Handelshøyskolen BI, Høyskolene / NMH

Studiehåndboken 1999/2000

Trykket september 1999

Det tas forbehold om eventuelle trykkfeil i studieinformasjon, kursbeskrivelser og annen dokumentasjon som gjelder for det enkelte studium

Sandvika, 13.9.99

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Generell informasjon

I tillegg til opplysningene i Studieadministrativ informasjon forutsettes det at studentene gjør seg kjent med gjeldende reglementer ved Handelshøyskolen BI.

Oppslagstavler

I tillegg til e-mail og generell informasjon på BIs Internett sider vil det bli gitt meldinger til studentene via informasjonstavler. Meldingene inneholder som oftest informasjon om flytting av forelesninger, tidsfrister o. l. Det er studentenes eget ansvar å holde seg orientert om de oppslag som fortløpende blir satt opp.

Studieveiledning

Studentnettet skal gi studentene generell informasjon i forbindelse med gjennomføring av studieopplegget. Imidlertid er studentene velkommen til å drøfte studieopplegg, etter- og videreutdanning m.m. med studieveilederne ved de enkelte Høyskolene.

Studentbevis

Studentbevis utstedes fortrinnsvis til heltidsstudenter (10 vekttall per semester).
Studentbevis fås ved henvendelse til sekretariatet på studiestedet. Studentene må medbringe legitimasjon og bilde. Studentbeviset er kun gyldig med kvittering for betalt studieavgift.

Navneendring/Adresseendring

Ved navneendringer må navneendringsbevis vedlegges. Studentene plikter å melde fra om adresseendring, dersom studieinformasjon, melding om eksamenspåmelding o.l. skal komme frem til studenten i rett tid.

Statens lånekasse for utdanning

Studenter ved Handelshøyskolen BI, Høyskolene har adgang til å søke studielån og stipend i Statens lånekasse for utdanning, Østre Aker vei 20, Postboks 195 Økern, 0510 Oslo. Telefon 22 72 67 00, telefaks: 22 64 26 36. (Telefontid 12.00-15.00, Åpningstid: 08.00-15.00) Orientering fra Lånekassen og søknadsskjemaer finnes utlagt på sekretariatene ved Handelshøyskolen BI, Høyskolene. Søknad om lån i Statens Lånekasse for utdanning skal sendes til Høyskolene, som vil oversende denne til Lånekassen. Lånekassen sender utbetalingsdokumentet til Handelshøyskolen BI, Høyskolene når søknaden er ferdig behandlet. Får du avslag på søknaden fra Lånekassen, vil du få brev med begrunnelse for avslaget.

Lånevilkår og tilbakebetalingsregler fremgår av heftet "Stipend og lån til utdanning" som fås ved henvendelse til BI-sekretariatene eller direkte til Lånekassen. Spørsmål kan også stilles til Lånekassens distriktskontorer: se heftet " Stipend og lån til utdanning". Adressen til Lånekassens internettsider er: http://www.lanekassen.no

Studielån hentes personlig i sekretariatet ved din høyskole ved studiestart. Husk gyldig legitimasjon. Fullmakter fra andre godtas ikke.

Bibliotektjenester

En rekke databaser for søking etter litteratur og nyhetsstoff er tilgjengelig via Handelshøyskolen BIs datanettverk. Bruk Handelshøyskolen BIs Bibliotektjenestes hjemmesider på Internett, adresse http://www.bi.no/library/ for å komme inn i basene som BI kjøper tilgang til. Der finner du også lenker til andre Internett-adresser relevante for Handelshøyskolen BI/NMHs studier.
De fleste av Høyskolene har samarbeidsavtale med et lokalt bibliotek for bibliotektjenester til sine studenter. Her kan du låne litteratur, få bestilt inn litteratur som biblioteket selv ikke har, og du kan få veiledning i informasjonssøking.

Informasjon om den enkelte Høyskoles biblioteksordning fås ved den enkelte skole. En oversikt ligger også på Internett: http://www.bi.no/library/hogskoler/

Undervisning på engelsk

BI gjør oppmerksom på at enkelte kurs på 2.- og 3. års nivå kan bli forelest helt eller delvis på engelsk.

Vitnemål

Det vises til Studiereglement ved Handelshøyskolen BI.

Kandidaten kan be om vitnemål for studier frem til grad/tittel, når kravene til ovennevnte reglementer er tilfredsstilt. Kandidater som har fullført og bestått eiendomsmeglerstudiet, får utstedt vitnemål etter gjeldende regler. Jfr. Forskrift om eiendomsmegling og ovennevnte reglementer.

Kandidater som bygger seg opp til grad/tittel ved å ta høyskolekurs, må søke om å få utstedt vitnemål for aktuell grad/tittel når vedkommende mener å tilfredsstille kravet til ovennevnte reglementer. Ved slik søknad skal dokumentasjon for generell studiekompetanse være vedlagt.

Ta kontakt med ditt studiested dersom du har spørsmål vedrørende utstedelse av vitnemål.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Handelshøyskolen BIs Karriere- og rekrutteringsservice

Handelshøyskolen BIs Karriere- og rekrutteringsservice (KRS) er et permanent servicetilbud for næringslivet, organisasjoner og offentlig forvaltning i rekrutteringsprosessen. KRS hadde ca. 600 henvendelser i 1998, fra bedrifter som ønsket kandidater til ledige stillinger.

KRS har kontor med heltidsansatte ved Handelshøyskolen BI i Sandvika og BI Oslo/NMH. Ved de øvrige Høyskolene er det kontaktpersoner med ansvar for denne tjenesten både ved administrasjonen og blant studentene i form av en studentassistent. Hjemmeadresse på Internett: http://web.bi.no/web/krs.nsf

Jobbsøkerseminarer m.m.
I jobbsøkerseminarene gjennomgås jobbsøkerprosessen fra A til Å. Studentene får gode tips om forskjellige fremgangsmåter for å komme inn på arbeidsmarkedet: Kontakt med bedrifter, vurdering av ledige stillinger, søknadsoppsett og intervju. I tilknytning til jobbsøkerseminarene deler vi ut vårt eget jobbsøkerhefte, spesielt skrevet for Handelshøyskolen BIs studenter. Handelshøyskolen BIs Karriere- og rekrutteringsservice har utviklet et intervjutreningsopplegg for studentene, som man kan melde seg på til i forbindelse med jobbsøkerseminarene.

Jobbpresentasjoner
Bedrifter inviteres til å rekruttere direkte på skolen minst én gang i året. Gjennomføringen av dette varierer fra skole til skole ved Handelshøyskolen BI, Høyskolene.
Dersom bedrifter ønsker å henvende seg direkte til enkelte avgangskull med stillingsannonse, sørger Handelshøyskolen BIs Karriere- og rekrutteringsservice for å distribuere dette til dem det gjelder.

Oppfølging av uteksaminerte kandidater
Samtlige avgangsstudenter innenfor Handelshøyskolen BI får tilbud om å registrere seg i en CV-base hos Karriere- og rekrutteringsservice. Denne basen brukes i kontakt med bedrifter som er ute for å rekruttere kandidater fra Handelshøyskolen BI.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Studieavgifter

Studenter må betale studieavgifter for studiets ordinære antall semestre (se normalstudieplanen). Utgifter til bøker, annet undervisningsmateriell og eventuelle studiereiser etc. må betales i tillegg.

Se forøvrig Studiereglement ved Handelshøyskolen BI.

Studieavgifter ved Handelshøyskolen BI 1999-2000

Studier på heltid gjennomføres normalt over to semester. Studier på deltid gjennomføres normalt over fire semester.

Studium	Variant	Høst 1999	Vår 2000
Grunnfag i bedriftsøkonomi			
	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
	deltid	kr 9.100,-	kr 9.100,-
Høyskolekandidatstudiet			
1. år	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
	deltid	kr 9.100,-	kr 9.100,-
2. år	heltid	kr 19.800,-	kr 19.800,-
	deltid	kr 10.100,-	kr 10.100,-
Diplomøkonomstudiet *i økonomi og administrasjon, i reiselivsledelse, i bank og finans, i forretningsjus, i logistikk og i informasjonsteknologi*			
1. år	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
	deltid	kr 9.100,-	kr 9.100,-
2. år	heltid	kr 19.800,-	kr 19.800,-
3. år	heltid	kr 19.800,-	kr 19.800,-
Eiendomsmeglerstudiet, 2. avd.			
med første år fra BI:	heltid	kr 27.300,-	kr 27.300,-
	deltid	kr 13.650,-	kr 13.650,-
med første år fra annen høyskole:	heltid	kr 33.800,-	kr 33.800,-
	deltid	kr 16.900,-	kr 16.900,-
Grunnfag i markedsøkonomi			
	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
Markedskandidatstudiet			
1. år	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
2. år	heltid	kr 19. 800,-	kr 19. 800,-
Diplommarkedsførerstudiet *i markedsføring, internasjonalisering og ledelse og i markedskommunikasjon*			
1. år	heltid	kr 15.500,-	kr 15.500,-
2. år	heltid	kr 19.800,-	kr 19.800,-
3. år	heltid	kr 19.800,-	kr 19.800,-

Kontinuasjonsavgift 1999-2000
Kontinuasjonsavgift pr. vekttall: kr 335,-.

Det tas forbehold om endringer i ovennevnte opplysninger.

Semesteravgifter Handelshøyskolen BI, Fjernundervisningen 1999-2000

Studenter ved Handelshøyskolen BI, Fjernundervisningen må betale semesteravgifter for studiets ordinære antall semestre (se normalstudieplanen). I tillegg betales eksamensavgift, utgifter til bøker, annet undervisningsmateriell etc. Se forøvrig Studiereglement ved Handelshøyskolen BI.

Studium	Høst 1999	Vår 2000
Grunnfag i bedriftsøkonomi	kr 7.425,-	kr 7.425,-
Grunnfag i markedsøkonomi	kr 7.425,-	kr 7.425,-
Høyskolekandidatstudiet	kr 8.425,-	kr 8.425,-

Studiene går over fire semestre.

Eksamensavgift 1999-2000
Eksamensavgift pr. vekttall: kr 335,-.

Det tas forbehold om endringer i ovennevnte opplysninger.

Master of Science (MSc)
Master of Business Administration (MBA)
Master of Management
Videre studier i utlandet
Utveksling

Masterstudier ved Handelshøyskolen BI

Masterstudiene ved Handelshøyskolen BI er godkjent av Kirke-, utdannings- og forskningsdepartementet.

Master of Science (MSc)

Master of Science er et toårig spesialiststudium på høyere grads nivå. Opptakskravet er diplomøkonom eller tilsvarende og avlagt GMAT-test (minimum score: 500). Det tilbys seks spesialiseringer: Energy Management, Information and Technology Management, Financial Economics, Marketing, Strategy og International Business. Studiet er internasjonalt i den forstand at all undervisning foregår på engelsk og vi har studenter fra omlag 25 nasjoner. I tillegg kan man i løpet av studiet delta på utveksling ved våre samarbeidsuniversiteter, for tiden 27 stykker i totalt 14 land. Studiet er forskningsbasert og består av en kursdel (30 vekttall) og en thesis (hovedoppgave, 10 vekttall). Dette skal til sammen gi studentene omfattende innsikt i fagområdet gjennom aktiv deltakelse i klassene.

Handelshøyskolen BI tilbyr stipendier til diplomøkonomer og diplommarkedsførere fra Handelshøyskolen BI/NMH. Stipendiene er på kr. 22.500,- og går til de beste avgangsstudentene ved hver enkelt Høyskole. Ved dokumentasjon av fullført MSc eller MBA fra BI berettiget til å få avskrevet sitt lån i Statens Lånekasse med et høyere grads stipend, som er for tiden på kr. 21.490,-

Master of Business Administration (MBA)

MBA- studiet er et "general management" 11 måneders program på heltid med hovedvekt på ledelse og strategi. Studiet bygger på minimum tre års arbeidserfaring.
Mer informasjon om MSc og MBA fås ved henvendelse til ditt studiested eller til Handelshøyskolen BI, Graduate School, Postboks 580, 1301 Sandvika. Tlf. 67 55 77 11. E-mail: graduate@bi.no. eller **www.bi.no/graduate** (klar fra og med medio august).

Master of Management

Master of Management er et fordypningsstudium i ledelse for voksne som ønsker å kombinere utdanning og arbeid. Studiet har et omfang på fire år på deltid, tilsvarende 40 vekttall. Minimumskravet til forkunnskaper er tre års høyere offentlig godkjent utdanning samt fire års yrkeserfaring.
Mer informasjon om Master of Managementstudiet fås ved henvendelse til ditt studiested eller til Handelshøyskolen BI, Senter for lederutdanning, Karlsborgveien 4, 0193 Oslo. Tlf.: 22 67 90 00.

Opptak til Master of Science og Master of Business Administration

Handelshøyskolen BI krever å motta resultatet på GMAT – Graduate Management Admission Test. GMAT kan tas i Oslo, Bergen og Trondheim.
Kontakt Handelshøyskolen BI for brosjyre og oppmeldingsskjema.
Vær ute i god tid. Et midlertidig test resultat får du på testsenteret, men det tar vanligvis noen uker (4-6 uker) å få tilsendt offisielt "score-card". Testen kan tas hele året.
Ved Handelshøyskolen BI i Sandvika er det opprettet et GMAT - kontor – The GMAT Consulting Center. Kontaktperson er Banafsheh Sheiban. Direkte telefon: 67 55 77 39. Her arrangeres blant annet et forberedende kurs til selve GMAT-testen. Kurset gjennomføres over tre uker, to kvelder pr. uke i forkant av selve GMAT-testen, eventuelt som helgekurs.

Tilbake til toppen

Videre studier i utlandet

Følgende steder vil du kunne få informasjon og hjelp om studier og studiesteder:

Utenlandskontoret ved Statens lånekasse for utdanning. Egen opplysningsavdeling med veiledere. Faglig informasjon om utenlandske læresteder, fagretninger, studiefinansiering etc.
Adresse: Østre Aker vei 20, 0581 Oslo. Postadresse: Postboks 195 Økern, 0510 Oslo. Telefon 22 72 69 10. Faks: 22 65 15 13. Telefontid: 12.00-15.00. Åpningstider: 09.00-14.30. E-post: utlandet@lånekassen.no

ANSA (Samskipnad for norske studenter i utlandet). Dette er en interesse- og velferdsorganisasjon for norske studenter i utlandet som bl.a. tilbyr veiledning, forsikring, oversikt over studiesteder i USA og Europa og et nettverk av kontaktpersoner.

Adresse: Storgata 3, 0155 Oslo.
Telefon: 22 47 76 00, telefaks: 22 33 51 77.
Telefon-/skrankehenvendelser kan skje mellom kl. 12.00-16.00. Kontoret er stengt lørdag.
Adressen til ANSAs internettsider er: http://www.ansa.no/ , E-post: til Kontoret: sentralt@ansa.no, til Studieinformasjon: studinfo@ansa.no

Norge-Amerika Foreningen har som overordnet mål å fremme det kulturelle og praktiske samvirket mellom Norge og Nord-Amerika. Deres arbeid legger hovedvekten på utveksling av studenter, forskere og praktikanter. Hvert år formidler vi omkring 100 stipendier til nordmenn som ønsker å studere eller forske i USA, og ca. 20 stipendier til amerikanere som vil forske i Norge. Til sammen formidler de stipendier og praktikantopphold verdt ca. 5,7 millioner kroner hvert år.

Hovedtyngden av stipendiene deres går til forskere og til studenter som allerede er cand.mag. eller tilsvarende.

Foreningens stipendtilbud for undergraduate og graduate studier og forskning i USA utlyses hvert år i juni og gjelder da for å begynne studier året etter. Søknadsfrist for graduate stipend og forskning er ca. 14. september. Søknadsfrist for undergraduate stipend er ca. 24. november. Kontakt kontoret i juni for informasjon og søknadsskjema.

Adresse: Drammensveien 20c, 0255 Oslo.
Telefon: 22 44 77 16 (kl. 09.00 - 16.00).
Telefaks: 22 44 78 31
hjemmeside: http://www.noram.no
e post: namerika@online.no

Fulbright-Kontoret (US Norway Fulbright Foundation for Educational Exchange) Her har de college- og universitetskataloger med en komplett samling på microfiche. Flere brosjyrer, blant annet "A Handbook for Foreign Students", deles ut gratis. De har lister over læresteder etter fagområde og studieretning med beskrivelser av colleges og universiteter, både undergraduate- og graduate studier.
Adresse: Arbins gate 2, 0253 Oslo.
Telefon: 22 83 26 00/03 (veiledning telefon/skranke: tirsdag, onsdag og torsdag kl. 1300-1600).
Telefaks: 22 83 26 07
Adressen til Fulbrights hjemmesider: http://www.fulbright.no, e-mail: fulbright@extern.uio.no

Tilbake til toppen

Utveksling

Handelshøyskolen BI har inngått avtale med en rekke universiteter og høyskoler - først og fremst i Europa, USA og Canada - om studentutveksling. Vi har også noen plasser i Asia og Australia. Utvekslingen finner sted i 6. semester (vårsemesteret 3. år) og omfatter alle retninger innenfor diplomøkonomstudiet. Antall studenter som får tilbud om utveksling er begrenset, og for å komme i betraktning kreves det at søkerne har et snitt som ikke er dårligere enn 2.6 (inklusive hengefag). Det kreves bestått eksamen i det landets språk der studenten skal studere. Kravet er eksamen fra kurs i språk på diplomstudiene ved BI eller minimum 4 vekttall i aktuelt språk fra universitet/høyskoleutdanning som BI godkjenner. Antall utvekslingsstudenter er også avhengig av hvor mange plasser som stilles til disposisjon av de institusjonene vi samarbeider med.

Utvekslingsstudentene betaler studieavgift til Handelshøyskolen BI. I tillegg må en regne med enkelte mindre avgifter som betales direkte til den utenlandske skolen. Lånekassen gir lån og stipend etter gjeldende regler. For de fleste europeiske samarbeidsskolenes vedkommende, er det dessuten mulighet for en viss støtte under Sokrates- og Nordplus ordningen.

Utvekslingsstudentene avlegger de aktuelle eksamener ved den utenlandske institusjonen, og forutsatt at disse bestås, blir de godskrevet som 10 vekttall fra Handelshøyskolen BI.
Nærmere opplysninger om utvekslingsordningen fås ved henvendelse til Internasjonal avdeling ved Handelshøyskolen BI, BI Oslo/NMH, Trondheimsveien 2, 0506 Oslo. Tlf. 22 98 50 00 / 22 98 50 50.

Tilbake til toppen

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Viktige opplysninger vedrørende eksamen

Hjelpemidler til eksamen

Eksamenspåmelding, eksamensavmelding og eksamenssted

Forlenget tid til eksamen

Eksamen i utlandet

Innlevering av hjemmeeksamener, prosjekt- og fagoppgaver

Innpassing av ekstern utdanning

Innlevering av diplomoppgaver

Fritak for eksamen

Retningslinjer for endring av kurskoder

Offentliggjøring av sensur

Retningslinjer for kontinuasjonseksamener

Klage på sensur

Hjelpemidler til eksamen

Eventuelle tillatte hjelpemidler til eksamen fremgår av kursbeskrivelsen i det enkelte kurs.

- **Ingen hjelpemidler tillatt:**
  betyr at det kun er tillatt med skrivesaker, dersom annet ikke er spesifisert i kursbeskrivelsen.
- **Alle hjelpemidler tillatt:**
  betyr at det er lov å ha med alt av skriftlig materiell som bøker, notater o.l. Alle hjelpemidler innbefatter også programerbar lommekalkulator. Kalkulatorens bruksanvisning er kun tillatt brukt når alle hjelpemidler er tillatt.
- **Programerbar lommekalkulator:**
  betyr at kalkulatoren ikke må vise mer enn 160 tegn, tekst eller tall på skjerm/display. Den må være batteridrevet og ikke ha skriveenhet. Den må ikke forstyrre andre studenter med pipelyd o.l.
- **Ikke-programerbar kalkulator:**
  betyr at kalkulatoren ikke skal kunne programmeres (funksjonene M- og M+ tillates). Følgende funksjoner er tillatt; pluss, minus, dele, gange, rot, prosent og likhetstegn.

Forlenget tid til eksamen

Ved seks timers eksamen gis:	75 minutter i tillegg
Ved fem timers eksamen gis:	60 minutter i tillegg
Ved fire timers eksamen gis:	45 minutter i tillegg
Ved tre timers eksamen gis:	30 minutter i tillegg

Det gis ikke forlenget tid ved hjemmeeksamen, fagoppgave eller prosjektarbeid.
Studenter med annet morsmål får ikke forlenget tid til eksamen. De har imidlertid anledning til å levere sin besvarelse på engelsk eller benytte Norsk-norsk ordbok. (Eksamenskontoret må få beskjed).

Det benyttes eget skjema for søknad om forlenget tid til eksamen.

Fristen for å søke om forlenget tid:	For eksamen i høstsemesteret:	UKE 40
	For eksamen i vårsemesteret:	UKE 10

Tilbake til toppen

Innlevering av hjemmeeksamener, prosjekt- og fagoppgaver

Studentene skal dokumentere evne til å anvende teori på teoretiske eller praktiske problemstillinger.
Studentene skal dokumentere evne til å skrive et arbeide som tilfredsstiller vanlige akademiske krav til innhold og form (hensyn til eventuelle eksterne målgrupper kommer i tilfelle i annen rekke her).

Formelle krav

Besvarelsen skal innleveres forsvarlig stiftet og i to eksemplarer dersom annet ikke er angitt. Besvarelsens forside skal kun inneholde de opplysninger som er angitt i oppgavesettet. Egenerklæringen som følger oppgavesettet skal leveres inn sammen med besvarelsen. Besvarelsen skal kun leveres ved ett studiested. Besvarelsen må være Handelshøyskolen BI/NMH i hende innen angitt tidsfrist.
NB! Besvarelsen kan ikke innleveres på diskett. Telefax kan ikke benyttes. For sent innleverte besvarelser vil normalt ikke bli sensurert. Kandidaten(e) kan ikke regne med å få besvarelsen tilbake.

Innholdsmessige krav - formål

Oppgavene kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Studentene oppfordres til å samarbeide i grupper. Det er imidlertid ikke tillatt for flere grupper å samarbeide, da dette betraktes som fusk eller forsøk på fusk og rammes av Studiereglement ved Handelshøyskolen BI § 17. Oppdages det noen form for fusk, for eksempel avskrift av andres oppgaver, kilder uten kildehenvisninger eller direkte " lån " av hele oppgaver skrevet tidligere, er dette å betrakte som fusk ved eksamen.
Endelig oppgavetittel skal være kort og informativ slik at oppgavens innhold fremgår av tittelen.
Et sammendrag på inntil én side skal komme rett etter innholdsfortegnelsen og foran selve teksten.
Studentene oppmuntres til å bruke egne (og evt. andres) figurer for å illustrere problemstilling, oppbygging, argumentasjonsgang – f.eks. ved årsaksmodeller, flytdiagrammer o.l.

Tilbake til toppen

Referanser og litteraturliste

Ved en vitenskapelige høyskole er referanser til kildene viktig for alle faglige arbeider.
Bruk av referanser gir forfattere mulighet til å dele kunnskap og sammenligne kilder. Referansene skal opplyse om hva som er egne bidrag og hva som er andres. På den måten kan opplysninger og sitater kontrolleres og etterprøves. God referanseskikk er en måte å sikre mot plagiat så vel som å vise forfatterens resonnementer.

Det er mange måter å sette opp referanser på. Forskningsutvalget ved Handelshøyskolen BI vedtok våren 1999 å anbefale følgende referansestandard for alle studentoppgaver ved BI. Den håndterer alle referanser med en enkel " forfatter-år" referanse i teksten og korresponderende litteraturliste på slutten av dokumentet. Referansen skal gi en så fullstendig informasjon at leseren har mulighet til å finne tilbake til det spesifikke sitatet. Kilden oppgis både i oppgaveteksten (referanse i teksten) og i en egen litteraturliste bakerst i oppgaven. Mer utførlig forklaring finner du på bibliotekets web-side: http://www.bi.no/library/

Referanser i teksten
Referanser som gjøres i teksten er ment å gi henvisning til den alfabetiske litteraturlisten i slutten av dokumentet.

Eksempler

- Kilder refereres fortløpende I teksten med forfatterens etternavn og utgivelsesår i parentes etter følgende prinsipper:
  ... som viser seg å være viktig i strategiske prosesser (Lorange 1993).
  Peter Lorange (1993) hevder i sin analyse av strategiske prosesser at....
- Ved direkte sitat skal det også henvises til sidenummer. Mellom årstall og sidetall brukes kolon:
  Michael Porter (1985: 3) sier det derimot slik "value is what customers are willing to pay."

