konsulent Bjørn I. Danielsen, siv.ing. Operasjons-  
analyse.  
Direktør Tormod Evang. Markedsføring.  
Generalsekretær Odd Gjelsvold, dr.oecosn. Forataksledelse/  
Markedsføring.  
Direktør Roar Grøver. Markedsføring.  
Coveringen Stein Erik Granlund, siv.ing. Operasjons-  
analyse/Forataksledelse.  
Professor dr.juris. Fredtjof Frank Gunderson. Rechtslære.  
Konsulent Alf A. Hægeler, cand.merc. Næringspolitikk.  
Systemssjef Harald M. Hanssen, cand.real. Forataksledel-  
se.  
Konsulent Bjørn I. Hansson, siv.øk. Markedsføring.  
Direktør Erik Hennet, cand.politt. Markedsføring.  
Finanssjef Knut Ø. Holl, cand.oecosn. Sosialøkonomi.  
Direktør Knut Chr. Høvik, siv.øk. Bedriftsøkonomi.  
Cand.real. Per Juell. Matematikk.  
Cand.mag. Bjørn Jacobson. Elektronisk Databehandling.  
Advokat Thor. Jensen. Rechtslære.  
Førstekonsulent Ivar Jeens, siv.ing. Operasjonsanalyse.  
Siviløkonom Kjetil Kirkeby. Forataksledelse.  
Advokat Gunnar M. Kjerner. Rechtslære.  
Fagleiar Rolf Kjærnemo-Jensen. Regnskap.  
Direktør Erik Kotte-Eriksen. Markedsføring.

Forsteamanuensis dr. Ivar Kristianslund, siviløkonom.  
Statistikk.  
Sousjef Kjell Kreftum, cand.oecosn. Sosialøkonomi.  
Direktør Bernt Lie Hansen, siv.øk. Økonomi.  
Siviløkonom Roar Lien. Forataksledelse/Personal-  
administrasjon.  
Disponent Hans Lundt, siv.øk. Langtidsplanlegging.  
Adm. direktør Thor Leinolt. Markedsføring/Nærings-  
politikk.  
Dirектор Morten H. Magnus, cand.oecosn. Nærings-  
politikk.  
Konsulent Thomas Nordtemme, siv.øk. Markedsføring.  
Plansjef Tore Omhoff, siv.øk. Langtidsplanlegging.  
Høyskolesektor Ansgar J. Petersen. Markedsføring.  
Dirектор Svein Riise-Andersen, siv.ing. Markedsføring.  
Dirектор Hans Rybberstad. Forataksledelse.  
Stud.dir. Torgair Rust, siv.øk. Forataksledelse.  
Dirектор Oddbjørn Rustadli. Bedriftsøkonomi.  
Statsaut. revisor Thorbjørn Sætre. Bedriftsøkonomi.  
Plansjef Eirik Stein Eriksen. Langtidsplanlegging.  
Dirектор Tore Wiggo Svartesen. Forataksledelse.  
Adm. direktør Trygve Tamburstuen. Forataksledelse/  
Næringspolitikk.  
Banksjef Odd R. Thomassen, siv.øk. Forataksledelse/  
Personsalministrasjon.  
Personalsjef Odd Ulfhett. Forataksledelse.  
Dirектор Per Martin Vigdal. Langtidsplanlegging.  
Konsulent Brynjulf Vollan, cand.oecosn. Næringspolitikk.  
Adm. direktør Harald Wædon, siv.øk. Markedsføring.  
Reg. revisor Arnold Wolff-Skjelbred, bed.øk. Bedrifts-  
økonomi.

## Videregående studier i USA



Handelsakademiet har opprettet kontakt med flere universitater i USA. Ved disse kan handelsøkonomer med god faglig bakgrunn studere til en Master of Business Administration (MBA). Detto vil normalt gi kandidatene adgang til også å bonyte siviløkonomittelen.