Litteraturlisten
Alle oppgaver skal ha en litteraturliste som inneholder de verk som det refereres til i teksten, men heller ikke flere. Litteraturlisten skal stå på et eget ark bakerst i oppgaven. Listen sorteres alfabetisk på etternavn. Alle referanser i litteraturlisten må være konsekvent gjennomført med riktig bruk av skilletegn og kursiv for å være korrekt.

Bøker

- To forfattere:
  Kotler, Philip og Gary Armstrong. 1996. *Principles of marketing.* 7th ed. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.
- Redaktører:
  Roos, Göran, Georg von Krogh og Johan Roos, red. 1997. *Strategi som konkurransefortrinn.* Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.

Kapitler i bøker

Amdam, Rolv og Gunnar Yttri. 1998. "The European Productivity Agency, the Norwegian Productivity Institute and management education." I *Missionaries and managers: American influences on European management education, 1945 – 1960,* redigert av T. R. Gourvish and N. Tiratsoo. Manchester: Manchester University Press.

Tidsskriftartikler

Stabell, Charles B. og Øystein D. Fjeldstad. 1998. "Configuring value for competitive advantage: On chains, shops and networks." *Strategic Management Journal,* 19 (5): 413-437.

Tilbake til toppen

Generelle bedømmelseskriterier

Ved Handelshøyskolen BI, Høyskolene og Norges Markedshøyskole benyttes stort sett følgende kriterier ved vurdering av oppgaver:

1) Valg av tema og problemstilling
2) Formulering av problemstillingen
3) Logisk oppbygning/disposisjon
4) Metodevalg
5) Prioritering
6) Analyse og vurdering
7) Kildebruk
8) Språk

Ad. 1: Valg av tema og problemstilling
Temaet bør være faglig interessant og relevant i forhold til det aktuelle faget eller studiet som et hele.

Ad. 2: Formulering av problemstillingen
Det er viktig at utgangspunktet for arbeidet er klart formulert og at problemstillingen er avgrenset slik at arbeidsmengden er realistisk for den gjeldende tidsramme. Det er også viktig at problemstillingen er kort og klart formulert.
Noen eksempler på formuleringstyper kan tas med: "HandelshøyskolenBIs profil hos tidligere og nåværende studenter" (temabeskrivelse). "Hvem velger Handelshøyskolen BI etter hvilke kriterier?" (forskningsspørsmålet som arbeidet kan gi svar på). "Studenter som betaler studiene selv er mer kritiske til Handelshøyskolen BIs servicenivå enn studenter som får betalt studiene av arbeidsgiver" (hypotese).
Problemstillingen er ikke fullstendig formulert uten en klargjøring av de viktigste begrepene, av hvem og hva som skal beskrives og drøftes i arbeidet (enheter og variabler). Ved formuleringen av problemstillingen kan det også utdypes hva som forutsettes og hva som skal undersøkes i oppgaven. Presisering og avgrensing av problemstillingen er vanligvis den mest avgjørende fase i prosjektarbeidet. Erfaringen viser at de studenter som har en klar problemstilling, får mer ut av oppgaven og lager ofte bedre produkt. Den viktigste grunnen til dette er nok at man gjennom en klar beskrivelse av problemet har kommet langt på vei i løsningen av det.

Ad. 3: Logisk oppbygning/disposisjon
Ved prosjektoppgave gjelder en obligatorisk disposisjon som er logisk og hensiktsmessig ved slike oppgaver. Denne eller en lignende disposisjon kan selvsagt også brukes ved de øvrige oppgavetypene. Uansett: De enkelte deler i oppgaven bør komme naturlig etter hverandre slik at det skriftlige arbeidet blir lett å lese, slik at det blir "en rød tråd" i oppgaven. Den røde tråden bør komme frem både i sammendraget og i innholdsfortegnelsen. Sammendraget skal være oppgaven i miniatyr, med forklaring om bakgrunnen for den, problemstilling, metodevalg, kort analysereferat og konklusjon, slik at man kan danne seg et bilde av hva hele oppgaven går ut på. Således må både sammendraget og innholdsfortegnelsen komme foran i oppgaven.

Ad. 4: Metodevalg
Den metoden (eller de metodene) som velges bør være hensiktsmessig ut fra det problemet man jobber med og de rammebetingelser man arbeider under. Metodevalget skal beskrives kort og begrunnes. Foruten valg av problemstilling og valg av formuleringstype tas særlig følgende metodevalg:

- Valg av enhet(er) og variabler, inkludert eventuell utvalgsstrategi og operasjonalisering.
- Valg mellom datakilder (om foreliggende data kan brukes eller om egen datainnsamling er nødvendig).
- Valg av (evt.) undersøkelsesopplegg.
- Valg av databehandlings- og analyseopplegg.

Også tolkning og rapportering kan evt. betraktes som metodevalg.

Ad. 5: Prioritering
Den som skriver en oppgave bør ikke ta med alt, men prioritere mellom mer og mindre relevant stoff. Hva som er relevant, avhenger av problemstillingen. Man bør evt. bruke vedlegg for dokumentasjon av tabellstoff, o.l.

Ad. 6: Analyse og vurdering

Å skrive en oppgave innebærer innsamling av informasjon (data). Det er sjelden nok å fortelle og beskrive slik informasjon. Studentene bør først og fremst bruke informasjon, dvs. foreta en selvstendig analyse, vurdering og tolkning av informasjon i forhold til problemstillingen.

Ad. 7: Kildebruk
Ved oppgaveløsning samles og brukes (analyseres, vurderes og tolkes) informasjon. Et vesentlig bedømmelseskriterium er hvordan tilgjengelig faglitteratur blir brukt innholdsmessig, både ved valg og utforming av problemstillingen og ved gjennomføringen av selve oppgaven. Med mindre annet er avtalt skal litteraturbruken imidlertid være middel og ikke mål i seg selv. Det er m.a.o. igjen problemstillingen som avgjør hva som er relevant faglitteratur som bør brukes og hva som ikke er relevant. Det er en selvfølge at enhver leser og sensor lett skal kunne identifisere den kilde eller de kildene som er grunnlag for studentens argumentasjon, redegjørelse eller drøfting. Se forøvrig **"Referanser og literaturlister".**

Ad. 8: Språk
Ved vurderingen av hjemmeeksamener, prosjekt- og fagoppgaver legges det vekt på rettskrivning og språkføring, og at språket er tilpasset lesergruppen. Dårlig språkføring og svak rettskrivning teller negativt !

Tilbake til toppen

Innlevering av diplomoppgaver

Det henvises til egen kursbeskrivelse av diplomarbeid. Egen rettledning for løsning og innlevering av diplomoppgaven på diplommarkedsførerstudiets 3. år utarbeides ved NMH.

Retningslinjer for endring av kurskoder

Høyskolerådet vedtok 13. mai 1991 følgende retningslinjer for endring av kurskoder.
Endring av kurskode skjer når:
- kursinnhold og/eller målformulering er vesentlig endret
- vekttall er endret
- nytt kurs innføres.

Endring av kurskode skjer ikke automatisk når:
- obligatorisk litteratur endres
- hjelpemidler til eksamen endres
- kursinnhold og/eller målformuleringer justeres
- eksamensform endres.

For studentene betyr dette at de alltid må lese kursbeskrivelsen(e) som gjelder for eksamen det semesteret – studieåret – eksamen skal avlegges.

Retningslinjer for kontinuasjonseksamener

Følgende retningslinjer ble vedtatt i Høyskolerådet 13. mai 1991:
Kontinuasjonseksamener avholdes normalt ved neste ordinære eksamen i det enkelte kurs.
Eventuelle ekstraordinære kontinuasjonseksamener i påfølgende semester besluttes av Undervisningsutvalget BI-HS/NMH.

Se også Eksamenspåmelding og Eksamensavmelding.

Tilbake til toppen

Eksamenspåmelding, eksamensavmelding og eksamenssted

Det vises til Studiereglement for Handelshøyskolen BI.
Studentene må lese kursbeskrivelsen(e) som gjelder for eksamen det semesteret – studieåret – eksamen skal avlegges.

Eksamenspåmelding

Eksamenspåmelding gjelder kandidater som har hengefag eller ønsker å forbedre tidligere oppnådd(e) resultat(er) fra tidligere semestre og som er innenfor fullføringsfristen på studiet. Kandidatene har selv ansvaret for å registrere seg for aktuell(e) eksamen(er) hvert semester

Studenter som blir påmeldt til undervisning og eksamen kommende studieår skal følge reglene for Eksamensavmelding nedenfor

Eksamensavmelding

Studentene blir påmeldt til undervisning hvert semester i aktuelle kurs som inngår i studiet. Kandidatene blir påmeldt til eksamen i de respektive kursene i det semesteret eksamen avholdes.
Kandidatene kan melde seg av eksamen innen fristen hvert semester. Dersom kandidatene ikke melder seg av eksamen innen fristen, registreres ett – 1 – eksamensforsøk i de(t) aktuelle kurs. Kandidatene har maksimalt tre eksamensforsøk.

Frister for eksamensavmelding er:
UKE 40 i høstsemesteret
UKE 10 i vårsemesteret

Eksamenssted

Kandidatens eksamenssted skal forstås med den høyskolen der du er tatt opp som student. Et unntak er studenter ved Handelshøyskolen BI , Fjernundervisning som må oppgi hvilken av BIs høyskoler eksamen ønskes avlagt ved.

Endring av eksamenssted

Kandidater som er påmeldt til eksamen kan søke om å endre eksamenssted til en av BIs andre høyskoler.

Frister for å søke om endring av eksamenssted:
UKE 40 i høstsemesteret
UKE 10 i vårsemesteret

Tilbake til toppen

Eksamen i utlandet

Studenter som er påmeldt til eksamen og som ønsker å avlegge eksamen i utlandet, må ta direkte kontakt med Eksamenskontoret for BI Høyskolene i Sandvika innen uke 44 for høstsemesteret og uke 14 for vårsemesteret.

Administrasjonsgebyret er kr 500,- pr. eksamen. (Administrasjonsgebyr gjelder ikke studenter ved BI Fjernundervisning)

Eksamen skal finne sted ved en norsk ambassade/konsulat. Studenten må selv kontakte ambassaden eller konsulatet for å få en skriftlig bekreftelse av den som påtar seg ansvaret for gjennomføringen av eksamen. Denne bekreftelsen sendes Eksamenskontoret sammen med kvittering for betalt administrasjonsgebyr. Uten denne bekreftelsen vil eksamensoppgaven ikke bli sendt.
Den administrativt ansvarlige må kunne snakke og lese norsk. Dette kravet er begrunnet med at den eksamensansvarlige må kunne kontrollere at det kun benyttes tillatte hjelpemidler og at eventuelle notater i disse er lovlige.

Eventuelle administrasjonskostnader ved eksamensstedet dekkes av studenten selv.
Selv om det er tidsforskjell mellom norsk og utenlandsk tid, skal eksamen i utlandet alltid avholdes til samme tid som

i Norge Hvis dette ikke er mulig, skal eksamen i utlandet avholdes senere enn i Norge

Innpassing av ekstern utdanning

Handelshøyskolen BI, Høyskolene godkjenner inntil 40 vekttall fra Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon fra de statlige høyskolene
Søknad om innpassing sendes studiestedet Søknaden må inneholde fullstendige kursbeskrivelser og annen relevant faglig dokumentasjon om studiet Søknaden vil ellers ikke bli behandlet

Fritak for eksamen

Særskilt søknadsskjema benyttes. Se Studiereglement for Handelshøyskolen BI. Søknaden sendes til din Høyskole, vedlagt følgende dokumentasjon:

- Attestert kopi av vitnemål
- Kursbeskrivelse som omhandler innhold, omfang og eksamensform på kurset
- Pensumoversikt

Ufullstendige søknader vil bli avvist

Det/de kurs som danner grunnlag for fritakssøknaden må være avlagt på et godkjent studium og må minst ha samme nivå og omfang som tilsvarende kurs ved Handelshøyskolen BI Det gis ikke fritak for valgfri spesialisering på diplomøkonomstudiets 3. år

Søknadsfrister for fritak:
Høstsemes uke 36
tret:
Vårsemest uke 6
eret:

Ved hver søknadsrunde kan det søkes om fritak for eksamener både i høst- og vårsemesteret.

Tilbake til toppen

Offentliggjøring av sensur

Televoice - Sensurtelefonen

Televoice er en talende datamaskin som man kommer i kontakt med ved å ringe telefon 67 54 00 00. Sensur vil bli offentliggjort fortløpende ved hjelp av sensurtelefonen 25 virkedager etter hver eksamen. Ved hjelp av en tone-signaliserende telefon med «firkanttast» kan man her oppgi sitt ID-nummer (studentnummer) og få opplyst alle karakterer som er kommet inn uansett studium. Det understrekes at opplysninger om sensur ikke blir gitt på telefonhenvendelser til Handelshøyskolen BI.

All sensur skal foreligge på sensurtelefonen senest 10. august (for vårsemesteret) og 10. februar (for høstsemesteret). Disse datoene er å anse som offentlige sensurdatoer Det vises forøvrig til Studiereglement ved Handelshøyskolen BI.

Klage på sensur

Det vises til Studiereglement ved Handelshøyskolen BI og Forskrift om begrunnelse og klage ved universitets- og høyskoleeksamener.
Kandidater på eiendomsmeglerstudiets 2. avdeling følger alltid de regler som er fastsatt av Finansdepartementet i Forskrift om eiendomsmegling.

1. Frist for anmodning om sensurbegrunnelse

Fristen for å anmode om sensurbegrunnelse er 2 – to – uker etter offentliggjøring av sensur. Særskilt skjema for anmodning om sensurbegrunnelse skal benyttes Skjemaet fås ved henvendelse til ditt studiested og leveres ved personlig fremmøte. Anmodning om sensurbegrunnelse må fylles ut nøyaktig. Det er spesielt viktig at kandidaten(e) påpeker hvilke forhold som tilsier at den oppnådde karakteren er feil Dersom sensorveiledning foreligger, bør den benyttes som underlag for den faglige begrunnelsen for å få innvilget søknad om sensurbegrunnelse.

En generell og ikke faglig begrunnet anmodning om sensurbegrunnelse vil bli avvist. Hvis anmodning om

sensurbegrunnelse blir innvilget, får kandidaten avtale om samtaletid med sensor eller eventuelt en skriftlig tilbakemelding fra sensor

2. Sensurbegrunnelse

Nærmere informasjon om hvordan sensurbegrunnelsen foregår, fås ved henvendelse til studiestedet Kandidater som ikke møter til avtalt samtaletid med sensor, anses å ha trukket anmodningen om sensurbegrunnelse tilbake

3. Omsensur

Fristen for å kreve omsensur er 1 - en - uke etter at sensurbegrunnelse har funnet sted eller skriftlig sensurbegrunnelse er mottatt.

Dersom kandidaten ønsker omsensur etter å ha mottatt sensurbegrunnelse, må kandidaten selv levere eller sende den rosa kopien av skjemaet til sitt studiested. Ved krav om omsensur må alle berørte kandidater skrive under kravet og skjemaet fylles nøye ut med kandidatenes data.

Kandidatene bør merke seg at omsensur kan føre til en dårligere karakter enn den opprinnelige. Ny karakter er endelig.

Tilbake til toppen

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomløkonomstudiet i bank og finans (2. år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 98511 ut 09 kont.
25.11	BØK 98041 09-14 kont.
29.11	SPÅ 98561 98581 98601 98651 09-14 kont.
03.12	BØK 96131 09-15
06.12	BØK 94321 09-12
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	INF 98511 inn 15 kont.
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 98511 ut 09
18.05	INF 98511 inn 15
22.05	SPÅ 98561 98581 98601 09-14
26.05	BØK 98041 09-14

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3. år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	DIP 20201
26.11	SØK 96123 09-13
02.12	DST 20211 09-12
03.12	SØK 96122 ut 09
17.12	SØK 96122 inn 15

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
22.05	BØK 99501 09-14
31.05	DST 20221 09-12
15.06	DIP 20201 inn 15

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	PRO 99101 ut 09 INF 99201 ut 09
22.11	PRO 99101 inn 15
25.11	INF 99201 inn 15
29.11	ORG 96011 09-14
30.11	INF 99101 ut 15
01.12	INF 99101 inn 15
02.12	MET 80061 ut 09
13.12	INF 99202 09-10
16.12	MET 80061 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 99203 ut 09
23.05	INF 99203 inn15
31.05	INF 99204 09-10
05.06	BØK 89501 09-12
09.06	BØK 97001 09-14
13.06	JUR 97551 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i logistikk (1.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
26.11	MRK 86141 09-14
29.11	ORG 96011 09-14
02.12	MET 80061 ut 09
07.12	MAD 92141 09-12
14.12	MET 91001 09-13
16.12	MET 80061 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomistudiet i logistikk våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
18.05	INF 96501 inn 15
26.05	SØK 84001 ut 15
29.05	SØK 84001 inn 15
05.06	BØK 89501 09-12
09.06	BØK 97001 09-14

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3. år) høsten 1999

(Til eksamensplanen for spesialiseringer på Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3. år) høst)
(Til eksamensplanen for spesialiseringer på Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3 år) vår)

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	STR 96341 ut 09
02.12	BØK 99311 09-14 BØK 94311 09-14 kont.
06.12	BØK 94321 09-12
10.12	STR 96341 inn 15

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år) våren 2000

(Til eksamensplanen for spesialiseringer på Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3. år) høst)
(Til eksamensplanen for spesialiseringer på Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3. år) vår)

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	MRK 98331 ut 09
31.03	MRK 98331 inn 15

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Spesielisering 3. studieår - Høst 1999

Eksamensplan for Spesialisering 3. studieår høsten 1999

(Til eksamensplanen for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon 3. år - obligatoriske kurs, høst)
(Til eksamensplanen for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon 3. år - obligatoriske kurs, vår)

Dato	Info-ledelse	Mennesk. ressurs-forvaltn.	Samf-øk.	Logistikk	Regns.- og skatt	Marked sføring	Pros.j adm.	Øk.styr. invest.	Bed.-utviklin
SEM START **Høst 99** **Vår 2000**	DIP 11301 DST 11201 kont. ut 09 11202 kont. ut 09	DIP 14401 DST 14201 kont. ut 09	DST 16231 kont. ut 09	DIP 17301 DST 17201 kont. ut 09	DIP 18301 DST 18201 kont. ut 09	DIP 19301 DST 19201 kont. ut 09	DIP 25301 DST 25221 kont. ut 09	DIP 95301 DST 95201 kont. ut 09	DIP 97301 DST 97301 97221 kont. 97201 kont. ut 09
1.modul	DST 11301 11151 kont. ut 09								
14 dager før 3.modul ca. 11.11	DST 11301 11151 kont. inn 15								
08.12			DST 16241 kont. 09-12					DST 95301 95241 kont. 09-12	
13.12					DST 18301 18241 kont. 09-12				
15.12									DST 97221 kont. inn 15
14.01	DST 11201 kont. inn 15								

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Spesialisering 3. studieår - Vår 2000

Eksamensplan for Spesielisering 3. studieår våren 2000

(Til eksamensplanen for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon 3. år - obligatoriske kurs, høst)
(Til eksamensplanen for Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon 3. år - obligatoriske kurs, vår)

Dato	Info-ledelse	Mennesk. ressurs-forvaltn.	Samf-øk.	Logistikk	Regns.- og skatt	Markeds føring	Pros.j.-adm.	Øk.styr. invest.	Bed.-utvikling
19.05	DIP 11301 inn 15								
29.05		DST 14401 14221 kont. 09-14	DST 16251 kont. 09-12			DST 19301 19221 kont. 09-14			
30.05				DST 17301 17221 kont. 09-14	DST 18351 18251 kont. 09-12		DST 25301 25241 kont. 09-14		
31.05	DST 11302 11161 kont. 09-14							DST 95351 95251 kont. 09-12	DST 97231 09-13
12.06	DST 11202 kont. inn 15	DST 14201 kont. inn 15	DST 16231 kont. inn 15	DST 17201 kont. inn 15	DST 18201 kont. inn 15	DST 19201 kont. inn 15	DST 25221 kont. inn 15	DST 95201 kont. inn 15	DST 97301 97201 kont. inn 15
15.06		DIP 14401 inn 15		DIP 17301 inn 15	DIP 18301 inn 15	DIP 19301 inn 15	DIP 25301 inn 15	DIP 95301 inn 15	DIP 97301 inn 15

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonmstudiet i reiselivledelse (2.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
24.11	RLS 93161 09-12 kont.
26.11	RLS 93121 09-14
29.11	RLS 98141 09-14
01.12	RLS 98101 09-14
03.12	RLS 98171 09-13 kont.
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	RLS 95501 ut 15 kont.
13.12	RLS 95501 inn 15 kont.
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
22.05	RLS 93161 09-12
26.05	RLS 95501 ut 15 siste gang
29.05	RLS 95501 inn 15 siste gang
05.06	RLS 98171 09-13
06.06	RLS 99501 ut 09
13.06	RLS 99501 inn 15
19.06	RLS 99502 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	RLS 94291 ut 09 kont.
29.11	SPÅ 98581 98601 98651 09-14 RLS 94221 94241 94261 09-14 kont.
02.12	RLS 94201 09-14
07.12	RLS 99211 09-14
10.12	RLS 99212 95211 ut 15 kont.
13.12	RLS 99212 95211 inn 15 kont.
16.12	RLS 94291 inn 15 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	RLS 99301 ut 09 RLS 94291 94301 ut 09 kont.
31.03	RLS 99301 inn 15 RLS 94301 inn 15 kont.
31.05	RLS 94281 09-12
15.06	RLS 99291 inn 15 RLS 9429 inn 15 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Eiendomsmeglerstudiet (2.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Eiendomsmeglerstudiet (2.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
24.11	EMS 99201 ut 09 EMS 95201 ut 09 kont.
26.11	EMS 91141 09-14
30.11	EMS 94191 09-14 kont.
02.12	EMS 91161 09-14 kont.
07.12	EMS 95151 09-14
10.12	EMS 95171 09-14 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Eiendomsmeglerstudiet (2.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Eiendomsmeglerstudiet (2. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
31.03	EMS 99201 95201kont. inn 15
28.04	EMS 94191 09-14
02.05	EMS 91161 09-14
08.05	EMS 95171 09-14

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i bedriftsøkonomi - Høst 1999

Eksamensplan for Grunnfag i bedriftsøkonomi høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTERS TART	INF 96501 ut 09
04.11	BØK 9700 case ut 09
17.11	ORG 98531 ut 09
26.11	MRK 86141 09-14
29.11	ORG 96011 09-14
01.12	ORG 98531 inn 15
02.12	MET 80061 ut 09
03.12	MRK 97101 ut 15 JUR 97551 09-12
06.12	MRK 97101 inn 15
07.12	MAD 92141 09-12
09.12	BØK 97001 15-20
10.12	SØK 84001 ut 15 INF 96501 inn 15
13.12	SØK 84001 inn 15
14.12	MET 91001 09-13
15.12	PRO 97001 inn 15
16.12	MET 80061 09-12
17.12	BØK 89501 15-18

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i bedriftsøkonomi - Vår 2000

Eksamensplan for Grunnfag i bedriftsøkonomi våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
02.05	ORG 98531 ut 09
16.05	ORG 98531 inn 09 ORG 96011 09-14 kont.
18.05	INF 96501 inn 15
19.05	MRK 97101 ut 15
22.05	MRK 97101 inn 15
24.05	MAD 92141 09-12
25.05	MRK 86141 09-14
26.05	SØK 84001 ut 15
29.05	SØK 84001 inn 15
30.05	MET 91001 15-19
05.06	BØK 89501 09-12 MET 80061 ut 09
09.06	BØK 97001 09-14
13.06	JUR 97551 09-12
15.06	PRO 97001 inn 15
19.06	MET 80061 09-12

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt - Høst 1999

Eksamensplan i Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09 kont.
06.09	MRK 10802 ut 09
17.11	ORG 98531 ut 09
19.11	MRK 10802 inn 15
24.11	MRK 98011 09-13 kont.
25.11	MRK 10803 09-11 MRK 10801 09-12 kont.
01.12	ORG 98531 inn 15
03.12	MRK 98301 09-14 INS 70501 ut 15 kont.
06.12	INS 70501 inn 15 kont.
08.12	INS 93011 09-12
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	INF 96501 inn 15 kont. INS 98701 ut 15 kont.
13.12	INS 98701 inn 15 kont.
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt - Vår 2000

Eksamensplan for Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
	01.03 MRK 10802 ut 09 kont.
02.05	ORG 98531 ut 09
16.05	ORG 98531 inn 15
18.05	INF 96501 inn 15
19.05	INS 70501 ut 15 MRK 98301 09-14 kont.
22.05	INS 70501 inn 15
24.05	MAD 92141 09-12 kont.
26.05	INS 98701 ut 15
29.05	INS 98701 inn 15
31.05	MRK 98011 09-13 MRK 10802 inn 15 kont.
05.06	MRK 10803 09-11 kont.
08.06	MRK 98601 ut 09 kont.
15.06	MRK 98601 inn 15 kont.
19.06	MRK 98602 09-11 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering - Høst 1999

Eksamensplan i Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09 kont.
06.09	MRK 10802 ut 09
17.11	ORG 98531 ut 09
19.11	MRK 10802 inn 15
24.11	MRK 98011 09-13 kont.
25.11	MRK 10803 09-11 MRK 10801 09-12 kont.
29.11	SPÅ 98561 98581 98651 09-14 SPÅ 98601 09-14 kont.
01.12	ORG 98531 inn 15
03.12	MRK 98301 09-14
06.12	MRK 10701 09-12
07.12	MAD 92141 09-12
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	INF 96501 inn 15 kont.
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering - Vår 2000

Eksamensplan for Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
	01.03 MRK 10802 ut 09 kont.
02.05	ORG 98531 ut 09
16.05	ORG 98531 inn 15
18.05	INF 96501 inn 15
19.05	MRK 98301 09-14 kont.
22.05	SPÅ 98601 98561 98581 98651kont. 09-14
24.05	MAD 92141 09-12
31.05	MRK 98011 09-13 MRK 10802 inn 15 kont.
05.06	MRK 10803 09-11 kont.
08.06	MRK 98601 ut 09 kont.
09.06	MRK 10701 09-12
15.06	MRK 98601 inn 15 kont.
19.06	MRK 98602 09-11 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedskommunikasjon - Høst 1999

Eksamensplan for Grunnfag i markedskommunikasjon høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09 kont.
06.09	MRK 10802 ut 09
17.11	ORG 98531 ut 09
19.11	MRK 10802 inn 15
24.11	MRK 98011 09-13 kont.
25.11	MRK 10803 09-11 MRK 10801 09-12 kont.
29.11	MRK 98031 09-12 kont.
01.12	ORG 98531 inn 15
03.12	MRK 98301 09-14
07.12	MAD 92141 09-12
08.12	MRK 98021 09-12
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	INF 96501 inn 15 kont. MRK 70701 ut 15 kont.
13.12	MRK 70701 inn 15
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedskommunikasjon - Vår 2000

Eksamensplan for Grunnfag i markedskommunikasjon våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
	01.03 MRK 10802 ut 09
02.05	ORG 98531 ut 09
16.05	ORG 98531 inn 15
18.05	INF 96501 inn 15
19.05	MRK 98301 09-14 kont.
24.05	MAD 92141 09-12
26.05	MRK 70701 ut 15 MRK 98021 09-12
29.05	MRK 70701 inn 15
31.05	MRK 98011 09-13 MRK 10802 inn 15 kont.
05.06	MRK 10803 09-11 kont.
08.06	MRK 98601 ut 09 kont.
13.06	MRK 98031 09-12
15.06	MRK 98601 inn 15 kont.
19.06	MRK 98602 09-11 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedsøkonomi - Høst 1999

Eksamensplan for Grunnfag i markedsøkonomi høsten 1999

Dato	Eksamenskode
04.11	BØK 9700 case ut 09
22.11	MRK 98311 09-12 kont.
26.11	MRK 86141 09-14
29.11	ORG 96011 09-14
02.12	MET 80061 ut 09
03.12	MRK 97101 ut 15 JUR 10301 09-12
06.12	MRK 97101 inn 15
08.12	HIS 97101 09-13
09.12	BØK 97001 15-20
10.12	SØK 84001 ut 15
13.12	SØK 84001 inn 15
16.12	MET 80061 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedsøkonomi - Vår 2000

Eksamensplan for Markedsøkonomi våren 2000

Dato	Eksamenskode
15.05	MRK 98311 09-12
16.05	ORG 96011 09-14 kont.
19.05	MRK 97101 ut 15
22.05	MRK 97101 inn 15
25.05	MRK 86141 09-14
26.05	SØK 84001 ut 15
29.05	SØK 84001 inn 15
31.05	HIS 97101 09-13 kont.
05.06	MET 80061 ut 09
09.06	BØK 97001 09-14
13.06	JUR 10301 09-12
19.06	MET 80061 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (2.år og ARF) - Høst 1999

Eksamensplan for Høyskolestudiet i økonomi og administrasjon (2.år og ARF) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09 kont.
17.11	ORG 98531 ut 09
24.11	SØK 97111 15-20 kont.
26.11	SØK 93541 09-14
29.11	SPÅ 98561 98581 98651 09-14 SPÅ 98601 09-14 kont.
01.12	ORG 98531 inn 15
03.12	BØK 98051 09-12
06.12	JUR 98081 15-18 kont.
07.12	MAD 92141 09-12
08.12	JUR 98071 09-12
09.12	MRK 98601 ut 09
10.12	BØK 98101 09-14 INF 96501 inn 15 kont.
13.12	BØK 98531 15-20 kont.
16.12	MRK 98601 inn 15
20.12	MRK 98602 09-11

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (2.år og ARF) - Vår 2000

Eksamensplan for Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år og ARF) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INF 96501 ut 09
02.05	ORG 98531 ut 09
16.05	ORG 98531 inn 15
18.05	INF 96501 inn 15
19.05	JUR 98071 09-12 kont.
22.05	SPÅ 98601 09-14 SPÅ 98561 98581 98651 09-14 kont.
24.05	MAD 92141 09-12
26.05	BØK 98051 09-12
31.05	BØK 98531 09-14
05.06	SØK 93541 09-14
06.06	BØK 98101 09-14
08.06	SØK 97111 09-14 MRK 98601 ut 09 kont.
14.06	JUR 98081 09-12
15.06	MRK 98601 inn 15 kont.
19.06	MRK 98602 09-11 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Informasjon og samfunnskontakt (3. år) - Høst 1999

Eksamensplan for Informasjon og samfunnskontakt (3.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INS 90201 ut 09 kont.
19.11	MRK 99601 ut 09 ORG 50801 ut 15 kont. MRK 50601 ut 09 kont.
22.11	ORG 50801 inn 15 kont.
26.11	MRK 99601 inn 15 MRK 50601 inn 15 kont.
29.11	INS 99201 09-12 INS 70801 09-13 kont.
30.11	MRK 99001 ut 09
06.12	INS 7120 09-12 kont.
07.12	MRK 99001 inn 15
09.12	INS 99401 09-12
10.12	INS 99301 ut 09 MRK 11901 ut 09 kont.
15.12	INS 90201 inn 15 kont.
17.12	INS 99301 inn 15 MRK 11901 inn 15 kont.

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Informasjon og samfunnskontakt (3. år) - Vår 2000

Eksamensplan for Informasjon og samfunnskontakt (3. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	INS 90201 ut 09 kont. siste gang
06.05	ORG 50801 ut 15 kont. siste gang
08.05	ORG 50801 inn 15 kont. siste gang
19.05	INS 99101 ut 09 MRK 11901 ut 09 kont. siste gang
26.05	INS 99101 inn15 MRK 11901 inn 09 kont. siste gang
31.05	INS 70801 09-13 kont. siste gang
06.06	MRK 50601 ut 09 kont. siste gang
08.06	INS 71201 09-12 kont. siste gang
13.06	MRK 50601 inn 15 kont. siste gang
15.06	MRK 99501 inn 15 INS 90201 inn 15 kont. siste gang

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	ORG 99801 ut 09 MRK 90301 ut 09 kont.
19.11	MRK 99601 ut 09 ORG 50801 ut 15 kont. MRK 50601 ut 09 kont.
22.11	ORG 50801 inn 15 kont.
26.11	MRK 99601 inn 15 MRK 50601 inn 15 kont.
29.11	MRK 99101 09-13
30.11	MRK 99001 ut 09 MRK 1400 09-12 kont.
06.12	MRK 15001 09-12 kont.
07.12	MRK 99001 inn 15
10.12	MRK 11901 ut 09 kont.
15.12	ORG 99801 inn 15 MRK 90301 inn 15 kont.
17.12	MRK 11901 inn 15 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	MRK 90301 ut 09 kont. siste gang
06.05	ORG 50801 ut 15 kont. siste gang
08.05	ORG 50801 inn 15 kont. siste gang
15.05	MRK 13001 09-12
19.05	MRK 99201 ut 09 MRK 11901 ut 09 kont. siste gang
26.05	MRK 99201 inn 15 MRK 11901 inn 15 kont. siste gang
31.05	MRK 15001 09-12 kont. siste gang
06.06	MRK 50601 ut 09 kont. siste gang
08.06	MRK 99001 ut 09 MRK 14001 09-12 kont. siste gang
13.06	MRK 50601 inn 15 kont. siste gang
15.06	MRK 99501 inn 15 MRK 90301 90401 inn 15 kont. siste gang
19.06	MRK 99202 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Markedskommunikasjon (3.år) - Høst 1999

Eksamensplan for Markedskommunikasjon (3.år) høsten 1999

Dato	Eksamenskode
SEMESTER START	ORG 99801 ut 09
19.11	MRK 99601 ut 09 ORG 50801 ut 15 kont. MRK 50601 ut 09 kont.
22.11	ORG 50801 inn 15 kont.
26.11	MRK 99601 inn 15 MRK 50601 inn 15 kont.
29.11	MRK 99901 09-13 MRK 96901 09-13 kont.
30.11	MRK 99001 ut 09
06.12	MRK 7110 09-12 kont.
07.12	MRK 99001 inn 15
10.12	MRK 11901 ut 09 kont.
15.12	ORG 99801 inn 15
17.12	MRK 11901 inn 15 kont.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Markedskommunikasjon (3.år) - Vår 2000

Eksamensplan for Markedskommunikasjon (3. år) våren 2000

Dato	Eksamenskode
06.05	ORG 50801 ut 15 kont. siste gang
08.05	ORG 50801 inn 15 kont. siste gang
19.05	MRK 99201 ut 09 MRK 11901 ut 09 kont. siste gang
26.05	MRK 99201 inn 15 MRK 11901 inn 15 kont. siste gang
29.05	MRK 96201 ut 09
31.05	MRK 71101 09-12 kont. siste gang
05.06	MRK 96201 inn 09
06.06	MRK 50601 ut 09 kont. siste gang
08.06	MRK 99001 ut 09 MRK 14001 09-12 kont. siste gang
09.06	MRK 96901 09-13 kont. siste gang
13.06	MRK 50601 inn 15 kont. siste gang
15.06	MRK 99501 inn 15 MRK 99001 inn 15 MRK 90401 inn 15 kont. siste gang
19.06	MRK 99202 09-12

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)

Heltid

Normalstudieplan diplomøkonomstudiet i bank og finans – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
BØK 9432	Finansiell styring	2	36 Fv 3t	
BØK 9613	Bedriftsanalyse	5	105 E 6t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F+ E 2t	
SPÅ *	Interkulturell kommunikasjon	4		105 E 5t +M
INF 9851	Informasjonsledelse for bankfag	2		42 P
BØK 9804	Finansiell og juridisk rådgivning	5		105 E 5t
		20		

E = Skriftlig eksamen, M = Muntlig eksamen, P = Prosjektoppgave, Fv = Flervalgseksamen, F = Fagoppgave.

* Interkulturell kommunikasjon

SPÅ 9856	Intercultural Communication in English, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9857	Intercultural Communication in English, Muntlig V (M)
SPÅ 9858	Interkulturell kommunikasjon i tysk, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9859	Interkulturell kommunikasjon i tysk, Muntlig V (M)
SPÅ 9860	Interkulturell kommunikasjon i fransk, Skriftlig V (E 5t)
SPÅ 9861	Interkulturell kommunikasjon i frans, Muntlig V (M)
SPÅ 9865	Spansk, Skriftlig (E 5t)- tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen
SPÅ 9866	Spansk, Muntlig (M) – tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen

Studieplanen omfatter 435 kurstimer over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg til forelesningene, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet.

Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid, eventuelt bruke kortere tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid, også kalt normert studietid For utfyllende opplysninger vedrørende eksamenspåmelding, bes studentene lese kapitlet Studieadministrativ informasjon i studiehåndboken for Høyskolene.

Se forøvrig Studiereglementer for Handelshøyskolen BI

Normalstudieplan - heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem
SØK 9612	Bank og samfunn	5	105 F+E 4t	
BØK 9950	Styring av finansforetak	5		90 E 5t
DST*	Spesialisering i finans m/diplomoppgave	10	E 3t	E 3t + D
		20		

E = Skriftlig eksamen, D = Diplomoppgave.

* Spesialisering i finans

DST 2021	Verdipapir- og porteføljeanalyse, 2 vekttall (E 3t)
DST 2022	Risikostyring og internasjonal finans, 3 vekttall (E 3t)
DST 2020	Diplomoppgave, 5 vekttall (D)

Studieplanen omfatter 375 kurstimer over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg til forelesningene, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet. Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid. Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi 2. år har oppstart høsten 2000, og 3. året kan først påbegynnes høsten 2001.

Normalstudieplan for tilpasset grunnfag i bedriftsøkonomi – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t	
PRO 9910	Prosjektledelse	2	42 P	
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2	42 C+Fv 3t	
INF 9910	Internett/WEB	2	42 F 24t	
INF 9920	Teknisk infrastruktur	4	42 P + Fv 1t	42 P + Fv 1t
BØK 8950	Investering og finansiering	2		42 Fv 3t
JUR 9755	Forretningsjus	2		42 E 3t
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4		84 C+E 5t
SUM		20		

E = Skriftlig eksamen, P = Prosjektoppgave, Fv = Flervalgseksamen, F = Fagoppgave, C = Case som må løses, men s ikke skal innleveres

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i Logistikk (1. år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid. Diplomøkonomstudiet i logistik's 2 år starter høsten 2000, og 3 året kan først påbegynnes høsten 2001.

Normalstudieplan for tilpasset grunnfag i bedriftsøkonomi – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2	42 E 5t	
MET 9100	Matematikk for økonomer	2	42 E 4t	
MAD 9214	Logistikk	2	42E 3t	
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t	
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2	42 C+Fv 3t	
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42F
BØK 8950	Investering og finansiering	2		42 Fv 3t
SØK 8400	Makroøkonomi	2		42 H
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4		84 C+E 5t
SUM		20		

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Heltid

Normalstudieplan diplomøkonomstudiet – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem
BØK 9432	Finansiell styring	2	36 Fv 3t	
STR 9634	Strategisk ledelse	3	54 P	
BØK 9931	Modellering av bedriftsøkonomiske problemstillinger	2	36 E 5t	
DST*	Spesialisering	10	54	126 D
MRK 9833	Internasjonal markedsføring	3		54 C
		20	180	180

Fv = Flervalgseksamen, E = Skriftlig eksamen, P = Prosjektarbeid, C = Case, Diplomoppgave

* Spesialiseringer studieåret 1999/2000:
Bedriftsutvikling
Informasjonsledelse
Logistikk
Markedsføring
Personalledelse
Prosjektadministrasjon
Regnskap og skatt
Økonomistyring og investeringsanalyse

Spesialiseringene gjennomføres over to semestre og har en ramme på 180 kurstimer. Se forøvrig den enkelte kursbeskrivelse for nærmere informasjon om gjennomføring og eksamen.

Studieplanen omfatter 360 kurstimer over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet innenfor normert studietid. Handelshøyskolen BI gjør spesielt oppmerksom på studentenes ansvar for egen læring når det gjelder utbytte og faglig forståelse i spesialiseringsdelen.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Heltid

Normalstudieplan diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
RLS 9810	Introduksjon til reiseliv som næring og samf.sektor	4	84 E 5t	
RLS 9312	Markedsøkonomi for reiselivsnæringen	2	42 E 5t	
RLS *	Intercultural Communication for Travel and Tourism	4	42 E 5t	42 M
RLS 9316	Norge som reiselivsland, kulturen og folket	2		42 E 3t
RLS 9950	Reiselivsmarkedsføring: Serviceledelse, konseptutvikling og nye medier	4		84 F+ E 3t
RLS 9817	Budsjettering i service-/ og reiselivsbransjen	2		42 E 4t
		20		

F = Fagoppgave, E = Skriftlig eksamen, M = Muntlig, H = Hjemmeeksamen

* RLS 9814 Intercultural Communication for Travel and Tourism, skriftlig (E 5t) og
RLS 9815 International Negotiations and Business Presentations, muntlig (M)

Studieplanen omfatter 420 kurstimer over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg til forelesningene, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet. Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid, også kalt normert studietid.

Normalstudieplan diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem
RLS 9921	Strategisk ledelse i reiselivsnæringen	4	72 H+E 5t	
RLS 9420	Økonomistyring III	2	36 E 5t	
SPÅ*	Fransk, tysk eller spansk	4	105 E 5t+M	
RLS 9930	Internasjonal reiselivsmarkedsføring	3		54 C
RLS 9428	Internasjonal økonomi	2		36 E 3t
RLS 9929	Diplomoppgave i reiseliv	5		D
		20		

H = Hjemmeeksamen, E = Skriftlig eksamen, M = Muntlig eksamen, C = Case, D = Diplomoppgave

*SPÅ 9858	Interkulturell kommunikasjon i tysk, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9859	Interkulturell kommunikasjon i tysk, Muntlig V (M)
SPÅ 9860	Interkulturell kommunikasjon i fransk, Skriftlig V (E 5t)
SPÅ 9861	Interkulturell kommunikasjon i frans, Muntlig V (M)
SPÅ 9865	Spansk, Skriftlig (E 5t)- tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen
SPÅ 9866	Spansk, Muntlig (M) – tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen

Studieplanen omfatter 321 kurstimer over to semestre. Veiledning i prosjektarbeidet kommer i tillegg. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg til forelesningene og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet innenfor normert studietid.

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Diplomeksportmarkedsførerstudiet

Heltid

Heltidsstudiet i utlandet utgjør 1 1/2 år (5 , 6 7 semester) 8 og siste semmester gjennomføres ved NMH, og utgjør ett semester, dvs ½ år

1 år er grunnfag i markedsøkonomi og 2. år er grunnfag i markedsføring og internasjonalisering

Normalstudieplan heltidsstudium:

Kursnavn	Vektta ll	5. sem	6.se m	7.se m	8. sem
Cross cultural perspectives – EXP 9120	2	32 H 72t			
The Norwegian Export Scene – EXP 9070	2	40 E 3t			
Language and culture II*	6		X		
Diploma project I in International Marketing*	4		X		
Host Country Marketing*	6			X	
Diploma project II in International Business*	4			X	
International marketing strategy and management*	6			X	
Advanced Product Management - EXP 9930	2				40 K+E+(P/C)
Human Resource Management in International Business – EXP 9940	2				40 K+E+(P/CS)
Strategy Development in International Markets – EXP 9950	6				40 K+E+(P/CS)
	40				

H = Hjemmeeksamen, E = Skriftlig eksamen, K= Klassedeltaglese, P= Prosjektoppgave, CS=Caseseminar

* Detaljert informasjon om eksamen til kurs merket med stjerne (*) vil bli gitt ved skolene i utlandet.

Studier i Asia

Studenter som gjennomfører studier i Asia reiser ut ca. den 10. juli. Dette betyr at kursene EXP 9120 og EXP 9070 bortfaller for disse studentene. Bortfallet av de to nevnte kurs kompenseres gjennom tilsvarende kurs i Singapore.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Deltid

Normalstudieplan for eiendomsmeglerstudiet 2. år – deltid over fire semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
EMS 9515	Jus for eiendomsmeglere I	4	84 E 5t			
EMS 9114	Markedsøkonomi	2	42 E 5t			
EMS 9116	Jus for eiendomsmeglere II	4		89 E 5t		
EMS 9517	Eiendomsmegling	4			42	42 E 5t
EMS 9920	Markedsføring av tjenester	4			35	49 P
EMS 9419	Eiendomsmeglerregnskap	2			23	24 E 5t
EMS 9118	Muntlig eksamen eiendomsmeglerstudiet	0				M
		20				

E = Skriftlig eksamen, P = Prosjektoppgave, M = Muntlig eksamen

Studieplanen omfatter 430 kurstimer over fire semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet innenfor normert studietid.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid Studentene blir automatisk påmeldt til eksamen i de kursene som, ifølge normalstudieplanen på heltid eller deltid, gjennomføres hvert semester

Studenter som avviker fra normalstudieplanen må ta kontakt med studieveileder ved BI Oslo vedrørende påmelding til eksamen.

Se forøvrig kapitlet Studieadministrativ informasjon i studiehåndboken for Høyskolene

Normalstudieplan for eiendomsmeglerstudiet 2. år– heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
EMS 9515	Jus for eiendomsmeglere I	4	84 E 5t	
EMS 9920	Markedsføring av tjenester	4	35	49 P
EMS 9114	Markedsøkonomi	2	42 E 5t	
EMS 9419	Eiendomsmeglerregnskap	2	21	21 E 5t
EMS 9517	Eiendomsmegling	4	42	42 E 5t
EMS 9116	Jus for eiendomsmeglere II	4		89 E 5t
EMS 9118	Muntlig eksamen eiendomsmeglerstudiet	0		M
		20		

E = Skriftlig eksamen, P= Prosjektoppgave, M = Muntlig eksamen

Studieplanen omfatter 430 kurstimer over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg, og det kreves stor arbeidsinnsats for å fullføre studiet innenfor normert studietid. Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved BI Oslo.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i bedriftsøkonomi

Fjernundervisning

Kurskode	Kursbetegnelse	Vektta ll	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	E 5t			
	Valgfritt kurs	2	X			
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2		C+Fv 3t		
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2		E 5t		
	Valgfritt kurs	2		X		
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4			C+E 5t	
BØK 8950	Investering og finansiering	2				Fv 3t
SØK 8400	Makroøkonomi	2				H
	Valgfritt kurs	2				X
SUM		20				

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Valgfrie kurs

Som det fremgår av normalstudieplanene for Handelshøyskolen BI, Fjernundervisning gjennomføres grunnfag i bedriftsøkonomi over 4 semestre. 14 vekttall er obligatoriske kurs og seks vekttall er valgfrie kurs. De seks vekttallene velges av den enkelte student. Studentene må minst velge et av kursene som er merket med * (se oversikt over de valgbare kurs nedenfor).

Mulige valgbare kurs for grunnfag i bedriftsøkonomi ved Handelshøyskolen BI, Fjernundervisningen:

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	Eksamen	Semester
MET 9100	Matematikk for økonomer	2*	E 4t	H/V
MAD 9214	Logistikk	2*	E 3t	H/V
INF 9650	Informasjonsledelse	2*	F	V
ORG 9853	Organisasjonsteori	2*	F	H
JUR 9755	Forretningsjus	2	E 3t	V
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2	H	V

* Et av kursene som velges må være merket med stjerne

Studentene på BIs fjernundervisning deltar i samlinger ved semesterstart og før eksamen, og de studerer på egen hånd ved hjelp av studiemateriell tilrettelagt for fjernundervisning og får i tillegg veiledning via Internett. Det er også mulighet for telefonveiledning, og studentene får veiledning knyttet til oppgaveløsning.

Fjernundervisningsstudenter som ønsker det, kan dessuten møte til forelesninger ved Handelshøyskolen BIs Høyskoler Ta eventuelt kontakt med den aktuelle høyskole for nærmere informasjon.