Handelsakademiet legger meget stor vekt på å viddeutvikle kontakten med utlandiske læresteder. Det er opprettet en stipendieordning for kvalifiserte studenter. Aktuelle kandidater får fån og stipend fra Statens lånekasse for utdanning. Ved Arizona State University, University of Arizona, University of Houston, University of Oklahoma og Northern Illinois University, får handelsøkonomer etter avtale «advanced status». Handelsøkonomer kan således fullføre et MBA studium på ett år.

De handelsøkonomer som tidligere har gjennomført dette studium har oppnådd meget gode resultater.

Gave til Handelsakademiet fra Arizona State University.

## Handelsakademiets Studentforening (HS) ØS AIESEC

### Fremtidsutsikt

Fremgang i arbeidslivet bører i stor uttakring på egenskaper som har med den enkelte personlighet og karakter å gjøre. Imidlertid er det også nødvendig å ha en solid høyre utdannelse for den som skal kunne konkurrere om ledende stillinger i næringslivet i dag og i fremtiden.

Handelsakademiets studieopplægg er tilpasset næringslivets behov for praktisorienterte og problemøsende kunder.

Ett sentralt ved utdannelsen fra Handelsakademiet er at den både gjennom teoretisk effektiv og praktiske øvelser tar sikte på å gjøre studentene til problemlesere. Handelskonomene holder seg svært godt i konkurransen med andre ekonomer på stillingsmarkedet og sitter i dag som ledere og mellomledere i en rekke bedrifter og forvaltningsorganer. Handelskonomene viser en god prosjessjon i sin karriere og har gode økonomiske betingelser.



Et sentralt ved utdannelsen fra Handelsakademiet er at den både gjennom teoretisk effektiv og praktiske øvelser tar sikte på å gjøre studentene til problemlesere. Handelskonomene holder seg svært godt i konkurransen med andre ekonomer på stillingsmarkedet og sitter i dag som ledere og mellomledere i en rekke bedrifter og forvaltningsorganer. Handelskonomene viser en god prosjessjon i sin karriere og har gode økonomiske betingelser.

Studentene ved Handelsakademiet har sin egen studentforening (HS) som aktiviserer studentene faglig og sosialt. Målet blant studentene regnes for å være meget bra. Som sentralt samlingspunkt for mange av aktivitetene står Bodø i n. Handelsakademiets studentkjemper. Dette brukes til de fleste sosiale arrangementene, men også til en del uformelle seminærer, møter og reisevninger. HA-revenyen kom på programmet i 1980 og er blitt en årlig tradisjon.

Av mer faglig tilsnitt arrangerer HS foredrag, seminarer og bedriftsbesøk. Disse arrangeres i samarbeid med bedrifter i forskjellige deler av landet. Videre har studentforeningen sitt eget idrettslag med blant annet en driftig squashgruppe. Internasjonale Hareklasset kommer ut månedlig med informasjon og stoff som angår studentene.

Generalforsamlingen i HS velger hvem år nytt styre. HS gir studentene et anledning til å praktisere organisatoriske administrative kunnskaper som man tilgjør seg i løpet av studiet. HS er representert i Handelsakademiets styre.

Foreningen er upolitisk.

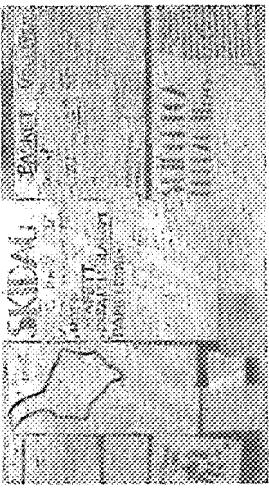
AIESEC er tilsluttet HS og arbeider med internasjonal utveksling av studenter.

AIESEC er en internasjonal, upolitisk studentorganisasjon som har til formål å fremme forståelse og fredelig samexistens mellom medlemslandene, samt å gi studentenes utbytte av økonomistudiene. Dessuten ønsker man å bedre kontakten mellom studenter, studiestedene og arbeidslivet. Dette formålet blir gjennom innsats på flere fronter — primært praktikantutvekslingen. Gjennom denne ut-

viklingen arbeider AIESEC-Norge for å skaffe praktikantjobber i utlandet for økonomistudenter ved Norges Handelshøyskole, Bedriftsøkonomisk Institutt, Sosialøkonomisk Institutt og Handelsakademiet. Foruten praktikantutvekslingen arrangeres bl.a. kontaktmøter, seminarer og studiaturer.