Studenter som velger fjernundervisning som studieform, må i stor grad kunne styre sitt eget arbeid.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i bedriftsøkonomi

Deltid

Grunnfag i bedriftsøkonomi på deltid gjennomføres over fire semestre På deltidsstudiet er 14 vekttall obligatoriske kurs, de øvrige seks vekttallene bestemmes ut fra kurstilbudet ved den enkelte Høyskole. Minst to av vekttallene må være kurs merket med * (se under valgfrie kurs)

Gjennomføringen av grunnfag i bedriftsøkonomi på deltid vil kunne variere noe mellom de ulike Høyskolene For nærmere opplysninger om gjennomføring og tidspunkt for forelesninger ta kontakt med den aktuelle Høyskole. Nedenfor er det en oversikt over de kurs som er obligatoriske og de som er valgfrie

Obligatoriske kurs for grunnfag i bedriftsøkonomi - deltid :

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	Kurstimer/eksamen
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2	42 E 5t
SØK 8400	Makroøkonomi	2	42 H
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2	42 C+Fv 3t
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4	84 C+E 5t
BØK 8950	Investering og finansiering	2	42 Fv 3t

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Mulige valgfrie kurs for grunnfag i bedriftsøkonomi – deltid

(bestemmes ved den enkelte Høyskole):

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	Kurstimer/eksamen
MET 9100	Matematikk for økonomer *	2	42 E 4t
MAD 9214	Logistikk *	2	42 E 3t
INF 9650	Informasjonsledelse *	2	42 F
ORG 9853	Organisasjonsteori *	2	42 F
JUR 9755	Forretningsjus	2	42 E 3t
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2	42 H
PRO 9700	Prosjektoppgave	2	P

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres , P = Prosjektoppgave

* Et av kursene som velges må være merket med stjerne.

Normalstudieplanen for grunnfag i bedriftsøkonomi på deltid fås ved henvendelse til det studiestedet der studiet ønskes gjennomført.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i bedriftsøkonomi

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid.

Studieplanen omfatter 420 kurstimer fordelt over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg. Gjennomsnittlig arbeidsinnsats er normert til 1 600 timer for å gjennomføre studiet

Heltidsstudiet er krevende. Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet for nærmere informasjon

Normalstudieplan for grunnfag i bedriftsøkonomi – heltid over to semestre

			Kurstimer - eksamen	
Kurskode	**Kursbetegnelse**	**Vekttall**	**1. sem.**	**2. sem.**
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2	42 H	
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2	42 E 5t	
MET 9100	Matematikk for økonomer	2	42 E 4t	
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t	
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2	42 C+Fv 3t	
BØK 8950	Investering og finansiering	2		42 Fv 3t
JUR 9755	Forretningsjus	2		42 E 3t
SØK 8400	Makroøkonomi	2		42 H
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4		84 C+E 5t
SUM		20		

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt

Heltid

Utgjør 2. år diplommarkedsførerstudiet, 2 år markedskandidatstudiet

Normalstudieplan for grunnfag i informasjon og samfunnskontakt - ettårig heltidsstudium - NMH:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	40 F+E 2t	
* MRK 9830	Markedsplanlegging I	2	42 E 5 t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
INS 9301	Public Relations I	2	40 E 3 t	
INS 9870	Public Relations II	4	81 H 72 t	
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F 2 uker
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2		42 E 4 t
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42 P
INS 7050	Journalistikk	2		40 H 72 t
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, H = Hjemmeeksamen

* Massekommunikasjon!

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering

Fjernundervisning

Normalstudieplan for grunnfag i markedsføring og internasjonalisering - fjernundervisning over fire semestre:

Kurskode	Kursnavn	Vektta ll	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	P+E 2t			
ORG 9853	Organisasjonsteori	2	F 2 uker			
SPÅ*	Interkulturell kommunikasjon	4		E 5t + M		
MRK 1070	Introduksjon til internasjonal markedsføring	2		E 3t		
MRK 9860	Markedsanalyse	2			F + E 2t	
MRK 9830	Markedsplanlegging I	2			E 5t	
MAD 9214	Logistikk	2				E 3t
INF 9650	Informasjonsledelse	2				P
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2				E 4t
		20				

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, M = Muntlig

* Interkulturell kommunikasjon:
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English, skriftlig
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English, muntlig
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk, skriftlig
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk, muntlig
SPÅ 9860 Interkulturell kommunikasjon i fransk, skriftlig
SPÅ 9861 Interkulturell kommunikasjon i fransk, muntlig
SPÅ 9865 Spansk, skriftlig, SPÅ 9866 Spansk, muntlig (kun for heltidsstudenter)

Norges Markedshøyskole År: 1999/2000

Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering

Heltid

Utgjør: 2 år diplommarkedsførerstudiet, 2. år markedskandidatstudiet, 2. år diplomeksportmarkedsførerstudiet

Normalstudieplan for grunnfag i markedsføring og internasjonalisering - ettårig heltidsstudium:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	40 P+E 2t	
MRK 9830 *	Markedsplanlegging I	2	42 E 5t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
MRK 1070	Introduksjon til internasjonal markedsføring	2	40 E 3t	
SPÅ*	Interkulturell kommunikasjon	4	52 E 5t	53 M
MAD 9214	Logistikk	2		42 E 3t
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F 2 uker
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42P
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2		42 E 4t
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, M = Muntlig

* Interkulturell kommunikasjon:
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English, skriftlig
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English, muntlig
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk, skriftlig
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk, muntlig
SPÅ 9860 Interkulturell kommunikasjon i fransk, skriftlig
SPÅ 9861 Interkulturell kommunikasjon i fransk, muntlig
SPÅ 9865 Spansk, skriftlig, SPÅ 9866 Spansk, muntlig (kun for heltidsstudenter)

+ Produktledelse 2vt?

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering

Heltid

Utgjør 2 år diplommarkedsførerstudiet, 2. år markedskandidatstudiet, 2 år diplomeksportmarkedsførerstudiet

Normalstudieplan for grunnfag i markedsføring og internasjonalisering - ettårig heltidsstudium:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	40 P+E 2t	
MRK 9830	Markedsplanlegging I	2	42 E 5t	
MAD 9214	Logistikk	2	42 E 3t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
SPÅ*	Interkulturell kommunikasjon	4	52 E 5t	53 M
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F 2 uker
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42P
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2		42 E 4t
MRK 1070	Introduksjon til internasjonal markedsføring	2		40 E 3t
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, M = Muntlig

* Interkulturell kommunikasjon:
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English, skriftlig
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English, muntlig
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk, skriftlig
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk, muntlig
SPÅ 9860 Interkulturell kommunikasjon i fransk, skriftlig
SPÅ 9861 Interkulturell kommunikasjon i fransk, muntlig
SPÅ 9865 Spansk, skriftlig, SPÅ 9866 Spansk, muntlig (kun for heltidsstudenter)

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Grunnfag i markedskommunikasjon

Heltid

Utgjør: 2. år diplommarkedsførerstudiet, 2. år markedskandidatstudiet

Normalstudieplan for grunnfag i markedskommunikasjon - ettårig heltidsstudium NMH:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	40 F+E 2t	
MRK 9835 (MRK 9830	Markedsplanlegging I)	2	42 E 5t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
MRK 9802	Massekommunikasjon	2	40 E 3t	
ORG 9853	Organisasjonsteori	2	42 F 2uker	
— (MAD 9214	Logistikk)	2		42 E 3t
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42 P
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2		42 E 4t
MRK 9803	Direkte markedsføring	2		40 E 3t
MRK 7070	Public Relations og produkt PR	2		40 H 72t
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, H = Hjemmeeksamen

+ Produktledelse 2vt
+ Design & visuell kommunikasjon 2 vt

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Grunnfag i markedskommunikasjon

Heltid

Utgjør: 2 år diplommarkedsførerstudiet, 2. år markedskandidatstudiet

Normalstudieplan for grunnfag i markedskommunikasjon - ettårig heltidsstudium:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 1080	Forbrukeratferd	2	40 F+E 2t	
MRK 9830	Markedsplanlegging I	2	42 E 5t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F + E 2t	
MRK 9802	Massekommunikasjon	2	40 E 3t	
MAD 9214	Logistikk	2	42 E 3t	
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F 2uker
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42 P
MRK 9801	Markedsføringskanaler	2		42 E 4t
MRK 9803	Direkte markedsføring	2		40 E 3t
MRK 7070	Public Relations og produkt PR	2		40 H 72t
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, P = Prosjektoppgave, H = Hjemmeeksamen

Norges Markedshøyskole

Grunnfag i markedsøkonomi

Heltid

År: 1999/2000

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid. Studieplanen omfatter 420 kurstimer fordelt over to semestre Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg. Gjennomsnittlig arbeidsinnsats er normert til 1.600 timer for å gjennomføre studiet.

Heltidsstudiet er krevende. Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet for nærmere informasjon.

Normalstudieplan for grunnfag i markedsøkonomi – heltid over to semestre NMH

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2	42 E 5t	
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t	
HIS 9710	Markedsøkonomiens utvikling	2	42 E 4t	
JUR 1030	Markedsrett	2	42 E 3t	
SØK 8400	Makroøkonomi	2	42 H	
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2		42 H
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2		42 C+Fv 3t
MRK 9831	Markedskommunikasjon	2		42 E 3t
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4		84 C+E 5t
		20		

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i markedsøkonomi

Fjernundervisning

Normalstudieplan for grunnfag i markedsøkonomi – fjernundervisning over fire semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	E 5t			
HIS 9710	Markedsøkonomiens utvikling	2	E 4t			
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2		E 5t		
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2		C+Fv 3t		
MRK 9831	Markedskommunikasjon	2		E 3t		
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4			C+E 5t	
JUR 1030	Markedsrett	2				E 3t
SØK 8400	Makroøkonomi	2				H
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2				H
		20				

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Studentene på BIs fjernundervisning deltar i samlinger ved semesterstart og før eksamen, og de studerer på egen hånd ved hjelp av studiemateriell tilrettelagt for fjernundervisning og får i tillegg veiledning via Internett. Det er også mulighet for telefonveiledning, og studentene får veiledning knyttet til oppgaveløsning. Fjernundervisningsstudenter som ønsker det, kan dessuten møte til forelesninger ved Handelshøyskolen BIs Høyskoler. Ta eventuelt kontakt med den aktuelle høyskole for nærmere informasjon.Studenter som velger fjernundervisning som studieform, må i stor grad kunne styre sitt eget arbeid.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Grunnfag i markedsøkonomi

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid. Studieplanen omfatter 420 kurstimer fordelt over to semestre Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg Gjennomsnittlig arbeidsinnsats er normert til 1.600 timer for å gjennomføre studiet.

Heltidsstudiet er krevende Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet for nærmere informasjon

Normalstudieplan for grunnfag i markedsøkonomi – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
MRK 9710	Medier og kommunikasjon	2	42 H	
MRK 8614	Markedsføringsledelse	2	42 E 5t	
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2	42 C+Fv 3t	
ORG 9601	Organisasjonspsykologi og ledelse	2	42 E 5t	
HIS 9710	Markedsøkonomiens utvikling	2	42 E 4t	
MRK 9831	Markedskommunikasjon	2		42 E 3t
JUR 1030	Markedsrett	2		42 E 3t
SØK 8400	Makroøkonomi	2		42 H
BØK 9700	Bedriftsøkonomisk analyse	4		84 C+E 5t
		20		

E = Skriftlig eksamen, Fv = Flervalgseksamen, H = Hjemmeeksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid.

Normalstudieplan for høyskolekandidatstudiet (ARF) – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem.	2. sem.
SØK 9354	Mikroøkonomi	2	42 E 5t	
BØK 9805	Årsregnskap og skatt	2	42 C+E 3t	
JUR 9807	Avgiftsrett	2	42 E 3t	
BØK 9810	Eksternregnskap	2	42 E 3t	
ORG 9853	Organisasjonsteori	2	42 F	
MAD 9214	Logistikk	2		42 E 3t
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42 F
BØK 9853	Driftsregnskap og budsjettering	2		42 E 5t
SØK 9711	Offentlig økonomi	2		42 E 5t
JUR 9808	Skatterett	2		42 E 3t
		20		

E = Skriftlig eksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres, F = Fagoppgave, Fv = Flervalgseksamen

Studieplanen omfatter 420 kurstimer fordelt over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF)

Fjernundervisning

Normalstudieplan for høyskolekandidatstudiet (ARF) – fjernundervisning over fire semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
MAD 9214	Logistikk	2	E 3t			
ORG 9853	Organisasjonsteori	2	F			
SØK 9354	Mikroøkonomi	2		E 5t		
BØK 9853	Driftsregnskap og budsjettering	2		E 5t		
BØK 9805	Årsregnskap og skatt	2		C+E 3t		
BØK 9810	Eksternregnskap	2			E 3t	
JUR 9807	Avgiftrett	2			E 3t	
INF 9650	Informasjonsledelse	2				F
SØK 9711	Offentlig økonomi	2				E 5t
JUR 9808	Skatterett	2				E 3t
		20				

E = Skriftlig eksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres, Fv = Flervalgseksamen, F = Fagoppga

Studieplanen omfatter 420 kurstimer fordelt over fire semestre.

Ta eventuelt kontakt med Handelshøyskolen BI, Fjernundervisningen eller Handelshøyskolen BI, BI Skedsmo for ytterligere informasjon om gjennomføring av Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon, 2. år - tilpasset krav for autorisert regnskapsførereksamen (ARF).

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Deltid

Normalstudieplan for høyskolekandidatstudiet – deltid over fire semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
MAD 9214	Logistikk	2	42 E 3t			
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F+E 2t			
SØK 9354	Mikroøkonomi	2		42E 5t		
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F		
BØK 9853	Driftsregnskap og budsjettering	2		42 E 5t		
BØK 9805	Årsregnskap og skatt	2			42 C+E 3t	
SPÅ *	Interkulturell kommunikasjon	4			52 E 5t	53 M
INF 9650	Informasjonsledelse	2				42 F
SØK 9711	Offentlig økonomi	2				42 E 5t
		20				

E = Skriftlig eksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres, M = Muntlig eksamen, F = Fagoppgave, Fv = Flervalgsoppgave

* Interkulturell kommunikasjon
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English, Muntlig V (M)
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk, Muntlig V (M)
SPÅ 9860 Interkulturell kommunikasjon i fransk, Skriftlig V (E 5t)
SPÅ 9861 Interkulturell kommunikasjon i frans, Muntlig V (M)
SPÅ 9865 Spansk, Skriftlig (E 5t)- tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen
SPÅ 9866 Spansk, Muntlig (M) – tilbys kun ved BI Oslo/NMH, BI Bergen

Studieplanen omfatter 441 kurstimer fordelt over to semestre.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Heltid

Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid og deltid, også kalt normert studietid

Normalstudieplan for høyskolekandidatstudiet – heltid over to semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem
MAD 9214	Logistikk	2	42 E 3t	
MRK 9860	Markedsanalyse	2	42 F+E 2t	
SØK 9354	Mikroøkonomi	2	42 E 5t	
BØK 9805	Årsregnskap og skatt	2	42 C+E 3t	
SPÅ *	Interkulturell kommunikasjon	4	52 E 5t	53 M
ORG 9853	Organisasjonsteori	2		42 F
BØK 9853	Driftsregnskap og budsjettering	2		42 E 5t
INF 9650	Informasjonsledelse	2		42 F
SØK 9711	Offentlig økonomi	2		42 E 5t
		20		

E = Skriftlig eksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres, M = Muntlig eksamen, F = Fagoppgave, Fv = Flervalgseksamen

Studieplanen omfatter 441 kurstimer fordelt over to semestre. Selvstendig studiearbeid, oppgaveskriving og eksamener kommer i tillegg, og det kreves stor arbeidsinnsats for å gjennomføre studiet.
Studenter som ønsker å strekke studiet noe utover i tid kan ta kontakt med studieveileder ved studiestedet for nærmere informasjon.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene **År: 1999/2000**

Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Fjernundervisning

Normalstudieplan for høyskolekandidatstudiet – fjernundervisning over fire semestre

Kurskode	Kursbetegnelse	Vekttall	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
ORG 9853	Organisasjonsteori	2	F			
MRK 9860	Markedsanalyse	2	F+E 2t			
MAD 9214	Logistikk	2		E 3t		
SØK 9354	Mikroøkonomi	2		E 5t		
BØK 9853	Driftsregnskap og budsjettering	2		E 5t		
SPÅ *	Interkulturell kommunikasjon	4			M+E 5t	
INF 9650	Informasjonsledelse	2				F
SØK 9711	Offentlig økonomi	2				E 5t
BØK 9805	Årsregnskap og skatt	2				C+E 3t
		20				

E = Skriftlig eksamen, C = Case som må løses, men som ikke skal innleveres, M = Muntlig eksamen,
F = Fagoppgave, Fv = Flervalgseksamen

* Interkulturell kommunikasjon
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English, Skriftlig H (E 5t)
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English, Muntlig H (M)

Studieplanen omfatter 441 kurstimer fordelt over fire semestre.

Studentene på BIs fjernundervisning deltar i samlinger ved semesterstart og før eksamen, studerer på egen hånd ved hjelp av studiemateriell tilrettelagt for fjernundervisning og får veiledning via internett. Det er også mulighet for telefonveiledning, og studentene får veiledning knyttet til oppgaveløsning. Fjernundervisningsstudenter som ønsker det, kan dessuten møte til forelesninger ved BIs høyskoler. Ta eventuelt kontakt med den aktuelle høyskolen for nærmere informasjon.

Norges Markedshøyskole **År: 1999/2000**

Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Heltid

Utgjør 3. år på diplommarkedsførerstudiet når man har valgt grunnfag i informasjon og samfunnskontakt i 2. årstrinn

Normalstudieplan ettårig heltidsstudium 1999/2000:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 9900	Industriell markedsføring	2	40 F	
MRK 9960	Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid	2	40 F	
INS 9920	Informasjonskampanjer	2	40 E 3t	
INS 9930	Informasjonsplanlegging og strategi	3	50 F	
INS 9940	Intern informasjon og kriseinformasjon	2	40 E 3t	
INS 9910	Anvendt informasjonsarbeid	4		80 F
MRK 9950	Diplomoppgave	5		D
		20		

F = Fagoppgave, D = Diplomoppgave, E = Skriftligeksamen

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

År: 1999/2000

Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år)

Heltid

Utgjør 3 år på diplommarkedsførerstudiet når man har valgt grunnfag i markedsføring og internasjonalisering i 2 årstrinn

Normalstudieplan ettårig heltidsstudium 1999/2000 – NMH og Høyskolene med retningsspesifikk spesialisering:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 9900	Industriell markedsføring Markedsføring Bedriftsmarkedet	2	40 F	
ORG 9980	Organizational and Managerial Communication	2	40 P + M	
MRK 9960	Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid	2	40 F	
MRK 9910	Account Management og personlig salg	3	60 E 4t	
MRK 9920	Markedsplanlegging og strategi	4		72 F+E 3t
MRK 1300	Internasjonale forhandlinger	2		40 E 3t
MRK 9950	Diplomoppgave	5		D
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, D = Diplomoppgave, P = Prosjektoppgave, M = Muntlig

Normalstudieplan ettårig heltidsstudium 1999/2000 - Høyskolene:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 9900	Industriell markedsføring	2	40 F	
ORG 9980	Organizational and Managerial Communication	2	40 P + M	
MRK 9960	Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid	2	40 F	
MRK 9920	Markedsplanlegging og strategi	4		72 F+E3t
DST*	Spesialisering	10 (3+7)	54	126 D
		20	174	206

F = Fagoppgave, M = Muntlig eksamen, D = Diplomoppgave, P = Prosjektoppgave

* Spesialiseringer studieåret 1999/2000:
Bedriftsutvikling
Informasjonsledelse
Logistikk
Personalledelse
Prosjektadministrasjon
Markedsføring, internasjonalisering og ledelse (se modell for retningsspesifikk spesialisering)

Samtlige av spesialiseringene gjennomføres med en diplomoppgave på 5 vekttall.

Mulige valgbare spesialiseringer vil variere mellom de ulike BI høyskolene

Handelshøyskolen BI - Høyskolene, Norges Markedshøyskole

Markedskommunikasjon (3.år)

Heltid

År: 1999/2000

Utgjør 3 år på diplommarkedsførerstudiet når man har valgt grunnfag i markedskommunikasjon i 2 årstrinn

Normalstudieplan ettårig heltidsstudium 1999/2000 – NMH og Høyskolene med retningsspesifikk spesialisering:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 9900	Industriell markedsføring - Business to Business	2	40 F	
ORG 9980	Organizational and Managerial Communication	2	40 P + M	
MRK 9960	Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid	2	40 F	
MRK 9990	Markedskommunikasjon i et helhetsperspektiv	3	54 E 4t	
MRK 9920	Markedsplanlegging og strategi	4		72 F+E 3t
MRK 9620	Semiotikk, reklame og kultur	2		30 F
MRK 9950	Diplomoppgave	5		D
		20 (9+11)		

E = Skriftlig eksamen, M = Muntlig eksamen F = Fagoppgave, D = Diplomoppgave, P = Prosjektoppgave

Normalstudieplan ettårig heltidsstudium 1999/2000 - Høyskolene:

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	1. sem	2. sem
MRK 9900	Industriell markedsføring	2	40 F	
ORG 9980	Organizational and Managerial Communication	2	40 P + M	
MRK 9960	Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid	2	40 F	
MRK 9920	Markedsplanlegging og strategi	4		72 F+E 3t
DST*	Spesialisering	10 (3+7)	54	126 D
		20		

E = Skriftlig eksamen, F = Fagoppgave, D = Diplomoppgave, P = Prosjektoppgave, H = Hjemmeeksamen

* Spesialiseringer studieåret 1999/2000:
Bedriftsutvikling
Informasjonsledelse
Logistikk
Personalledelse
Prosjektadministrasjon
Markedskommunikasjon (se modell for retningsspesifikk spesialisering)

Samtlige av spesialiseringene gjennomføres med en diplomoppgave på 5 vekttall.

Mulige valgbare spesialiseringer vil variere mellom de ulike BI høyskolene

Norges Markedshøyskole

Sivilmarkedsførerstudiet (1. år)

Heltid

År: 1999/2000

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	Høst/eks.form	Vår/eks.form
MRK 9711	Markedsføring	4	90 E5t	
MET 9100	Matematikk for økonomer	2	60 E4t	
BØK 9530	Økonomistyring I	4	50	50 E5t
MET 9810	Metodefilosofi og utredningsmetodikk	4		60 F1uke
MET 8006	Statistikk og dataanalyse	2		54 C+Fv3t
ORG 9612	Organization og leadership I	4		90 P+
	Sum	**20**		

Norges Markedshøyskole

Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Heltid

År: 1999/2000

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	Høst/eks.form	Vår/eks.form
MRK 9921	Product Management	3	45 P+Fv+Fv	
SØK 9354	Mikroøkonomi	2	45 E 5t	
JUR 9355	Bedriftsrett	2	42 E 3t	
BØK 9352	Økonomistyring II: Planlegging og kontroll	3	63E 5t	
BØK 8950	Investering og finansiering	2		42 Fv 3t
MRK 9722	Cross-cultural Communication	4		80 P+E 4t+
JUR 1030	Markedsrett	2		42 E 3t
SØK 9624	Makroøkonomi	2		45 E 4t
	Sum	**20**		

Norges Markedshøyskole

Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Heltid

År: 1999/2000

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	Høst/eks.form	Vår/eks.form
MRK 9832	Markedsanalyse	2	40 F1u	
ORG 9830	Organization and leadership II	2	45 F1u	
MRK 9930	Advertising and Promotion Management	3	60 P+	
MRK 9931	Markedsdreven ledelse og strategi	5		120 F1u
MRK 9732	Corporate Communication	4	P+	80 M+P+E4t +
MET 9830	Multivariat statistikk	4		60 F1u
	Sum	**20**		

Norges Markedshøyskole

Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Heltid

År: 1999/2000

Kurskode	Kursnavn	Vekttall	Høst/eks.form	Vår/eks.form
ORG9740	Bedrift og samfunn	2		45 E 3t
SMF9740	Siviloppgave	8		40+ S
MRK*	Spesialisering I	5	80 P+	
MRK*	Spesialisering II	5	80 P+	
	Sum	**20**		

* Spesialiseringer i studieåret 1999/2000:
Nærmere informasjons kommer.

Beskrivelse av diplomarbeid

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3 år)

Ansvarlig
Gro Goksør, Tor Grennes

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Høst, Vår

Praktisk informasjon i forbindelse med diplomoppgaven
Studentene ved diplomøkonomstudiet skal i løpet av 6. semester skrive en diplomoppgave (5 vekttall) Oppgaven utføres normalt av 2-3 studenter. Det kan søkes om å løse diplomoppgaven individuelt. Tema hentes fra et selvvalgt problemområde, som er tilknyttet studentens spesialiseringsretning.

Studenten skal gjennom diplomarbeidet utvikle dypere innsikt i et selvvalgt fagområde innen bedriftsøkonomiske fag. Oppgaven bør skrives innenfor de fagfeltene som tilgjengelige veiledere har kompetanse i. Dette sikrer studentene best mulig støtte.