AIESEC har nå 59 medlemsland. Virksomheten koordineres gjennom vårt internasjonale sekretariat i Brussel. Hovedkontoret foregår i lokalkomiteer ved de enkelte læresteder, og hvart medlemsland er representert ved en nasjonalkomité. Dessuten har man i de fleste land et råd med representanter for næringslivets hovedorganisasjoner og det offentlige.

Både Handelsakademiet Studentforening og AIESEC har egne kontor og aktivitetscenter i Hanssteensgt. 12, Oslo 2. Tlf. (02) 55 12 92 eller (02) 44 79 26.



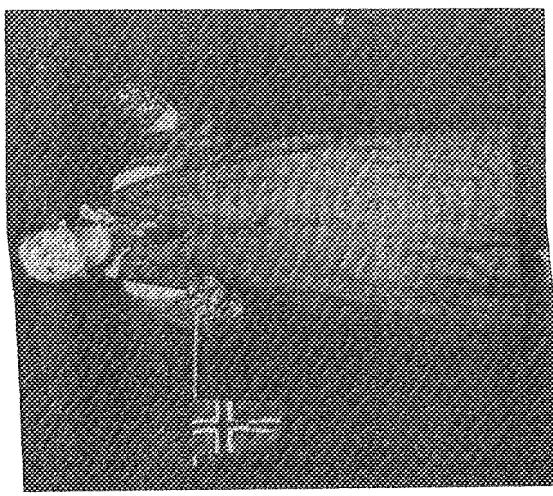
Handelskonom — God karrieresprosjesjon.

## Studentrådet (SR) Faglige Assisterenter Studentmøp

Handelsakademiet har et meget godt studentmiljø med mange faglige og sosiale aktiviteter, deriblant seminærer, markedsføringsgrupper, kulturaktiviteter, studentorkester, kor, studenttreff, bodsgaftaften osv.

Studentrådet består av valgte tilittsmenn fra samtlige klasser ved Handelsakademiet. Dets oppgave er å ta for seg de faglige, pensummessige og forelesningstekniske problem som måtte oppstå i de respektive klasser, slik at nivået stadig kan forbedres. Formannen i Studentrådet sitter som representant i Det faglige Råd, og kan til enhver tid legge frem studentenes synspunkter. Studentrådet er tilknyttet Handelsakademiets Studentforening.

Handelsakademiet har 10 faglige assisterenter — en for hvert av hovedfagene, to for EDB, en for det kvantitative fag, en for rettsstatore og sosialøkonomi og en for språkfagene. Disse har til oppgave å assistere fagsleier og faglærere med tilretteleggingen av undervisningen, bistand i gruppearbeid og veiledning til studentene.



## Norske Handelsøkonoms Mers Forening (NHF)

Handelsakademiet har et meget godt studentmiljø med mange faglige og sosiale aktiviteter, deriblant seminærer, markedsføringsgrupper, kulturaktiviteter, studentorkester, kor, studenttreff, bodsgaftaften osv.

Uteksaminerte handelsøkonomer stiftet i 1971 sin egen forening. Foreningens formål er å samle handelsøkonomene om felles faglige og økonomiske interesser. Foreningen har en plass i Det faglige Råd.

Foreningens øyeste organ er generalforsamlingen som trer sammen hvert år i mars/april da også nye representanter til styret blir valgt.

Norske Handelsøkonomers Forening har truffet avtale med Handelsakademiet og studentforeningene om at handelsøkonomene kan delta i seminarvirksomhet som foregår ved Handelsakademiet.

Førstvig arbeider Norske Handelsøkonomers Forening med tilbud for kortere etterutdanning, informasjon og kontakt mellom medlemmene, Handelsakademiet og andre organisasjoner.