Samtlige studenter må gjennomføre obligatorisk undervisning i vitenskapsteori (8 timer). I tillegg gjennomføres det undervisning i utredningsmetodikk (12 timer) for enkelte av spesialiseringene. For noen av spesialiseringene er denne delen imidlertid integrert i spesialiseringsopplegget, se den enkelte kursbeskrivelse for spesialiseringen. Veiledning gis normalt bare i det ordinære diplomsemesteret. Veiledningen har et rammetimetall på 32 timer med diplomseminarer og individuell veiledning. Den samlede belastningen for diplomarbeidet er beregnet til 400 arbeidstimer. I høstsemesteret forventes det 80 arbeidstimer og i vårsemesteret forventes det 320 arbeidstimer.

Praktisk gjennomføring
1. Studenten skal fylle ut et registreringsskjema hvor faglig interessefelt oppgis
2. Studieadministrasjonen tildeler veileder på grunnlag av faglig interessefelt
3. Det gjennomføres forelesninger i vitenskapsteori og utredningsmetodikk tidlig i semesteret
4. Det vil bli gjennomført diplomseminarer med veileder
5. Studentene har i tillegg til diplomseminarer mulighet for inntil 2 timer personlig veiledning pr. oppgave. Studenten har selv ansvaret for å kontakte veileder angående personlig veiledning
6. Det vil ved semesterets begynnelse bli utlevert en skriftlig orientering om diplomarbeidet med tider og disposisjon av opplegget.
7. Det skal innleveres en disposisjon for diplomoppgaven på 1 til 11/2 side som skal godkjennes av veileder Fristen for dette vil bli oppgitt senere.

Vitenskapsteori

Målet er å gi studentene tilstrekkelig innsikt i vitenskapsfilosofiske emner til at de blir i stand til å reflektere over egen problemstilling og dermed kunne begrunne metodevalget i diplomoppgaven på en god måte.

Emneoversikt
- Hva er vitenskap?
- Hvordan skiller vitenskapelig virksomhet seg fra annen virksomhet?
- Ulike veier til kunnskap: logisk positivisme, kritisk rasjonalisme, hermenutikk.
- Finnes overhodet såkalt sann, utvilsom kunnskap innenfor øk.adm.fagene?
- Om vitenskapelige paradigmer og paradigmeskifter.
- Litt om modeller, teorier og teoriutvikling
- Kvalitative og kvantitative tilnærmingsmåter

Obligatorisk litteratur
Tor Grenness: Innføring i vitenskapsteori og metode. Tano, 1997, kap. 1 – 7.

Gjennomføring
Vitenskapsteori undervises med 8 timer i høstsemesteret. Gjennomføring skjer i form av forelesninger, gruppearbeid og diskusjoner.

Utredningsmetodikk

Målet er at diplomarbeidet skal gi studentene trening i å planlegge og gjennomføre et selvstendig utredningsoppdrag innen et bestemt tidsrom Resultatet skal leveres i form av en skriftlig diplomoppgave. Oppgaven skal oppfylle vitenskapelige krav til form og innhold

Emneoversikt

- Valg av tema og formål med oppgaven
- Teknisk oppbygging og akademisk referansesystem
- Formulering av problemstilling
- Innhenting av sekundærdata
- Databaser og elektronisk kildesøk
- Forskningsdesign
- Elektroniske statistikkprogrammer (MiniTab, SPSS el l)
- Analyse og tolkning av data
- Skriving

Obligatorisk litteratur

Goksør, G 1999. *Samfunnsvitenskapelig rapportskrivning* Handelshøyskolen BI Studentlitteratur

Anbefalt litteratur

Johannessen, J.A. og Olaisen, J. 1995. *Prosjekt.* Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.
Troye, S. V. og Grønhaug, K. 1993. *Utredningsmetodikk.* Oslo: Tano.

Obligatorisk litteratur som inngår i studiet forøvrig vil ofte ikke være tilstrekkelig til å belyse problemstillingen. Studentene har selv ansvaret for å søke etter utfyllende litteratur. Veileder og bibliotek kan gi råd.

Dataverktøy

Det vil bli gitt opplæring i anvendelse av statistikkprogrammer (MiniTab/SPSS el.l.).

Gjennomføring

Dette gjennomføres som et frivillig opplegg på tilsammen 12 timer i høstsemesteret, hvorav 2 timer med veiledning fra biblioteket i "bruk og søk", samt 2 timer undervisning i anvendelse av statistikk programmer (SPSS/MINITAB e.l. programpakker).

BØK 8950 Investering og finansiering

Studium
Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1 år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Dag Michalsen

Institutt
Finansiell økonomi

Semester
Fjernundervisning Høst/Vår, Heltid Vår

Vekttall
2

Mål
Det overordnede målet med kurset er å gi en grunnleggende innsikt i teoretiske og praktiske sider ved foretakets investeringsbeslutninger, samt viktige praktiske sider ved finansieringsbeslutningene. For investeringsbeslutningenes del betyr det at i tillegg til en gjennomgang av de mest sentrale beslutningsregler for vurdering av investeringsprosjekters lønnsomhet, vies mye oppmerksomhet mot teori og beslutningsregler for prosjektvurdering under usikkerhet. Foretakets finansieringsbeslutninger behandles langt mer pragmatisk med vekt på lønnsomhetsvurdering av ulike finansieringsformer, samt fastsettelse av foretakets kapitalkostnad.

Forkunnskaper
Kurset bygger på kunnskaper tilsvarende kurset MET 8006 Statistikk og dataanalyse. For deltidsstudiet forutsettes også kunnskaper tilsvarende økonomistyringskurset. For heltidsstudenter forutsettes det at de er à jour med den faglige progresjon i økonomistyringskurset.

Obligatorisk litteratur
Bøhren, Ø. og Gjærum, P. I.: Prosjektanalyse. Oslo: Skarvet forlag 1998
Bøhren, Ø. og Michalsen, D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet forlag 1994
Rentetabeller. Bærum: BI Forlag Siste utg.

Anbefalt litteratur
Korsvold, P. og Michalsen, D.: Eksamensoppgaver med løsningsforslag i finans. Sandvika: Handelshøyskolen BI Siste utg.

Emneoversikt
1. Innledning og oversikt. BG 1
2. Prosjektbudsjettering. BG 2-5
3. Renteregning (finansmatematikk). BG 6
4. Prosjektanalyse under sikkerhet. BG 7, 12
5. Risiko i prosjektanalyser. BM kap. 17, BG 8-9
6. Langsiktig finansiering. BM kap. 89, BG 10
7. Oppfølging og kontroll. Sammenfatning. BG 11

Dataverktøy
Det anbefales at studentene bruker dataverktøy i kurset, for eksempel regneark. Dataverktøy kan imidlertid ikke benyttes til eksamen.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses i totalt 42 timer.
Studenter som følger deltidsstudiet bes kontakte sitt studiested for nærmere informasjon.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig flervalgseksamen

Eksamenskode
BØK 89501 Investering og finansiering - Flervalgseksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 8950, 2 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Tillatte hjelpemidler til eksamen er kalkulator og rentetabell

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

BØK 9352 Økonomistyring II : Planlegging og kontroll

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Trygve Naug

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Høst

Vekttall
3

Mål
Kursets mål er å gi innsikt i hvordan bedriftsledelsen kan bruke regnskapsdata og annen informasjon til å gjennomføre kostnads- og inntektsanalyser, samt lage budsjetter som kan brukes i den økonomiske styringen av bedrifter.

Forkunnskaper
BØK 9530 Økonomistyring I eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Naug, T. og A.D. Sti. 1993. *Internregnskap.* 2. utg. Oslo: Universititesforlaget: Kap. 10 - 13.
Naug, T. og A.D. Sti. 1993. *Kostnads og inntektsanalyse.* 3. utg. Oslo: Universitetsforlaget.
Naug, T. og A.D. Sti. 1991. *Økonomistyring: Budsjettering.* Oslo: Universitetsforlaget.
Naug.T. 1998. *Artikkel og case-samling i Økonomistyring II.* Sandvika: BI Forlag

Anbefalt litteratur
Løsningsforslag og arbeidshefte til bøkene se under obligatorisk litteratur.

Emneoversikt
1. Ulike typer av kostnadsregnskap og budsjetteringssystemer.
   - Tradisjonelle systemer: Standardkost.
   - Nyere systemer: aktivitetsbasert kostnadsregnskap (ABC)
   - Standardkostsystemer og fleksible budsjetter.
   - Kalkulasjon og internregnskap i servicevirksomhet og varehandel.
   - Inntekts- og kostnadskontroll.
2. Kostnads- og inntektsanalyser.
   - Ulike former for kostnad-resultat-volumanalyse.
   - Produktvalg og nedleggelseskalkyler.
   - Prisfastsetting. Analyse av prisdiskriminering.
   - Kapitalkostnads- og resultatberegninger.
   - Bruk av internpriser i den økonomiske styringen.
   - Alternativ kost og alternative beregninger.
3. Budsjettering.
   - Planlegging- og budsjetteringsprosessen.
   - Budsjetteringsmetoder.
4. - Resultatbudsjettering.
   - Likviditetsbudsjettering. Avgiftssystemet. Totalbudsjett.
   - Budsjettsimulering.
   - Kapitalbehovsberegninger og finansiell styring.

Dataverktøy
Kurset krever ikke bruk av dataverktøy, men regneark vil være et hensiktsmessig verktøy for å gjennomføre beregninger. I pensumlitteraturen vil man få veiledning i hvordan regneark kan brukes for å lage hensiktsmessige beregningsmodeller.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 63 timer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen basert på pensumlitteraturen og en caseløsning. Caset utleveres ca. to måneder før eksamen avholdes. Caset skal løses i grupper på inntil tre studenter i løpet av semesteret. Studentene kan med fordel benytte dataverktøy i arbeidet med caset. Caseløsningen skal ikke innleveres for sensur, men medbringes til eksamen sammen med selve caset. Karakteren vil kun bli fastsatt på grunnlag av den skriftlige eksamen.

Eksamenskode
BØK 93521 Økonomistyring II: Planlegging og kontroll - Skriftlig, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9352, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen. Dataverktøy kan imidlertid ikke benyttes ved eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9431 Modellering av bedriftsøkonomiske problemstillinger (Økonomistyring III)

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Kursansvarlig
Pål Berthling-Hansen, Espen Skaldehaug

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal videreutvikle studentenes kunnskaper og ferdigheter innen analyse av bedriftsøkonomiske problemstillinger. De bedriftsøkonomiske problemene presenteres i et utvalg cases fra emnesområdene likviditetsbudsjettering, risikostyring og strategi. Det vil bli lagt spesiell vekt på bruk av Excel i problemløsninger. En videre drøftelse av risiko som begrep vil også inngå som en vesentlig del av kurset.

Forkunnskaper
Kurset forutsetter grunnleggende kunnskap i Excel og generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Johnson, H. Cost of capital: pricing risk and return. Financial Times Pitman Publishing 1999
Schlosser, M.: Corporate finance: a model-building approach. 2nd ed. New York: Prentice Hall 1992
Skaldehaug, E., Berthling-Hansen, P.: Oppgavesamling i bedriftsøkonomiske beslutninger m/løsningsforslag: Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999
Artikler

Anbefalt litteratur
Bøhren, Ø. og Gjærum, P.I.: Prosjektanalyse. Oslo: Skarvet Forlag 1998
Bøhren, Ø. og Michalsen, D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet Forlag 1994

Emneoversikt
1. Innføring i noen avanserte funksjoner i Excel
2. Budsjettering av kontantstrøm
3. Modell bygging
4. Risikostyring
5. Forholdet mellom risiko og avkastning
6. Sammenligning av kontantstrøm og regnskaps tall
7. Beslutningstrær som beslutningsgrunnlag
8. Cases

Dataverktøy
Kurset vil aktivt bruke Excel regneark.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 36 timer undervisning. En del av disse timene vil medgå til løsning av diverse cases.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 94311 Modellering av bedriftsøkonomiske problemstillinger - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9431, 2 vekttall

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9432 Finansiell styring

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Kursansvarlig
Dag Michalsen

Institutt
Finansiell økonomi

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kursets overordnede mål er å gi studentene grunnleggende kunnskaper i teorier om bedriftens finansielle beslutninger som kapitalstruktur og dividendebeslutninger. Videre skal studentene få forståelse av opsjonsteori samt hvordan valutarisiko påvirker bedriftens finansielle beslutninger.

Forkunnskaper
Kurset Investering og finansiering i grunnfag i bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Bøhren, Ø. og Michalsen, D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet forlag 1994 (kapittel 10-15)
Korsvold, P.: Valutastyring. Oslo: Bedriftsøkonomens forlag 1995 (kapittel 1-7)
Rentetabeller. Sandvika: Handelshøyskolen BI Siste utg.

Anbefalt litteratur
Korsvold, P. og Michalsen, D.: Eksamensoppgaver med løsningsforslag i finans. Sandvika: Handelshøyskolen BI Siste utg.

Emneoversikt
1 Gjeldsgrad og risiko. BM kap. 10
2 Gjeldsgradsbeslutninger. BM kap. 11-12
3 Justert nåverdi . BM kap. 13
4 Dividendebeslutninger . BM kap. 14
5 Opsjonsprising . BM kap. 15
6 Valutarisiko. K kap. 1-7

Dataverktøy
Det anbefales at studentene bruker dataverktøy i kurset, for eksempel regneark. Dataverktøy kan imidlertid ikke benyttes til eksamen.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 36 timer. Oppgaver integreres i forelesningene som illustrasjoner på teorianvendelse. Det er likevel en forutsetning at studentene på egenhånd arbeider med oppgaveløsning parallelt med forelesningene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell flervalgseksamen.

Eksamenskode
BØK 94321 Finansiell styring - Flervalgseksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9432, 2 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Tillatte hjelpemidler til eksamen er kalkulator og rentetabell.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9530 Økonomistyring I

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (1. år)

Ansvarlig
Tom Sørensen

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomisk teori, begrepsapparat, metoder, og i bruk av offisiell tilgjengelig økonomisk informasjon om foretak, er viktig for enhver beslutningstaker i økonomiske virksomheter. Dette gjelder såvel beslutningstakere på det operative ledelsesnivået som på det overordnede og strategiske ledelsesnivået.

For markedsføreren er det viktig å ha kunnskaper i bedriftsøkonomisk analyse med særlig vekt på den økonomiske styringen av markedsaktivitetene og overvåking av markedet. Slik kunnskap vil bidra til å skape bedre forutsetninger for at markedsføringsaktivitetene blir økonomisk optimale for virksomheten.
Foruten innsikt i det grunnleggende metodeapparatet er det viktig at markedsføreren kan vurdere blant annet offisiell økonomisk informasjon om virksomheter. Årsregnskapet inklusive årsberetningen er en hovedkilde for økonomisk informasjon om selskaper. Årsregnskapet inngår som et sentralt informasjonselement i økonomistyringen av selskapet, men har også stor informasjonsverdi for selskapets eksterne interessegrupper som f.eks. konkurrentene, kundene og leverandørene. Markedsføringslederen bør derfor både ut i fra et ledelsesperspektiv og et mer markedsanalytisk perspektiv ha kunnskaper om årsoppgjør.

Mål
Økonomistyring I skal gi studentene innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomiske sammenhenger og analysemetoder som spesielt er knyttet opp mot måling av produktlønnsomhet. Videre skal kursenheten gjøre studentene i stand til å bruke og analysere årsoppgjørsinformasjon ut fra et brukerperspektiv og med relevans for markedsføringsfunksjonen.

Delkurs
Kurset består av fire delkurs:
Delkurs 1: Lønnsomhetsstyring
Delkurs 2: Innføring i regnskap
Delkurs 3: Årsoppgjør
Delkurs 4: Regnskapsanalyse

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Delkurs 1: Lønnsomhetsstyring
Mål
Delkurset skal gi studentene kunnskaper i grunnleggende bedriftsøkonomi med hovedvekt på kostnads- og inntektsanalyse og produktlønnsomhet. Etter endt delkurs skal studentene ha god innsikt i de vanligste kostnadsfunksjonene, grunnleggende inntektsteori, produktkalkulasjon og bidrags- og produktvalganalyser.

Sending, Aage. 1997. *Innføring i bedriftsøkonomi*. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget. (utdrag)

1. Kostnads- og inntektslære
2. Produktkalkulasjon
3. Resultatberegninger og resultatanalyse
4. Produktvalganalyse

Delkurs 2: Innføring i regnskap
Mål
Delkurset skal gi studentene innføring i regnskap med hovedvekt på den prinsipielle bokføringen av løpende

transaksjoner, regnskapsavslutninger og det grunnleggende begrepsapparatet.
Delkurset vil danne det faglige grunnlaget for videreføringen i delkurset om årsregnskapet og deretter regnskapsanalysen.

Engelsåstrø, Gunnar og Tom Sørensen. 1998. *Innføring i regnskap*, 2. utg. Rasta: Økad Forlag.

1. Balanselære og resultatmåling
2. Bruk av kontoer
3. Regnskapssystemet
4. Periodiseringer
5. Regnskapsmessig behandling av avgifter, skattetrekk o.l.
6. Regnskapsavslutninger
7. Regnskap og aksjeselskap/allmennaksjeselskaper

Delkurs 3: Årsoppgjøret

Mål

Delkurset skal gi studentene grunnleggende kunnskaper om regnskap i praksis for norske aksjeselskaper. Etter endt delkurs skal studentene være kjent med forutsetningene, prinsippene og lovreglene norske årsoppgjør legger til grunn, slik at de som regnskapsbrukere kan vurdere informasjonen som blir presentert i norske årsregnskap. Studentene skal få praktisk trening i å lese og forstå innholdet av offisielle årsregnskap ved at det i undervisningen blir brukt konkrete årsrapporter fra norske selskaper.

Huneide, J.-E., et al. 1999. *Årsregnskapet i teori og praksis*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

1. Formelle reguleringer av og krav til årsregnskapet
2. Verdivurdering av anleggsmidler
3. Verdivurdering av omløpsmidler
4. Verdivurdering av spesielle gjeldsposter
5. Egenkapital
6. Resultatregnskapsposter
7. Disponeringer, dekning av underskudd
8. Årsberetning

Delkurs 4: Regnskapsanalyse

Mål

Studentene skal få innsikt i bruk av regnskapsanalytiske metoder brukt på offisielle årsregnskaper. Det regnskapsanalytiske perspektivet vil være forankret utenfor analyseobjektet og der formålet med regnskapsanalysen er knyttet opp mot en konkurrentanalyse, kundeanalyse eller leverandøranalyse. Vurdering av de talmessige analyseresultatene og presentasjonen av analysematerialet vil stå sentralt.

Huneide, J.-E., et al. 1999. *Årsregnskapet i teori og praksis*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
Knutsen, K. og Eklund, T. 1999. *Regnskapsanalyse*. 6.utg. Oslo: Universitetsforlaget.

1. Regnskapsanalyse; datagrunnlag og metoder, bearbeiding av data
2. Trendanalyser av resultat-/balansetall
3. Kontantstrømanalyse
4. Rentabilitetsanalyse
5. Likviditetsanalyse
6. Kapitalstruktur-/soliditetsanalyse

Dataverktøy

I forbindelse med innlæringen av stoffet og oppgavetreningen oppfordres studentene til å bruke blant annet regnearkprogram. Det er likevel ikke obligatorisk å bruke dataverktøy.

Gjennomføring

Det gis tilsammen 100 forelesningstimer i Økonomistyring I. Kurset gjennomføres over to semester med to undervisningskurs:

- BØK 9531 Økonomistyring I 1 - høst
- BØK 9532 Økonomistyring I 2 - vår

Eksamen

Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode

BØK 95301 Økonomistyring I - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9530, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Tillatt hjelpemiddel til eksamen er kalkulator og lovsamling. Kalkulatoren må ikke kunne programmeres og må ikke kunne lagre tekst og/eller alfanummeriske tegn.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen i det etterfølgende semesteret.

BØK 9613 Bedriftsanalyse

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)

Kursansvarlig
Trond Eklund

Institutt
Finansiell økonomi

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
5

Mål
Kurset gir innsikt i de problemstillinger man står overfor ved behandling av næringslivsengasjementer. Låntakers økonomiske stilling og utvikling er av sentral betydning, og det blir lagt betydelig vekt på å analysere bedriftens evne til å betjene lån. Hvilke finansielle tjenester banken tilbyr, vurderes med utgangspunkt i kundens behov og de krav som bør stilles til lønnsomhet.

Forkunnskaper
Det forutsettes kunnskaper i eksternregnskap med regnskapsanalyse, tilsvarende BØK 9200 Økonomistyring I/ BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse og kunnskaper i investeringsanalyse tilsvarende kurset BØK 8950 Investering og finansiering. Begge kursene gjennomføres første studieår.

Obligatorisk litteratur
Bøhren, Ø. og Gjærum, P. I.: Prosjektanalyse. Oslo: Skarvet Forlag 1998
Eklund, T. og Knutsen, K.: Regnskapsanalyse med årsoppgjør: aktiv bruk av regnskapet. 6. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1999
Johnson, G. & Scholes, K.: Exploring Corporate Strategy. 5th ed. London : Prentice-Hall Europe 1999
Norske bankers praksis på kredittområdet. Oslo: Kredittilsynet. Småskrift nr. 1 1995
God praksis på kredittområdet: vedlegg til norske bankers praksis på kredittområdet. Oslo: Kredittilsynet. Vedlegg til småskrift nr. 1 1995
Artikkelsamling i bedriftsanalyse

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Følgende hovedemner vil bli behandlet:
1. Praktisk regnskapsanalyse
2. Budsjettutarbeidelse og budsjettanalyse
3. Prosjektanalyse og prosjektfinansiering
4. Analyse av ikke-finansielle forhold rundt bedriften
5. Porteføljestrategi og kredittvurdering
6. Total vurdering av et engasjement
7. Engasjementsoppfølging
8. Modeller for risikoklassifisering
9. Krav til egenkapital i utlånsvirksomheten

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses i totalt 105 timer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en seks timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 96131 Bedriftsanalyse - Skriftlig eksamen, , teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9613, 5 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse

Studium
Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Aage Sending

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
4

Mål
Studentene skal få innsikt i grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og økonomiske modellbegreper. De skal beherske de sentrale temaer knyttet til økonomisk rapportering rettet mot bedriftsinterne såvel som bedriftseksterne informasjonsmottakere. Sentralt står også anvendelsen av slike data i beslutningssammenheng.

Mål for delkursene og emneoversikt er angitt under beskrivelsen av de enkelte delkurs nedenfor

Forkunnskaper
Det er ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
DELKURS 1: Forkurs i regnskap
Mål
Studentene skal først og fremst lære grunnleggende bokføring og de enkleste prinsippene for regnskapsavslutning. Kurset skal også gi studentene innføring i grunnleggende begreper og teknikker som danner grunnlaget for videregående studier i fagområdet regnskap.

Obligatoisk litteratur
Tellefsen, J.T.og Langli, J. Chr.: Årsregnskapet. 6.utg. Oslo: Universitetsforlaget 1999. Kap. 1-7. (Samme bok som i delkurs 2).
Sending, Aa.: Forkurs i regnskap. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget 1998

Anbefalt litteratur
Sending, Aa.: Case og eksamensoppgaver bedriftsøkonomisk analyse: med løsningsforslag. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget 1999.
Heftet dekker alle delkursene.

Emneoversikt
Kurset dreier seg først og fremst om registrering av de normale regnskapsmessige transaksjoner (bokføring). Det gis innsikt i grunnleggende registreringsprinsipper, registreringsrutiner og kontoplaner. Man går videre gjennom periodiseringer og enkel regnskapsavslutning.

DELKURS 2: Årsregnskap og regnskapsanalyse
Mål
Kurset skal gi en innføring i ulike årsregnskapsmodeller og oppøve evnen til å se de ulike modeller i sammenheng. Det er et hovedmål å gi en innføring i praktisk norsk regnskapsvesen gjennom kjennskap til sentrale regnskapsstandarder og de krav lovverket stiller til årsoppgjøret. Målet er i tillegg at man skal kunne belyse økonomiske forhold i et avsluttet regnskap. I denne sammenheng står bruk av forholdstall (nøkkeltall) og kontantstrømsanalyse sentralt.

Obligatoisk litteratur
Tellefsen, J.T.og Langli, J. Chr.: Årsregnskapet. 6.utg. Oslo: Universitetsforlaget 1999. Kap. 8, 9, 10, 11(unntatt 11.4 og 11.9.3), 12 (unntatt 12.5.5 og 12.6.5), 13 (unntatt 13.5 og 13.6), 14 (unntatt 14.5.5 og 14.6), 15-15.3, 15.5, 20 (unntatt 20.9) og 21.

Anbefalt litteratur
Sending, Aa.: Arbeidshefte i årsregnskap og regnskapsanalyse. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget 1998

Emneoversikt

1. Årsregnskapets målgrupper og regnskapet som informasjonskilde
2. Alternative regnskapsmodeller og ulike verdivurderingsprinsipper
3. Verdivurdering og periodisering av anleggsmidler
4. Omløpsmidler og tilhørende periodiseringer
5. Gjeldspostene og tilhørende periodiseringer
6. Egenkapital og disponering av årsresultat
7. Grunnleggende om utsatt skatt/skattekostnad
8. Regnskapsanalysens formål og innhold
9. Nøkkeltallsanalyse

DELKURS 3: Innføring i bedriftsøkonomi

Mål
Målet er å gjøre studentene kjent med grunnleggende bedriftsøkonomiske teorier, metoder og økonomiske modellbegreper for økonomisk styring av bedrifter. Man skal forstå innholdet i aktuelle begreper og teorier, og gis innsikt i hvordan økonomistyringsdata kan benyttes til kontroll og beslutninger, og kunne utnytte dette i praksis.

Obligatoisk litteratur
Sending, Aa.: Innføring i bedriftsøkonomi. Bergen : Fagbokforlaget 1997. Kap. 1-10

Anbefalt litteratur
Sending, Aa.: Arbeidshefte til Innføring i bedriftsøkonomi. Bergen : Fagbokforlaget 1997

Emneoversikt
1. Kostnads- og inntektsteori. Markedsformer og markedstilpasning. Prissetting
2. Driftsregnskapets formål og oppgaver
3. Kalkulasjon etter selvkostmetoden, bidragsmetoden.
4. Introduksjon til ulike driftsregnskapsmodeller (normalkalkulasjon og standardkost) og forståelse for grunnleggende avviksanalyse
5. Økonomiske analyser og beslutninger på kort sikt (beslutningsrelevante kostnader og KRV-analyser)

Dataverktøy
Det er ingen krav om bruk av dataverktøy i kurset. Imidlertid vil erfaring med bruken av dataverktøy være verdifullt, og det vil lette arbeidet med å holde styr på dataene i caset. Regneark er godt egnet til bruk i forbindelse med internregnskap og regnskapsanalyse. I årsregnskap kan man kan benytte ulike regnskapsprogram. Eventuell tilleggsundervisning med bruk av regnskapsprogram bestemmes av den enkelte høyskole.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Undervisningen i dette kurset gjennomføres som tre delkurs:
Delkurs 1 Forkurs i regnskap (16 timer forelesninger)
Delkurs 2 Årsregnskap med regnskapsanalyse (40 timer forelesninger)
Delkurs 3 Innføring i bedriftsøkonomi (44 timer forelesninger)
Kurset gjennomføres også som fjernundervisning. Studenter som følger deltidsstudiet bes kontakte sitt studiested for nærmere informasjon.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillig oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Bedriftsøkonomisk analyse avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen basert på pensumlitteraturen og et case som er bearbeidet på forhånd. Caset utleveres medio april/primo november og skal løses før eksamen. I forbindelse med caset kan det utdeles artikler og annet tilleggsmateriale som derved blir en del av pensum. Caset kan omfatte materiale fra begge delkursene, og studentene kan med fordel benytte dataverktøy ved løsningen. Casebesvarelsen skal ikke innleveres for sensur, men bringes med til eksamen sammen med selve caset. Eksamen kan bestå av

praktiske og teoretiske spørsmål fra pensum, herunder fra supplerende materiale utdelt sammen med caset, men særlig spørsmål relatert til problemstillinger tatt opp i case/caseløsning. Oppgavene består i liten grad av ren gjengivelse av caseløsningen, men i å anvende den kunnskap som skal være ervervet gjennom arbeidet med caset. Karakteren fastsettes kun på grunnlag av den skriftlige eksamen.

Eksamenskode
BØK 97001 Bedriftsøkonomisk analyse - Skriftlig eksamen, som utgjør 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9700, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

BØK 9804 Finansiell og juridisk rådgivning

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)

Kursansvarlig
Dag Jørgen Hveem, Knut Sagmo

Institutt
Finansiell økonomi

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
5

Mål
Grunnleggende rådgivningskompetanse vedrørende kunders finansielle sparing og låneopptak. I tillegg belyses juridiske sider av privatøkonomisk rådgivning. Målsettingen søkes oppnådd via tre delmål: Først; ved å forstå hvordan kapitalmarkedet transformerer privat sparekapital til realøkonomisk verdiskapning. I denne prosessen bestemmes både rentenivå og realøkonomisk aktivitet. Dernest; hvordan finansielle verdipapirer kan settes sammen til en portefølje tilpasset kunders individuelle ønsker og behov med hensyn på forventet avkastning og risiko. Tredje delmål er tilegnelse av datateknologi-ferdigheter som muliggjør økonomisk analyse basert på virkelig data fra finansmarkedene. Kombinert med øving i presentasjonsteknikk, representerer delmålene basis-kunnskap for morgendagens finansielle og juridiske rådgivere.

Forkunnskaper
Det kreves forkunnskaper tilsvarende pensum i BØK 8950 Investering og finansiering fra første studieår.

Obligatorisk litteratur
Gitman, L.J. og Joehnk, M.D.: Fundamentals of investing. 7th ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley 1999
Hveem, D.J. (red.): Privatøkonomiske emner. Rev.utg. Sandvika: BI Senter for finansutdanning 1998
Bankjus del I. Oslo: Bankakademiet 1993 med tillegg eller Bankjuskompendium I. Sandvika: BI Senter for finansutdanning 1999
Bankjus del II: Oslo: Bankakademiet 1993 med tillegg eller Bankjuskompendium II: Sandvika: BI Senter for finansutdanning 1999
Artikler og materiale gjennomgått i forelesningene.

Anbefalt litteratur
Boye, K. og Hansen, T.: Personlig økonomi 1999. Cappelen akademisk forlag 1999

Emneoversikt
1. Regler for personbeskatning, folketrygd, pensjons- og livsforsikring
2. Skattemessige konsekvenser ved ulik finansiering av forbruksgoder og bolig
3. Finansiell sparing i aksjer og obligasjoner: Forventet avkastning og risiko i porteføljeperspektiv
4. Finansiell sparing i aksjer og obligasjoner: Individuelle kundetilpasninger mhp. avkastning og risiko
5. Finansiell rådgivning som profesjon: Etikk, personlig integritet og profesjonell kompetanse

I tilknytning til emnene over behandles følgende juridiske områder:
1. Personrett, herunder umyndiges evne til å binde seg ved økonomiske avtaler. Verge og overformynderi
2. Økonomiske og rettslige virkninger av inngåelse og oppløsning av ekteskap og ugift samliv
3. Arverett, forskudd på arv, arveavgift og skatt, herunder aktuelle tilpasninger
4. Avtalerett
5. Boligrett, herunder ulike eierformer og ulike typer panteobjekt
6. Kausjonsrett
7. Pengekravsrettslige emner
8. Panterett
9. Tingsrett
10. Gjeldsordningsloven
11. Tvangsfullbyrdelse og konkurs

Dataverktøy
Kunnskap om, og bruk av, datakilder fra Internet, samt opprettelse og anvendelse av databaser i

Excel og MiniTab med tidsseriedata for aksjer og obligasjoner, samt rente- og valutakurser, er en sentral målsetting i kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 105 timer i vårsemesteret.

Eksamen
Fem timers skriftlig, individuell eksamen.

Eksamenskode
BØK 98041 Finansiell og juridisk rådgivning - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9804, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Rentetabell, programmerbar kalkulator og lovsamling.

Kontinuasjon
Ved neste ordinære eksamen.

BØK 9805 Årsregnskap og skatt

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Kursansvarlig
Rolf Gunnar Strand

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Høst, Fjernundervisning: Vår, Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene oversikt over enkelte viktige emner innen bedriftsbeskatningen. Det legges vekt på å klargjøre ulikheter i vurderingsreglene mellom årsregnskapet og skatteregnskapet, samt hvorledes disse to regnskapsformene i Norge er bundet sammen ved behandlingen av utsatt skatt. Avslutningsvis gis studentene en innføring i de mest grunnleggende problemstillingene innen konsernregnskap og kontantstrømanalyser.

Forkunnskaper
BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse og JUR 9755 Forrretningsjus fra grunnfag i bedriftsøkonomi.

Obligatorisk litteratur
Skaar, A.A.og Kildal, T.S: Bedriftsskatterett. 7. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998
Gjems-Onstad, O.(red): Skattelover og sentrale forskrifter: studenthefte. Oslo: Ad Notam Gyldendal Siste utg.
Tellefsen, J. T. og Langli J. Chr.: Årsregnskapet., 6. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1999

Anbefalt litteratur
Olgyai, P.: Oppgaver i bedriftsskatterett: med løsningsforslag. Oslo: Ad Notam Gyldendal. Siste utg.
Tellefsen, J. T. og Høyvarde H. K.: Arbeidshefte til årsregnskapet. Oslo: Universitetsforlaget. Siste utg.

Emneoversikt
1. Orientering om skattesystemet, alminnelig inntekt og personinntekt
2. Skattemessige regler for varelager, kundefordringer, valutaposter, avskrivninger og gevinster/ tap
3. Beregning av utsatt skatt
4. Behandling av utsatt skatt i årsregnskapet og skatteregnskapet
5. Kontantstrømanalyser
6. Grunnleggende regler for utarbeidelse av konsernregnskap

Dataverktøy
Dataverktøy brukes ikke i undervisningsopplegget. Studentene kan på egen hånd ha nytte av å anvende et skatteberegningsprogram. Det samme gjelder bruk av årsoppgjørsprogrammer i forbindelse med løsningen av caset. Det kan også være nyttig å bruke Norsk Elektronisk Skattebibliotek som arbeidsverktøy ved behandling av skattemessige problemstillinger.

Anbefalt programvare: Norsk Elektronisk Skattebibliotek

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses over 42 timer. Studentene kan ikke påregne at alle emner blir gjennomgått i detalj i forelesningene. Kurset krever derfor en betydelig egenaktivitet.

Fjernundervisning:
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendinger.

Eksamen
Ca. en måned før eksamen utleveres et case som omhandler kunnskapene ervervet i BØK 9805 Årsregnskap og skatt. Caset skal løses individuelt av den enkelte student i løpet av semesteret. Studentene kan med fordel benytte dataverktøy ved løsningen. Den enkelte students caseløsning skal ikke innleveres for sensur. Sammen med selve caseteksten skal i stedet caseløsningen bringes med som grunnlagsmateriale ved en avsluttende 3-timers skriftlig eksamen. I forbindelse med caset kan det utdeles artikler og annet tilleggsmateriale som derved blir en del av pensum. Eksamen kan bestå av praktiske og teoretiske spørsmål fra pensum, herunder fra supplerende materiale utdelt sammen med caset. Hovedvekten av spørsmålene vil imidlertid være relatert til caset/caseløsningen. Oppgavene består i liten grad av ren gjengivelse av caseløsningene. Karakteren fastsettes utelukkende på grunnlag av den skriftlige eksamenen.

Eksamenskode
BØK 98051 Årsregnskap og skatt - Skriftlig eksamen, , teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9805, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

BØK 9810 Eksternregnskap

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF)

Kursansvarlig
Anne Bøhmer Gravdahl

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Fjernundervisning: Høst, Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene tilstrekkelig innsikt i eksternregnskap til å kunne foreta regnskapsavslutning og sette opp årsregnskap med noteopplysninger for mindre selskaper. Dette innebærer også å vurdere korrekt regnskapsmessig behandling av de fleste forretningstilfelle samt ha oversikt over hvor reglene finnes.

Forkunnskaper
BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Huneide, J. E.,et.al.: Årsregnskapet i teori og praksis 1998. Rasta: Økad forlag 1998. Det vil bli opplyst hvilke deler av boken som er pensum.
Huneide, J. E., et. al.: Årsregnskapet i teori og praksis 1998 - tilleggsbind ny regnskapslov. Rasta: Økad forlag
Sørensen, T.(red): Årsregnskapet: oppgavesamling med løsningsforslag. 3.utg. Rasta: Økad forlag 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Med vekt på små selskaper:
1. Hvem er regnskapspliktig, regnskapspliktens innhold
2. Regnskap for AS, ANS, KS og personlig næringsdrivende
3. Regnskapsprinsipper og noteopplysninger for aksjer, obligasjoner, varer, prosjekter, driftsmidler, immaterielle eiendeler, gjeld, utsatt skatt og egenkapital.

Dataverktøy
Dataverktøy brukes ikke i selve kurset. Et regnskapsprogram eller årsavslutningsprogram kan med hell brukes til oppgaveløsing.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses over 42 timer. Ikke alle emner blir gjennomgått i detalj på forelesning. Egen arbeidsinnsats, særlig med oppgaveløsning, er viktig.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram

Eksamen
Fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 98101 Eksternregnskap - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9810, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9853 Driftsregnskap og budsjettering

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Kursansvarlig
Aage Sending

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Vår, Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Man skal gjennom kurset erverve innsikt i teoretiske modeller for driftsregnskap og budsjett og kunne forstå og anvende disse i praksis, herunder ulike vurderingsproblemer. Det skal gis innsikt i budsjetteringsprosessen, oppbyggingen av budsjettene og utarbeidelsen av de ulike del- og totalbudsjetter. Forståelse for sammenhengen mellom driftsregnskap og budsjettering skal oppøves for å utnytte dette i økonomistyringen, og det skal gis innsikt i praktisk og relevant avviksanalyse. Evnen til å trekke ut relevant informasjon fra driftsregnskapet for bruk i ulike beslutningssituasjoner skal også utvikles.

Forkunnskaper
Tilsvarende delkurs 3 Innføring i bedriftsøkonomi i kurset BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse.

Obligatorisk litteratur
Hoff, K.G.: Driftsregnskap og budsjettering. Oslo: Tano Aschehoug 1998

Anbefalt litteratur
Sending, Aa.: Arbeidshefte til driftsregnskap og budsjettering. 2. utg. Bergen : Fagbokforlaget 1999

Emneoversikt
1. Resultatberegning ved beholdningsendringer
2. Normalkostregnskap
3. Standardkostregnskap
4. Fellesprodukter og ABC (som kalkyleprinsipp)
5. Bakgrunn for budsjettarbeidet
6. Delbudsjettene
7. Resultat- og balansebudsjett
8. Likviditetsbudsjett og likviditetsstyring
9. Sammenhengen mellom de ulike hovedbudsjettene
10. Beslutningsrelevante kostnader

Dataverktøy
Det er ingen krav om bruk av dataverktøy i kurset. Imidlertid vil erfaringen man erverver ved bruk av regneark i forbindelse med oppgaveløsning være verdifull, særlig til de litt større oppgavene.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med 42 undervisningstimer.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 98531 Driftsregnskap og budsjettering - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9853, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

BØK 9931 Modellering av bedriftsøkonomiske problemstillinger (Økonomistyring III)

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Kursansvarlig
Pål Berthling-Hansen, Espen Skaldehaug

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal videreutvikle studentenes kunnskaper og ferdigheter innen analyse av bedriftsøkonomiske problemstillinger. De bedriftsøkonomiske problemene presenteres i et utvalg cases fra emnesområdene likviditetsbudsjettering, risikostyring og strategi. Det vil bli lagt spesiell vekt på bruk av Excel i problemløsninger. En videre drøftelse av risiko som begrep vil også inngå som en vesentlig del av kurset.

Forkunnskaper
Kurset forutsetter grunnleggende kunnskap i Excel og generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Johnson, H. Cost of capital: pricing risk and return. Financial Times Pitman Publishing 1999
Schlosser, M.: Corporate finance: a model-building approach. 2nd ed. New York: Prentice Hall 1992
Skaldehaug, E., Berthling-Hansen, P.: Oppgavesamling i bedriftsøkonomiske beslutninger m/løsningsforslag: Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999
Artikler

Anbefalt litteratur
Bøhren, Ø. og Gjærum, P.I.: Prosjektanalyse. Oslo: Skarvet Forlag 1998
Bøhren, Ø. og Michalsen, D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet Forlag 1994

Emneoversikt
1. Innføring i noen avanserte funksjoner i Excel
2. Budsjettering av kontantstrøm
3. Modell bygging
4. Risikostyring
5. Forholdet mellom risiko og avkastning
6. Sammenligning av kontantstrøm og regnskaps tall
7. Beslutningstrær som beslutningsgrunnlag
8. Cases

Dataverktøy
Kurset vil aktivt bruke Excel regneark.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 36 timer undervisning. En del av disse timene vil medgå til løsning av diverse cases.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 99311 Modellering av bedriftsøkonomiske problemstillinger - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9931, 2 vekttall

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

BØK 9950 Styring av finansforetak

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år)

Kursansvarlig
Emanuel Blattner

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
5

Mål
Målet med kurset er at studentene tilegner seg kunnskaper om:

- Strategisk posisjonering av finansforetak
- Finansforetakenes produkter, markedsføring og prising av kapital og betalingsprodukter
- Balanse- og likviditetstyring under endrede renteforhold
- Resultat- og likviditetsbudsjettering og lønnsomhetsvurdringer
- Risikostyring i finansforetak

Forkunnskaper
Det forutsettes kunnskaper tilsvarende diplomøkonomstudiet i bank og finans 2. år.

Obligatorisk litteratur
Sinkey, J. F.: Commercial Bank Financial Management in the Financial-Services Industry. 5th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1998

Anbefalt litteratur
Gardner, M.J., Milles, D.L., Cooperman, E.S.: Managing Financial Institutions: An Asset/Liability Approach. 3rd ed. Fort Worth: Dryden 1994

Emneoversikt

1. Strategibeslutninger i finansnæringen
   - Strategisk ledelse
   - Måldefinering
   - Alternativer
   - Evaluering av strategivalg
2. Langtidsplanlegging i finansforetak
3. Budsjettering
   - Budsjettprosessen
   - Balansestyring og balansebudsjettering
   - Resultatbudsjettering(Prissetting av produkter og tjenester)
   - Likviditetsbudsjettering/Likviditetskrav/Egenkapitalskrav
4. Budsjettoppfølging (Avviksanalyser)
   - Balanse
   - Resultat totalt og avdelinger (Hovedkontoret og avdelingskontorer)
   - Likviditet
5. Lønnsomhetsvurdering av produktene i finansnæringen
   - Produktlønnsomhet
   - Kundelønnsomhet
6. Bruk av banksimuleringen "Banking Game"

Dataverktøy
Regneark Excel og Banksimuleringen "Banking Game"

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 90 timer med forelesninger gruppearbeid og casegjennomgang. Banksimuleringen "Banking Game" foregår under hele semesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
BØK 99501 Styring av finansforetak - Skriftlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset 9950, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Ved neste ordinære kursgjennomføring.

EMS 9114 Markedsøkonomi

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Solveig Lothe

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Høst, Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kursets formål er å trene studentene i systematiske analyser av konsumenter og bedrifters atferd i ulike markedsmessige situasjoner ved å vise hvordan samspillet mellom etterspørsels og tilbudsiden bestemmer pris og omsatt mengde i ulike markeder. Boligmarkedenes virkemåte er et viktig moment i dette kurset, og hvor det er naturlig vil de teoretiske poengene i undervisningen bli belyst med eksempler fra boligmarkedene.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L.: Microeconomics. 4th ed. Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall 1998. (Utvalgte deler).
Grønn, E.: Norsk og internasjonal luftfart: en mikroøkonomisk case-studie. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999

Anbefalt litteratur
Grønn, E.: Mikroøkonomi : formler og oppgaver. 4. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1998

Emneoversikt
1. Introduksjon til makroøkonomisk analyse
2. Elementær markedsøkonomi: tilbud og etterspørsel
3. Teori om konsumentenes tilpasning
   - Budsjettbetingelsen og konsumentens preferanseordning
   - Virkning av pris- og inntektsendringer
   - Etterspørselsfunksjoner og elastisiteter
4. Teori om bedrifters tilpasning
   - Produksjonsteori
   - Virkning av endret teknikk
   - Optimal bruk av innsatsfaktorer
   - Kostnadsteori
   - Profittmotivet
5. Teorier om hvordan markedene fungerer
   - Fri (perfekt) konkurranse
   - Monopol
   - Definisjon av oligopol og monopolistisk konkurranse
   - Spill
6. Markedenes allokering av samfunnets ressurser
7. Anvendelser

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses med 42 timer.
Studentene kan ikke regne med at alle deler av pensum dekkes gjennom forelesningene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
EMS 91141 Markedsøkonomi - Skriftlig eksamen, , teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9114, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
En ikke-programmerbar kalkulator er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

EMS 9116 Jus for eiendomsmeglere II

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Tore Bråthen

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
4

Mål
Målet med Jus for eiendomsmeglere er at studentene skal få kunnskap om de rettsregler som utøvere av eiendomsmegleryrket berøres av. Dette er både rettsregler som setter rammer for utøvelse av eiendomsmegleryrket, og rettsregler som kan ha betydning for omsetning og utleie av fast eiendom. Betegnelsene kjennskap, grundig kjennskap og forståelse viser hvilket faglig nivå som kreves. De mest omfattende kunnskaper kreves der betegnelsen forståelse er benyttet.

Målet med kurset Jus for eiendomsmeglere II er at studentene skal få kunnskap om rettsregler som regulerer adgangen til erverv av fast eiendom og rettsregler som setter skranker for hvordan fast eiendom kan nyttes, samt rettsregler om grensen mellom faste eiendommer.
Studentene skal ha forståelse for rettsregler om eierrådighet og samfunnsstyring, rettsspørsmål i forbindelse med hevd, servitutter og fast eiendoms grenser, samt hvordan ulike kreditorer kan sikre sine krav i fast eiendom. Videre skal studentene ha forståelse for regler om tinglysning av dokumenter vedrørende fast eiendom.
Studentene skal ha kjennskap til familie-, arve- og skifterett, samt odels- og åsetesrett, særlig med henblikk på reglenes betydning ved omsetning av fast eiendom.
Innen fagområdet skatterett skal studentene ha kjennskap til rettsregler om formues- og inntektsbeskatning og grundig kjennskap til rettsreglene om beskatning av gevinst og fradrag for tap ved realisasjon av fast eiendom. Studentene skal også ha kjennskap til reglene om arveavgift.
Studentene skal ha kjennskap til rettsregler om tvangsfullbyrdelse, gjeldsforhandlinger og konkurs. Det kreves forståelse for regler om tvangssalg av boligeiendommer.
Med utgangspunkt i de juridiske fag skal studentene ha grundig kjennskap til utforming av kontrakter som inngås gjennom eiendomsmegler.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Se under emneoversikten.

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Rettsregler om eierrådighet og samfunnsstyring

Obligatorisk litteratur
Falkanger, T.: Fast eiendoms rettsforhold. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1997

- Plan- og bygningsloven og andre rettsregler av betydning for nybygg og endringer for bestående bygninger (Falkanger § 7)
- Ekspropriasjonslovgivningen og rettsreglene om skjønn (Falkanger § 7)
- Konsesjonslovgivningen. (Falkanger § 7 s. 145-168)
- Eiers rådighet over fast eiendom. (Falkanger § 2 s. 39-57)
- Hovedpunkter i rettsregulering om vern av natur og miljø

2. Andre tingsrettslige emner

Obligatorisk litteratur

Falkanger,T.: Fast eiendoms rettsforhold. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1997: § 3.5, § 4, § 5.5, § 10, § 12, § 14
Wyller, C.F.: Boligrett. 4. rev.utg. Bergen: Christian Fr. Wyller 1999

- Rettsreglene om hevd av fast eiendom (Falkanger § 5.5)
- Rettsreglene om begrensede rettigheter i fast eiendom (servitutter, tomtefeste) (Falkanger § 12, § 14 og Wyller
- Rettsreglene om fast eiendoms grenser (Falkanger § 4)
- Faste eiendommers grenser (Falkanger § 10)
- Eiers rett og naboene (Falkanger § 10)
- Løsningsrettigheter (Falkanger § 3.5)
- Tomtefeste

3. Sikkerhetsrett

Obligatorisk litteratur
Kjelstrup, C.B.: Liten panterett. 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1996
Wyller, C.F.: Boligrett. 4. rev. utg. Bergen: Christian Fr. Wyller 1999

- Pant i innskuddsboligen
- Pantesikkerhet for ansvaret for fellesutgifter
- Pant og annen sikkerhetsstillelse i forbindelse med erverv av fast eiendom.
- Rettsreglene om tilbakeholdsrett og arrest.