Norske Handelsøkonomers Forening er tilknyttet Akademiernes Fellesorganisasjon (AF).

Foreningen har sitt sekretariat i Apollonlasenteret, Kronprinsensgt. 9, Oslo 2. Tlf. (02) 11 00 88.

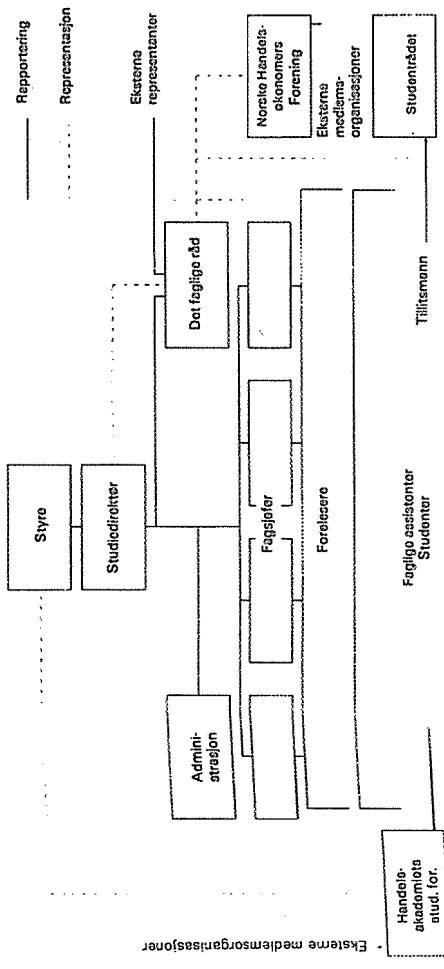
Fra HA-øyren 1982.

34

35

Informasjon til studentene gis bl.a. på oppslagstavlene.

## Organisasjonskart over Handelsskademiet



36



37

Foredræsning i auditorium 1.

## English Summary

Founded in 1967, Handelsakademiet (HA) offers a comprehensive and modern program in management/business administration through the graduate level HA is centrally located in Oslo's business and financial district, and has a maximum enrollment of 800 students. While privately owned, Handelsakademiet is in part funded through annual appropriations from the Norwegian Government budget.

The objectives of HA are to give students an academic background enabling prospective candidates to compete successfully for leading positions in business. To this end HA emphasizes the practical application of theory, as well as the development of personalities capable of dealing efficiently with the full range of business problems. This practical profile is reflected in HA's faculty of some 60 members, most of whom also hold leading positions in business, as well as in the civil service or elsewhere in the academic community.

The curriculum is focused on 3 major departments: Marketing, Management, and Managerial economics. Additional subjects are: Electronic Data Processing (EDP), Strategic Planning, Law, Mathematics, Business and Industrial Policy, Economics, Statistics, Operations Research, Personnel Administration and Languages.

The full 4-year program includes a minimum of 139 credit-hours, and 25 written 5-6-7 hours exams. The 7th semester is in its entirety devoted to the preparation of an independent study/thesis of an approved business-related topic.

Admission is open to students having completed Norwegian secondary education (Gymnas), or the equivalent. Most candidates admitted will have completed their military service and/or have prior business experience. The average age of students admitted in 1982 was 21.2 years, and 27 % of the student-body were female students. Qualified students with insufficient prior knowledge of accounting or mathematics are offered supplementary courses in the first semester.

Handelsakademiet is a private institution operated on a non-profit basis. Chairman of the Board of Directors is Bank Director Odd R. Thomassen (DnC, Skien, Norway).

The Academic Advisory Board is chaired by Vice-President Per Christensen, Tandberg A/S.

The Dean of Handelsakademiet, Torgeir Røst, holds a graduate degree in economics and business administration from the Norwegian College of Economics and Business Administration in Bergen (Norway).

The Assistant Dean, Anne Valera Diesen, is a graduate of Handelsakademiet.

Through their own organizations students hold full member seats on the Board of Directors as well as on the Academic Advisory Board.