4. Tinglysningsrett

Oblilgatorisk litteratur
Almaas, K.: Tinglysing. 5. utg. Oslo: Norges eiendomsmeglerforbund 1999

- Tinglysningslovgivningen, herunder forskrift om tinglysning.
- Gjennomgang av praktisk gjennomføring av tinglysningen, med sikte på den delen av studiets annet år som tar for seg den praktiske eiendomsmeglingen.

5. Familie-, arve- og skifterett

Obligatorisk litteratur
Unneberg, I.: Familierett, arverett og odelsrett: kompendium for eiendomsmeglerstudiet. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999

- Økonomiske virkninger av ekteskap, herunder avtaleinngåelse på vegne av ektefellen
- Rettsreglene om opphør av ekteskap og virkningene av dette
- Rettsreglene om ulike gruppers arverett (slekt/ektefeller), herunder pliktdelsreglene
- Rettsreglene om opprettelse av testament
- Rettsreglene om skifte
- Ugift samliv

6. Odels- og åsetesrett

Obligatorisk litteratur
Unneberg, I.: Familierett, arverett og odelsrett: kompendium for eiendomsmeglerstudiet. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999

- Rettsreglene om adgangen til å overta odelsjord og om fremgangsmåten ved slik overtakelse
- Odelsretten
- Åsetesretten

7. Skatterett

Obligatorisk litteratur
Wyller, C.F.: Boligrett. 4. rev. utg. Bergen: Christian Fr. Wyller 1999. Kap. 5.

- Skattelovens regler og Skattedirektoratets takseringsregler om formuesbeskatning av fast eiendom
- Skattelovens regler om inntektsbeskatning av fast eiendom i eiertid (direkte ligning og indirekte ligning)
- Skattelovens bestemmelser om beskatning av gevinst og fradrag for tap som oppstår ved realisasjon av fast eiendom
- Eiendomsskatt
- Skattesatser som nyttes ved de forskjellige beskatningsformer

8. Tvangsfullbyrdelse, gjeldsforhandling og konkurs

Obligatorisk litteratur:
Bråthen, T. (red.): Foretaksrett. 4. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998. Kap. XVI
Næssvik, B.: Tvangssalg gjennom eiendomsmegler. Oslo: Norges eiendomsmeglerforbund 1998

- Rettsreglene om tvangsfullbyrdelse, gjeldsforhandling og konkurs, herunder regler om fast eiendomsstilling ved tvangsfullbyrdelse, gjeldsforhandling og konkurs.

9. Kontraktskriving

- Utforming av kontrakter som inngås gjennom eiendomsmegler.

Lovtekster m.v.
Relevante lovtekster (Norges Lover, særtrykk m.v.) er meget sentrale i studiet. Studentene forutsettes å bruke siste utgave av lovsamlingen Norges Lover, samt særtrykk som det opplyses om i undervisningen.

Dataverktøy
Benyttes ikke i kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 84 timer. Kurset forutsetter betydelig egeninnsats i form av lesing, kollokvier, oppgaveløsning m.v.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
EMS 91161 Jus for eiendomsmeglere II - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9116, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Norges Lover, særutgaver av lover, fotokopier av lover, lovutkast (bare lovteksten) og forskrifter. Etiske regler for Norges Eiendomsmeglerforbund.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

EMS 9419 Eiendomsmeglerregnskap

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Hildur Høiland, Rolf Gunnar Strand

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Høst/Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
2

Mål
Basert på undervisningen i eiendomsmegling og jus, skal studentene få sikker forståelse av behandling og regnskapsføring av betrodde midler (klientmidler) og for oppgjør og omsetning av fast eiendom.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Martinsen, E., Høiland,H.: Oppgjør og oppgjørsrutiner. 2. utg. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1997
Kristiansen, J.E., Martinsen, E.: Eiendomsmeglerregnskap. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999
Dokumentsamling. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999
Relevante lovtekster (Norges Lover, særtrykk m.v.)

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Oppgjør
   - Gebyr- og provisjonsberegninger
   - Oppgjørsoppstillinger
   - Pro & Contra
   - Innståelseserklæringer/bundet mandat
   - Avsluttende oppgjør til selger
   - Innfrielse av heftelser og overføring av lån til ny eiendom
   - Overbeheftede eiendommer
   - Klientkonti- og renteavregning
2. Eiendomsmeglerregnskap
   - Regnskaps- og rapporteringsregler i henhold til særskilte bestemmelser og forskrifter
   - Organisering av regnskapet i et meglerforetak
   - Bokføring av transaksjoner i et meglerforetak, med særlig vekt på oppgjør av eiendomshandler og betrodde midler (klientreskontro/klientansvar)
   - Årsavslutning, oppsett av årsoppgjør og presentasjon

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 42 timer. Studentene vil få utlevert oppgaver til løsning på egen hånd eller i grupper. Ved siden av forelesningene må studentene beregne en betydelig egeninnsats med oppgaveløsning.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
94191 Eiendomsmeglerregnskap - Skriftlig eksamen, , teller 100% for å oppnå karakter i kurset BØK 9419, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Norges Lover, særutgaver av lover, fotokopier av lover, lovutkast (bare lovteksten) og forskrifter.
Norges Eiendomsmeglerforbunds håndbok.
Etiske regler for Norges Eiendomsmeglerforbunds håndbok.
Det er også tillatt å bruke rentetabell og en ikke-programerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

EMS 9515 Jus for eiendomsmeglere I

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Tore Bråthen

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Høst/Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Mål
Målet med Jus for eiendomsmeglere er at studentene skal få kunnskap om de rettsregler som utøvere av eiendomsmegleryrket berøres av. Dette er både rettsregler som setter rammer for utøvelse av eiendomsmegleryrket, og rettsregler som kan ha betydning for omsetning og utleie av fast eiendom. Betegnelsene kjennskap, grundig kjennskap og forståelse viser hvilket faglig nivå som kreves. De mest omfattende kunnskaper kreves der betegnelsen forståelse er benyttet.

Målet med kurset Jus for eiendomsmeglere I er at studentene skal få forståelse for rettsregler som fastsetter rammebetingelsene for utøvere av eiendomsmegleryrket. Studentene skal ha kjennskap til kontraktsretten og forståelse for rettsregler som regulerer rettsforholdet mellom selger og kjøper av fast eiendom når kontrakter inngås gjennom eiendomsmegler, herunder rettsregler som kommer til anvendelse ved kontraktsbrudd, samt relevante regler om pengefordringer. Studentene skal ha grundig kjennskap til angitte emner innen boligretten og kjennskap til relevante regler i forsikringsforhold.
Studentene skal ha kjennskap til reglene om statens høyeste organer (Stortinget, Regjeringen og domstolsapparatet), samt sentral- og lokalforvaltning. Dette innebærer at studentene skal ha kjennskap til bl.a. forvaltningsloven og offentlighetsloven.
I fagområdet sammenslutningers rett, herunder sameie, skal studentene gis grundig kjennskap til rettsregler av særlig betydning for drift og omsetning av fast eiendom. Studentene skal ha forståelse for regler av betydning for organisering av eiendomsmeglerforetak.
Studentene skal ha kjennskap til relevante regler som regulerer arbeidsforhold i eiendomsmeglerbransjen.

Forkunnskaper
Grunnfag i bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Se under emneoversikten.

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt

1. Innføring i juridiske fag

Obligatorisk litteratur
Bråthen, T. (red.): Foretaksrett. 4 . utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998 Kap. I pkt. 2, kap. XV.

2. Eiendomsmeglerrett del 1
Rettsregler om utøvelse av eiendomsmegleryrket, herunder eiendomsmeglerloven, forskrift om eiendomsmegling, regler om markedsføring og etiske regler.

Obligatorisk litteratur
Bech, S. og Hasfjord, T.: Eiendomsmeglingsloven. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1995

3. Alminnelig formuerett
Grunnleggende prinsipper om kontraktsinngåelse og rettskildesituasjonen i kontraktsretten. Rettslige problemstillinger forbundet med avtaleinngåelse gjennom eiendomsmegler, samt reglene om fordringers

betalingstid og sted, overdragelse av fordringer og foreldelse av fordringer. Hovedreglene om forsikring og erstatning.

Obligatorisk litteratur
Bråthen, T. (red.): Foretaksrett. 4. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998. Kap. IV, V, XI og XII.
Bergsåker, T.: Eiendomshandel gjennom megler: avtaleinngåelse og avtalebrudd. 2. utg. Oslo: Juridisk forlag 1995
Bergsåker, T.: Kjøp av fast eiendom: med kommentarer til avhendingsloven. 2.utg. Oslo : Norges Eiendomsmeglerforbund 1997. Disse sidene er ikke pensum:
28-48,52-57,61-66,124-129,138-143,292-296,308-314,329-332,338-340.

4. Boligrett
Boligsamvirket (boligbyggelag/borettslag og boligaksjeselskaper). Regler om eierseksjoner og etablering av disse. Rettsreglene om leie av fast eiendom.

Obligatorisk litteratur
Aagenæs, M.: Eierseksjonsloven: kompendium. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999
Ot. prp. nr. 82 (1997 - 98) s 5 - 137
Ot. prp. nr. 33 (1995 - 96)

5. Stats- og forvaltningsrett
Grunnleggende regler om statens, fylkeskommunenes og kommunenes organisasjon. Forvaltningslovens regler om behandling av forvaltningssaker og offentlighetslovens regler om innsynsrett.

6. Sammenslutningers rett
Rettsreglene om ulike eierformers kapital, organisasjon, adgang til overdragelse av andel samt organisasjonsmessige endringer.

Obligatorisk litteratur
Bråthen, T. (red.): Foretaksrett. 4. utg.: Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998. Kap. II.2, kap.III
Bråthen, T.: Sameie: kompendium for eiendomsmeglerstudiet. 3. utg. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1998

7. Eiendomsmeglerrett del 2
Rettsregler om organisering av eiendomsmeglerforetak.

Obligatorisk litteratur
Se under sammenslutningers rett.

8. Arbeidsrett
Bråthen, T. (red.): Foretaksrett. 4. utg.: Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998. Kap. X

Lovtekster m.v.
Relevante lovtekster (Norges Lover, særtrykk m.v.) er meget sentrale i studiet. Studentene forutsettes å bruke siste utgave av lovsamlingen Norges Lover, samt særtrykk som det opplyses om i undervisningen.

Dataverktøy
Det benyttes ikke dataverktøy i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 84 timer.Kurset forutsetter betydelig egeninnsats i form av lesing, kollokvier, oppgaveløsning m.v.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
EMS 95151 Jus for eiendomsmeglere I - Skriftlig eksamen, , teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9515, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Norges Lover, særutgaver av lover, fotokopier av lover, lovutkast (bare lovteksten) og forskrifter. Etiske regler for Norges Eiendomsmeglerforbund.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

EMS 9517 Eiendomsmegling

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Dag Tangen, Hildur Høiland

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Høst/Vår, Heltid: Høst/vår

Vekttall
4

Mål
Målet med kurset Eiendomsmegling er å gi studentene kunnskap om hvilke praktiske konsekvenser de krav publikum, kunder, offentlige myndigheter, eiendomsmeglerbransjen osv. stiller til utøvelsen av eiendomsmegleryrket, herunder krav til eiendomsmeglerens faglige og personlige atferd.
Studentene skal gjennom kurset få forståelse for den praktiske anvendelse av de rettsregler eiendomsmegleryrket er underlagt.
Studentene skal få grundig kjennskap til dokumentbehandling i forbindelse med en eiendomshandel. Studentene skal lære å løse konkrete oppgaver i tilknytning til eiendomshandler, inkludert markedsføring, salg, utforming av avtaledokumenter og ulike kontrakter.
Undervisningen har nær tilknytning til undervisningen i kursene jus og eiendomsmeglerregnskap.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Det kan bli endringer i pensumlitteraturen.
Binfield, U.P. et. al.: Eiendomsmegling i praksis - del I. 3. utg. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1998
Binfield, U.P. et. al: Eiendomsmegling i praksis - del II. 3. utg. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1998
Kittilsen, N.H. : Eiendomstaksering. 2. utg. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1997
Dokumentsamling. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund 1999
Relevante lovtekster (Norges Lover, særtrykk m.v.)
Norges Eiendomsmeglerforbunds Håndbok.
Etiske regler for Norges Eiendomsmeglerforbund.
Materiale som deles ut i forelesningene er også å anse som pensum.

Anbefalt litteratur
Næssvik, B.: Tvangssalg gjennom eiendomsmegler. Oslo: Norges Eiendomsmegerforbund 1998

Emneoversikt
1. Eiendomsmegling
   - Eiendomsmeglerens ansvarsforhold overfor klientene, herunder forståelse for begrepet god meglerskikk og etikk i praksis
   - Eiendomsmeglerens forhold til offentlige myndigheter - rammebetingelser og krav som gjelder
   - Prosedyrer og rutiner i eiendomsmeglerfaget
   - Gjennomføring av forskjellige typer eiendomshandler - hvorledes skaffe oppdrag, markedsføring av oppdrag, innhenting av opplysninger, budgiving, kontraktsutforming og forberedelser til oppgjør
   - IT bruk i eiendomsmegleryrket
2. Eiendomstaksering
   - Innføring i de ulike takseringsbegreper
   - Teknisk taksering av de alminnelige takseringsobjekter (småhus, rekkehus etc.)
   - Teknisk taksering av spesielle objekter (næringseiendommer, tomtearealer osv.) og økonomiske analyser av faste anlegg som nyttes i industriøyemed
   - Tilstandsrapport
3. Bygningshistorie
   - Bygningshistorikk, stilarter og miljøtilpasning
   - Bygningslære og bygningsteknikk
   - Planlegging og utbygging

- Byggesak

4. Eiendomsfinansiering
   - Ulike typer låneinstitusjoner (offentlige og private) og deres krav for oppnåelse av finansiering i tilknytning til fast eiendom
   - De ulike finansieringsinstitusjoners låneformer og låneprosedyrer
   - Utstedelse av lånedokumenter
5. Organisering av små bedrifter med spesiell vekt på etablering og drift av eiendomsmeglerforetak

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over to semestre med totalt 84 kurstimer. Undervisningen skjer ved forelesninger, gruppearbeid og praktisk problemløsning. I tillegg vil det bli utdelt oppgaver og cases som forutsettes løst på individuell basis.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
EMS 95171 Eiendomsmegling - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9517, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Norges Lover, særutgaver av lover, fotokopier av lover, lovutkast (bare lovteksten) og forskrifter.
Norges Eiendomsmeglerforbunds håndbok.
Etiske regler for Norges Eiendomsmeglerforbund.
Det er tillatt å bruke en ikke-programerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

EMS 9920 Markedsføring og salg av tjenester

Studium
Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Ansvarlig
Tor Grenness

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
Deltid: Høst/Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Mål
Kursets formål er å gi studentene fordypende kunnskaper på sentrale områder innen tjenestemarkedsføring knyttet til eiendomsmegling. Kurset omfatter fagområdene informasjons- og kjøpsatferd, salg og salgsledelse, markedsanalyse, samt serviceledelse. Kurset skal gjennom forelesninger, veiledning og oppgaveløsning i størst mulig grad knyttes til de særtrekk som gjelder for eiendomsmeglerbransjen.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende utdanning.

Emneoversikt og obligatorisk litteratur
Kurset gjennomføres med 84 kurstimer og er organisert i følgende fire delkurs:
1. Informasjons- og kjøpsatferd
2. Markedsanalyse
3. Serviceledelse
4. Salg og salgsledelse

DELKURS 1: Informasjons- og kjøpsatferd
Mål
Kunnskap om kunders motiver, behov og beslutningsprosesser er en forutsetning for systematisk markedsføring og effektiv markedskommunikasjon for alle produkter - også eiendomsmeglertjenester.

Kurset tar sikte på å gi kunnskap om kjøpsatferd og faktorer som påvirker denne på ulike markeder - med tyngde på kjøp av private tjenester. Studentene skal etter kurset kunne ta bedre markedsføringsbeslutninger knyttet til eiendomsmegling.

Litteratur
Thjømøe, H. M.: Forbrukeradferd. 6. utg. Oslo: Tano eller Singularis 1999

Emneoversikt
1. Hva er informasjons- og kjøpsatferd
2. Koblingen mellom kjøpsatferd og markedsanalyse
3. Individuelle faktorer med konsekvenser for kjøpsatferd
4. Sosiale faktorer med konsekvenser for kjøpsatferd
5. Om markedskommunikasjon og posisjonering

Delkurs 2: Markedsanalyse
Mål
Kursets mål er å gi studentene en forståelse av hvordan man kan skaffe seg et solid informasjonsgrunnlag for utøvelse av markedsføringsfunksjonen i eiendomsmeglerbransjen. Undervisningen tar sikte på å gjøre studentene i stand til selv å gjennomføre enklere markedsundersøkelser og til å bli kvalifiserte innkjøpere og brukere av markedsanalysetjenester.

Litteratur
Grenness, Tor: Kompendium i markedsanalyse for eiendomsmeglere. Sandvika: Handelshøyskolen BI

Emneoversikt
1. Relevansen av markedsanalyse for eiendomsmeglere
2. Markedsovervåking
3. Planlegging og gjennomføring av markedsundersøkelser

DELKURS 3: Serviceledelse og tjenestemarkedsføring

Mål

Kursets mål er å gi studentene en generell innsikt i og operativ forståelse av hvilke konsepter vi i dag har for ledelse og markedsføring av tjenesteforetak. Det legges vekt på de særtrekk som gjør at en ikke uten videre kan overføre ledelses- og markedsføringsprinsipper fra produksjonsforetak til tjenesteforetak. Kurset anvender et ledelsesperspektiv i gjennomgangen av muligheter og problemer knyttet til organisering, styring og markedsføring av tjenesteforetak, med spesiell fokus på eiendomsmegling. Etter kurset skal studentene være bedre i stand til å markedsføre meglertjenester og kommunisere med ulike aktører i markedet.

Litteratur

Andreassen, T. W.: Serviceledelse: markedsføring av tjenester: service som konkurransefortrinn. 3. utg. Oslo: Ad Notam/Gyldendal 1999

Emneoversikt

1. Introduksjon om tjenester
2. Klassifisering av tjenester
3. Servicekvalitet og kundetilfredshet
4. Utvikling av konkurransedyktige tjenester
5. Håndtering av kunderelasjoner
6. Organisatoriske aspekter og intern markedsføring
7. Strategisk ledelse og markedsplanlegging
8. Markedskommunikasjon av eiendomsmeglertjenester

Delkurs 4: Salg og salgsledelse

Mål

Gjennom dette kurset skal studentene utvikle salgsforståelse og forståelse for personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel i en salgsprosess, samtidig som salgets plass i markedskommunikasjonsprosessen understrekes.

Litteratur

Berg, P.A.: Kunsten å selge. Oslo : Cappelen akademisk forlag 1997

Emneoversikt

1. Plan og systematikk i salgsarbeidet
2. Motivering og opplæring av medarbeidere
3. Kontroll og styring etter norm- og nøkkeltall
4. Avslutningsteknikker i salg

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i kurset EMS 9920 Markedsføring og salg av tjenester.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over to semestre med 84 kurstimer. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- EMS 9921 Markedsføring og salg av tjenester 1 - høst
- EMS 9922 Markedsføring og salg av tjenester 2 - vår

Eksamen

Studentene evalueres med en prosjektoppgave knyttet til eiendomsmeglerbransjen med bakgrunn i pensumlitteraturen. Oppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Ved løsning av oppgaven skal det først utarbeides et to siders notat om innhold og opplegg av prosjektoppgaven som skal godkjennes av kursansvarlig/foreleser før videre arbeid settes igang.

Eksamenskode

EMS 99201 Markedsføring og salg av tjenester - Prosjektoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9920, 4 vekttall

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt ved løsning av prosjektoppgaven.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

EXP 0000 Language and Culture II

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes, Helge Jensen

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
6

Objective
The aim of the language part is to provide the students with ability to use the language at a basic foreign study level, and to acquire basic knowledge of the culture of the country in which they will conduct their further studies, and to function satisfactorily in the business community of the host country.

Prerequisites

Compulsory literature
Specified by each of the schools abroad, subject to approval by Norwegian School of Marketing.

Recommended literature

Course outline
1. Written training in grammar, vocabulary and expression
2. Oral training in expression
3. Cultural roots of specific expressions, vocal and non-vocal
4. Various microcultural and geographical frames of reference
5. History, politics, and current economic issues

Computer-based tools

Course structure
Written and oral classroom instructions with home assignments for the language part. Lectures for the culture part. The course is run in English, French, German or Spanish.

Evaluation
Varies from country to country. Combinations of participation, continuous assessment evaluations and individual written and oral exams, subject to approval by NMH.

Evaluation code(s)

Aids at the examination

Makeup exam

EXP 0000 International Marketing Strategy and Management

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
6

Objective
The objective of this course is to give a broad overview of foreign trade and international management including contracts and international legal aspects.

Prerequisites

Compulsory literature
Defined by local institutions subject to approval by NMH. The literature will be available for the students before the start of the semester.

Recommended literature

Course outline
1. Foreign trade
2. International logistics
3. International marketing, international management, international marketing strategy, international law and
4. contracts, international financial management
5. Communication and information systems
6. International market analysis
7. International negotiations

The specific weighting and combinations of the thematic coverage will vary between the schools abroad. Content at the specific school is available on request, and a specific teaching program with timetable and teachers will be announced to the students ahead of the start of the semester. Parts of the course may be in master's level classes with local students.

Computer-based tools

Course structure
Lectures, cases and discussion sessions. Some schools may have participation requirements.

Evaluation
Written exams. The format varies between the schools in terms of number of partial exams that make up the total basis for the final grade. In some schools participation requirements are also stipulated.

Evaluation code(s)

Aids at the examination

EXP 0000 Host Country Marketing

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
6

Objective
To give students training in how to gain access to host country markets; insight into host country industrial and consumer marketing, marketing communication and local laws regulating marketing and markets.

Prerequisites

Compulsory literature
The literature required is mainly of local origin, and will be specified by the institution, subject to Norwegian School of Marketing's approval. The reading list will be available to the students ahead of the semester start.

Recommended literature

Course outline
1. Host country marketing research
2. Industrial marketing
3. Consumer marketing
4. Marketing communication
5. Host country laws regulating markets and marketing in the host country

The thematic coverage may vary in terms of weight, combinations and sequencing.

Computer-based tools

Course structure
Lectures, workshops, case studies and individual presentations by students. The teaching methods may vary between the host schools, and parts of the course may be taken in regular classes also offered to local students. At those schools the students may have elective courses to choose from within the thematic areas listed above.

Evaluation
Projects may be prerequisites for sitting for the final exam(s). The exam format is mainly individual and written, but may vary from one comprehensive exam to several partial exams. The specifics will be available to the students before the semester starts.

Evaluation code(s)

Aids at the examination

Makeup exam

EXP 0000 Diploma Project II in International Business

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
4

Objective
The diploma project II aims at developing in-depth knowledge by applying the 7th semester's theories of international business on multinational marketing management and strategy problems. It is also a goal to teach students how to work independently on self-selected problems in a foreign culture using a foreign language. The student will learn how to discover information about countries they are not currently living in. The diploma work shall give the students training in planning research projects, and executing them in a group within a limited time period, and reporting their findings in a foreign language. The process shall comply with scientific methods of discovery and reporting.

Prerequisites

Compulsory literature
Readings, containing both factual and theoretical material related to defining and solving the project, are proposed by the students, and defined by the academic advisor through approval of the project. Literature used must be referenced in the written report in accordance with established academic practice.

Recommended literature

Course outline
The second diploma project is expected to deal with matters concerning multinational business and marketing, international trade, and management thereof, based on the 7th semester's study content. Project II can cover a wide set of questions. To illustrate, the projects can cover anything from theoretical studies of various aspects of international business, global/regional industry development studies, how developments in regional political cooperation like the EU may impact a country, a region, an industry, or a company, or be based on a government agency or one or a group of companies' needs for decision related information concerning global or regional strategy development. The project is subject to the approval of the advisor of the host country.

Computer-based tools

Course structure
Student groups of 3-6 participants shall make a composition to be approved by the host school on behalf of the NMH, and further propose projects with a preliminary activity plan and literature references. The host school will appoint an academic advisor for each group. The advisor is normally a member of the school's academic staff. The work is expected to be independent, including carrying through negotiations with organizations for assignments, selection of literature, choice of methods of discovery, information gathering, analysis, and presentation of results. The counseling is organized in the following phases:

1. Choice of assignment/theme with outline of the project. Approval by the host school.
2. Planning report: Detailing of the assignment with ways and means to solve it (2-3 pages).
3. Progress reports for counseling. Adjustments in project plans.

Evaluation
Evaluation is based on the written report adjusted by an oral defense of the project. The working language is that of the host country. The presentation to a panel of evaluators may be opened for audition by fellow students and invited guests, who may be allowed to pose questions during the oral presentation and defense. The grades are determined only by the formally appointed evaluators based on the following criteria:

1. Difficulty of solving the theme
2. Completeness of the study within the defined theme
3. Quality of execution of the study
4. Accuracy and completeness of recommendations
5. Written presentation of the project
6. Oral presentation and defense of the project.

Evaluation code(s)

Aids at the examination

Makeup exam

EXP 0000 Diploma Project I in International Marketing

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
4

Objective
The diploma project I aims at developing in-depth knowledge by applying the 6th semester's theories on problems of gaining or extending market access for Norwegian business in the host country. It is also a goal to teach students how to work independently on self-selected problems in a foreign culture using a foreign language. The diploma work shall give the students training in planning research projects, and executing them in a group within a limited time period, and reporting their findings in a foreign language. The process shall comply with scientific methods of discovery and reporting.

Prerequisites

Compulsory literature
Readings, containing both factual and theoretical material related to defining and solving the project, are proposed by the students, and defined by the academic advisor through approval of the project. Literature used must be referenced in the written report in accordance with established academic practice.

Recommended literature

Course outline
The first diploma project is expected to deal with matters concerning access to the host country's markets, based on the 6th semester's study content. The project is subject to the approval of the advisor of the host country.

Computer-based tools

Course structure
Student groups of 3-6 participants, composition to be approved by the host school on behalf of the NMH, propose projects with a preliminary activity plan and literature references. These projects are often based on Norwegian companies' needs for decision related information. The host school will appoint an academic advisor for each group. The advisor is normally a member of the school's academic staff. The work is expected to be independent, including carrying through negotiations with companies for assignments, selection of literature, choice of methods of discovery, information gathering, analysis, and presentation of results. The counseling is organized in the following phases:

1. Choice of assignment/theme with outline of the project. Approval by the host school.
2. Planning report: Detailing of the assignment with ways and means to solve it (2-3 pages).
3. Progress reports for counseling. Adjustments in project plans.

Evaluation
Evaluation is primarily based on the written report. The grade can be adjusted by the performance on the oral presentation and defense of the project. The working language is that of the host country. The presentation to a panel of evaluators can be opened by the host institution for audition by fellow students and invited guests. The

host institution decides who may pose questions during the oral presentation and defense besides the formally appointed evaluators. The grades are determined only by the formally appointed evaluators based on the following criteria:

1. Difficulty of solving the theme/assignment
2. Completeness of the study within the defined theme
3. Quality of execution of the study
4. Accuracy and completeness of recommendations
5. Written presentation of the project
6. Oral presentation and defense of the project.

Evaluation code(s)

Aids at the examination

Makeup exam

EXP 9070 The Norwegian Export Scene

Program
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible
Dag Tangen

Department
Market Communications

Term
Fall

Credits/ECTS Credits
2/6

Objective
The primary aim is to develop knowledge of relevant internal and external structures in Norway and in the international business society. The course shall give insight into relations between Norway and the EU, EØS, WTO, etc. with emphasis on their impact on business and export at the business level and for the export situation.

Compulsory literature
Mathisen, G.: Innenfor EU. Oslo: Universitetsforlaget 1996.

Course outline
1. EU, EEA and Norway
2. Institutional presentations of Norwegian export institutions
   (Ministry of Foreign Affairs, The Norwegian Export Council, GIEK etc.).
3. Presentation of international organizations (WTO, OECD, EØS etc.) for economic cooperation
4. Case-presentations from leading Norwegian exporters

Course structure
Lectures highlighting a selection of topics.

Evaluation
A three-hour individual written examination concludes the course.

Evaluation code(s)
EXP 90701 The Norwegian Export Scene - Written exam, accounts for 100% of the final grade in the course EXP 9070, 2 credits.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

EXP 9120 Tverrkulturelle perspektiver

Studium
Diplomeksportmarkedsførerstudiet, The Bachelor's Program in International Marketing

Kursansvarlig
Johannes Brinkmann

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Høst

Vekttall
2

Mål
Presentasjon av fagområdet tverrkulturell kommunikasjon med fokus på næringslivskontekster. Bevisstgjøring om nytten av fag som sosiologi, sosialantropologi, sosialpsykologi, fremmed språkundervisning, som grunnlag og referanserammer for tverrkulturell forståelse. Oppmuntring til å være vel orientert og reflektert om norsk kultur, finkultur og samfunn, som sammenligningsgrunnlag forhold til det land som studentene skal fortsette studiene i. Bevisstgjøring om "finkulturens" mulige bidrag som brobygger ved forretningskontakter med utlandet.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Brinkmann, J. og Eriksen, T. H.: Verden som møteplass: Essays om tverrkulturell kommunikasjon. Bergen, Sandviken: Fagbokforlaget 1996
Varner, I. & Beamer, L.:, Intercultural Communication in the Global Workplace. Chicago: Irwin 1995

Anbefalt litteratur
Brinkmann, J.(red.): Artikkelsamling: Tverrkulturelle perspektiver. Sandvika: BI Forlag 1996
Schneider, S. & Barsoux, J.-L : Managing Across Cultures. London: Prentice Hall 1997
Eriksen, Thomas Hylland (red.). Flerkulturell forståelse. Oslo: Tano Aschehoug 1997
Hellevik, Ottar: Nordmenn og det gode liv. Oslo: Universitetsforlaget 1996 .
Se også litteraturlisten bakerst i Brinkmann og Eriksen 1996 som kommenteres muntlig ved behov.

Emneoversikt
1. Tverrkulturell kommunikasjon som undervisningsfag, med fokus på hvordan man kan bli kjent med andre kulturer
2. Betydning av kulturell selverkjennelse, først: 3. Litt om levekår og verdiklima i Norge i dag

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres konsentrert i løpet av 2-3 uker, med forelesninger over 32 kurstimer.
Forelesningene kan eventuelt i sin helhet gjennomføres på engelsk. For de studenter som har behov for det kan da obligatorisk litteratur byttes ut med tilsvarende litteratur på engelsk.

Eksamen
Kurset avsluttes med en hjemmeeksamen over 72 timer. Oppgaven kan skrives individuelt eller i grupper på inntil tre - 3 studenter.

Eksamenskode
EXP 91201 Tverrkulturelle perspektiver - Hjemmeeksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset EXP 9120-

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

EXP 9930 Advanced Product Management

Program
The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Erik Olson

Department
Market Oriented Management

Term

Credits/ECTS Credits
2/6

Objective
The purpose of the course is to provide students with an understanding of the often conflicting demands placed on a marketing manager. This course is designed to intergrate and apply knowledge from consumer and organizational behavior, marketing research, strategy and other management disciplines.

Prerequisites
Completion of the 3 1/2-year Bachelor's Program in International Marketing.

Compulsory literature
Articles and cases to be distributed.
Gatignon, Hubert and Jean-Claude Larreche: *Markstrat 2.* Redwood City, Calif.: Scientific Press 1990.

Recommended literature

Course outline
- New product development
    - dynamics of organizational orientation
    - dynamics of cross-functional teams
- Existing product management
    - brand building
    - dynamics of product portfolios
    - dynamics of the product life cycle
    - industry dematurity and marketing myopia
    - harvesting and nostalgia
- International aspects of product management

Computer-based tools

Course structure
Lectures taught in English. Assignments will be required as part of the Markstrat Simulation which is incorporated in the course.

Evaluation
Included in the total assessment for the 10-credit program.

Evaluation code(s)
See EXP 9950 Strategy Development in International Markets.

Aids at the examination

Makeup exam

A makeup exam is normally held at the end of the next course.

EXP 9940 Human Resource Management in International Business

Program
The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course

Department
Knowledge Management

Term

Credits/ECTS Credits
2/6

Objective
The purpose of the course is to explore the issues relating to the human resource function in an international firm. Students who are considering an international career, who may expect to work in a foreign country, or with a multinational corporation, will find aspects of this course of particular relevance.

On completion of the course, students should be able to:
a) appreciate the human resource management implications of subsidiary operations;
b) develop responses to the personnel choices confronting international companies;
c) link corporate strategy with effective personnel management policies and practices.

Prerequisites
Completion of the 3 ½-year Bachelor's Program in International Marketing.

Compulsory literature

Recommended literature

Course outline
Lectures, mini-case studies, class exercises and videos.

Computer-based tools

Course structure
- Overview of Human Resource Management (HRM), International HRM and staffing philosophies
- The Multinational Organizational Context
- Issues in Selection and Repatriation of Expatriate Staff
- Training and Development
- Managing Performance of Expatriate and Local Staff
- Compensation Considerations
- HRM Issues in Cooperative Ventures
- Linking HRM Activities to a Globalizing Strategy

Evaluation
Included in the total assessment for the 10-credit program

Evaluation code(s)
See EXP 9950 Strategy Development in International Markets.

Aids at the examination

Makeup exam

A makeup exam is normally held at the end of the next course.

EXP 9950 Strategy Development in International Markets

Program
The Bachelor's Program in International Marketing

Responsible for the course
Runar Framnes, Carl Arthur Solberg, Lawrence Welch

Department
Logistics and Marketing

Term

Credits/ECTS Credits
6/18

Objective
The purpose of the course is both to extend the Program in International Marketing *and* provide a management oriented capstone course in International Business. In addition to covering both the theoretical and practical issues related to operation modes in international marketing and management, the aim is to give the students a decision oriented perspective on international business issues through the active application of relevant theories and models.

Prerequisites
Completion of the 3 ½-year Bachelor's Program in International Marketing.

Compulsory literature
Luostarinen, R. and Welch, L. S.: *International Business Operations,* Helsinki (New edition) *or* another major textbook if the new edition is delayed.
Adler, N., *International Dimensions of Organizational Behavior,* 3rd ed., Cincinatti 1997.
A selection of articles.
Case texts.

Recommended literature
None.

Course outline
- Internationalization and global developments
- The globalization of firms
- Interactions and networks
- Foreign markets servicing
- operation mode choice and packaging issues
- development over time (including areas such as international franchising, project operations and subcontracting)
- The internationalization of services: marketing issues
- International organizational behavior
- The organization of international business
- Presentations of/by international firms based in Norway

Computer-based tools
Are not compulsory in this course.

Course structure
The teaching will include lectures, cases, presentations and discussions. Active student participation is an essential part of the program.

Evaluation
Total assessment for the entire 10-credit program:
Assessment will be based on class participation, including Markstrat (20%), case presentations and discussions (40%) and an individual written examination (40%).

Evaluation code(s)

Aids at the examination

Makeup exam
A makeup exam is normally held at the end of the next course.

Forkurs Introduksjon i personlig databehandling

Studium
Forkurs - Høyskolene

Kursansvarlig
Ragnvald Sannes

Institutt
Teknologiledelse

Semester

Vekttall
0

Mål
Informasjonsteknologi er etterhvert blitt et vanlig arbeidsverktøy i bedriftsøkonomiske fag og yrkesroller. Kurset har som mål å gi en innføring i personlig databehandling som et grunnlag for eget arbeid med dataverktøy i en bedriftsøkonomisk sammenheng. Kunnskapene vil bidra til en effektiv gjennomføring av kursene i studiet. Hovedvekten vil bli lagt på informasjonsteknologi for personlig bruk i en bedriftsøkonomisk sammenheng. Organisasjoners bruk av informasjonsteknologi vil bli behandlet i senere kurs i høyskolekandidatstudiet.

Forkunnskaper

Obligatorisk litteratur
Sannes, R.: Introduksjon til personlig databehandling for linjeledere: med øvingsoppgaver for Microsoft Office,
Netscape Navigator og Eudora Light. 2. utg. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1997

Anbefalt litteratur

Emneoversikt
1. Introduksjon til studiestedets fasiliteter
2. Linjelederes personlig bruk av dataverktøy
3. Oppgaveløsing ved hjelp av dataverktøy
- Innkalle til møte
- Hente inn og analysere bedriftsøkonomiske data
- Sammenfatte analysen i et memo
- Presentasjon av analysen
4. I oppgaveløsingen vil følgende momenter inngå
- Datamaskiners oppbygning og virkemåte
- Operativsystem, grensesnitt, filbehandling
- Applikasjoner for tekstbehandling, regneark, og presentasjonsgrafikk
- Bruk av Internett og elektronisk post
5. Hvordan komme videre - hjelp til selvhjelp

Dataverktøy
Studentene må gjennomføre øvinger på datamaskin. Følgende kategorier programvare er aktuelle:
Kontorstøtteapplikasjoner for tekstbehandling, regneark og presentasjoner - Internett-klienter for elektronisk post og World Wide Web
Studenter kan benytte egen datamaskin, eller utstyr og programvare som er installert på studiestedets terminalrom.

Anbefalt programvare: Studentene kan bare påregne veiledning i et begrenset utvalg applikasjoner innenfor de kategorier som er nevnt ovenfor. For tiden er dette:
Kontorstøtte: Microsoft Office

- Elektronisk post: Eudora Light eller Netscape Navigator
- World Wide Web: Netscape Navigator

Gjennomføring
Introduksjonskurset gjennomføres med tilsammen 20 timer forelesninger og arbeid med øvingsoppgaver. Studenten vil kunne søke veiledning under gjennomføringen.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset.

Eksamenskode

Hjelpemidler til eksamen

Kontinuasjon

Forkurs Matematikk

Studium
Forkurs - HH

Kursansvarlig
Tron Foss

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Høst

Vekttall
0

Mål
Kurset skal gi nye studenter som ikke har matematikk utover 2. klasse fra videregående skole, eller tilsvarende, et bedre grunnlag for å følge matematikkundervisningen på siviløkonom- og revisorstudiet.

Studenter som har forkunnskaper i form av 3. Klasse-matematikk eller tilsvarende, men med dårlige/svake karakterer, eller som har vært borte fra matematikkfaget en stund, anbefales å følge hele eller deler av kurset. Studenter med bakgrunn fra Handel og Kontor oppfordres på det sterkeste til å følge kurset.

Forkunnskaper
2. års matematikk fra videregående skole 2 MX eller 2 MY eller tilsvarende

Obligatorisk litteratur
Bjørnestad, H. et al.: Matematikk for økonomi og samfunnsfag. 4. utg. Kristiansand : Høyskoleforlaget 1998

Denne boken er obligatorisk pensum i matematikk-kursene SIV 1000 og REV 1000
for hhv. siviløkonom- og revisorstudiet.

Anbefalt litteratur
Bjørnestad, H. et al.: Matematikk for økonomi og samfunnsfag. Løsningsforslag og fasit til 4.utg. Kristiansand : Høyskoleforlaget 1998.

Emneoversikt
1. Grunnleggende emner (Kapittel 1)
2. Reelle funksjoner (Kapittel 2)
3. Derivasjon og funksjonsanalyse (Kapittel 3)

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i kurset.

Gjennomføring
Undervisningsformen er forelesninger i storauditorium. I tillegg til forberedelse via lesing av pensumbøkene, er det viktig at deltakerne regner oppgaver tilknyttet pensum.

Det anbefales også at studentene slår seg sammen i arbeidsgrupper (kollokviegrupper) på tre til fem deltakere og hjelper hverandre. Erfaringen viser at dette øker læreevnen og reduserer læretiden.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset

Eksamenskode

Hjelpemidler til eksamen

Kontinuasjon

Forkurs Fransk

Studium
Forkurs - Høyskolene

Ansvarlig
Terje Selmer

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Jfr. studieplan

Mål
Dette er et grunnkurs i fransk. Kurset skal gi en kortfattet repetisjon i fransk grammatikk og i elementære språklige strukturer slik at deltakerne er i stand til å følge undervisningen i interkulturell kommunikasjon i fransk på høyskolekandidatstudiets 2.år. Forkurset er ikke beregnet på nybegynnere, men på studenter som ikke har lest fransk på noen år og som trenger å friske opp kunnskapene fra videregående skole.

Forkunnskaper
Fransk fra videregåene skole eller tilsvarende kunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Veland, B.: Comme ca : Aktivitetsgrammatikk i fransk. Oslo: Cappelen akademiske forlag 1998

Gjennomføring
Undervisningen vil konsentreres om innlæring av språklige strukturer. Gjennom en repetisjon av de viktigste områder i fransk grammatikk skal studentene lære de grunnleggende uttrykksformer i fransk. Det vil bli gitt både skriftlige og muntlige oppgaver. Kurset er meget intensivt og gjennomføres over 20 timer før kursstart.
Nærmere informasjon vedrørende gjennomføringen fås ved henvendelse til studiestedet.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset.

Forkurs Tysk

Studium
Forkurs - Høyskolene

Ansvarlig
Egil Schanke

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Heltid: Høst

Mål
Dette er et grunnkurs i tysk med repetisjon av grunnleggende ordforråd og grammatikk og trening i muntlig kommunikasjon, slik at deltakerne etter endt kurs kan følge undervisningen i interkulturell kommunikasjon i tysk på høyskolekandidatstudiet. Forkurset gjennomføres for studenter som vil friske opp kunnskapene i tysk fra videregående skole.

Obligatorisk litteratur
Frønsdal, H.: Tysk grammatikk med øvinger. 4. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1996
Arbeidstekster deles ut på kurset

Anbefalt litteratur
Et større tysk-tysk ordboksverk.

Gjennomføring
Undervisningen konsentreres om gjennomgåelse av utvalgte tekster fra ett enkelt læreverk. Det drives samtaleøvelser over aktuelle tekster fra aviser og tidsskrifter.
Aktiv deltakelse fra kursdeltakernes side er en forutsetning for et godt utbytte av kurset. Kurset gjennomføres over 20 timer. Informasjon vedrørende gjennomføring fås ved henvendelse til studiestedet.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset.

Forkurs Matematikk

Studium
Forkurs - Høyskolene

Ansvarlig
Tron Foss

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Heltid: Høst

Mål
Kurset tar sikte på å gi de studenter som kun har førsteårskurset i matematikk et bedre grunnlag for å følge undervisningen på bedriftsøkonomstudiet.

Obligatorisk litteratur
Bjørnestad, H. (et al.): Matematikk for økonomi og samfunnsfag. 4.utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget 1998

Anbefalt litteratur
Bjørnestad, H. (et al.): Matematikk for økonomi og samfunnsfag . Løsningsforslag og fasit til 4.utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget 1998

Emneoversikt
1. Grunnleggende emner.
2. Reelle funksjoner.

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses i totalt 18 timer. I tillegg til lesning av pensumbøkene, er det meget viktig at studentene regner oppgaver tilknyttet pensum.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset.

Forkurs i eiendomsmegling

Studium
Forkurs - Høyskolene

Ansvarlig
Hildur Høiland

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Høst

Mål
Forkurset skal gi en innføring i hva eiendomsmegling er, hvilken funksjon eiendomsmegleren har og faguttrykk som benyttes i eiendomsmeglerbransjen. Forkurset skal videre gi en oversikt over de forskjellige deler av studiet med sikte på å gi et helhetlig bilde av studiet.

Obligatorisk litteratur
For å ha utbytte av forkurset er det nødvendig å anskaffe Norges Eiendomsmeglerforbunds dokumentsamling. Denne skal også benyttes i eiendomsmeglerstudiet.

Gjennomføring
Forkurset gjennomføres som intensivundervisning før semesterstart i høstsemesteret. Forkurset er ikke obligatorisk, men BI anbefaller studentene å følge undervisningen før oppstart på eiendomsmeglerstudiets 2. avdeling.

Eksamen
Det er ingen eksamen i kurset.

HIS 9710 Markedsøkonomiens utvikling

Studium
Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Knut Sogner, Rolv P. Amdam

Institutt
Innovasjon og økonomisk organisering

Semester
Fjernundervisning: Høst, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi en innføring i hovedtrekkene ved markedsøkonomiens røtter, fremvekst og internasjonale utvikling. Studentene vil gjennom kurset bli stimulert til å se utviklingen av den kapitalistiske markedsøkonomien i et kritisk lys. Gjennom historiske eksempler vil dessuten ulike alternativer til markedet som økonomisk koordineringssystem bli presentert. Kurset vil dessuten gi en idéhistorisk innføring i noen sentrale økonomiske teorier med fundamentalt ulike visjoner og perspektiver på markedsøkonomien.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunskaper.

Obligatorisk litteratur
Amdam, R.P og Sogner K. (red.): Kompendium: Markedsøkonomiens utvikling. 2. utg.
Sandvika: BI Forlag 1999.
Blackford, M. G.: The rise of modern business in Great Britain, the United States, and Japan. 2nd ed.
Chapel Hill, N.C.: University of North Carolina Press 1998
Fusfeld, D.R. : The age of the economist. 7th ed.
New York: HarperCollins Collage Publisher 1994

Anbefalt litteratur
Amdam, R.P., Knutsen, S. og Thue. L.: Bedrift og samfunn. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget 1998

Emneoversikt
1. Marked - hierarki - nettverk: tre økonomiske koordineringsformer
2. Markedsøkonomiens røtter og gjennombrudd
3. Den industrielle revolusjon
4. Adam Smith - Nasjonenes rikdom og den usynlige hånd
5. Karl Marx og den selvdestruktive kapitalismen
6. Den 2. industrielle revolusjon
7. Den moderne kapitalisme - ulike varianter
8. Nyklassisk økonomi - Harmoni og likevekt
9. Sosialismen som alternativ til markedsøkonomien
10. Kapitalismen i krise - mellomkrigstiden
11. John M. Keynes og den reparerbare kapitalismen
12. Etterkrigstid mellom marked og stat
13. Globalisering og nye markedsdannelser
14. Den amerikanske storbedriften - en idealmodell?
15. Joseph Schumpeter: Kapitalismens dynamikk - og 1970-årenes krise
16. Markedsøkonomiens ledere
17. Nettverksøkonomi - et alternativ til markedsøkonomien
18. Markedsøkonomiens fremtid: Økologiske utfordringer

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid

Kurset gjennomføres over 42 timer med forelesninger og gruppediskusjoner.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
HIS 97101 Markedsøkonomiens utvikling - Skriftlig, teller 100% for å oppnå karakteri kurset HIS 9710, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INF 9650 Informasjonsledelse

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Svein Lund

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Deltid: Vår, Fjernundervisning: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene en grunnleggende forståelse for ledelsesmessige utfordringer og problematikk knyttet til bruk av informasjonssystemer (IS) og informasjonsteknologi (IT) i en virksomhet. Det vil særlig legges vekt på hvordan anskaffelse (eller utvikling) og bruk av IS og IT henger sammen med forretningsvirksomheten.

Forkunnskaper
Kurset fokuserer på ledelsesmessige problemstillinger knyttet til bruk av informasjonssystemer (IS) og informasjonsteknologi (IT) i en virksomhet. Kursene Organisasjonspsykologi og ledelse, Markedsføringsledelse, og Medier og kommunikasjon på første studieår og kursene Logistikk, og Organisasjonsteori på annet studieår gir en grunnleggende forståelse som dette kurset bygger videre på. Egen erfaring fra arbeid i organisasjoner er en alternativ kilde til denne forståelse. Ettersom kurset medfører aktiv bruk av dataverktøy må studentene ha ferdigheter i personlig databehandling som minimum tilsvarer kurset Introduksjon i personlig databehandling.

Obligatorisk litteratur
Laudon, K.C. & Laudon, J.P.: Information Systems and the Internet: A Problem Solving Approach. 4th. ed. Forth Worth: The Dryden Press 1998
Lund, Svein (red.): Artikkelsamling i INF 9650 Informasjonsledelse. Sandvika: BI Forlag 1999
Larsen, T.J. og Jørgensrud, K.: Datamodellering og relasjonsdatabaser for linje-ledere.
Sandvika: BI Forlag, siste utg.

Anbefalt litteratur
Keen, P. G. W.: Shaping the future: Business Design Through Information Technology. Boston, Mass.: Harvard Business School Press 1991
Keen, P. G. W.: The Process Edge: Creating Value Where it Counts. Boston, Mass: Harvard Business School Press 199
Sannes, Ragnvald: INF 9650 Informasjonsledelse: studieguide. Sandvika: Handelshøyskolen BI. Fjernundervisning, siste utg.

Emneoversikt
1. Forretningsvirksomhet og bruk av IS/IT
   - Hvorfor IS og IT
   - Informasjonssystemers nytte i en bedrift
   - Etikk, personvern og sikkerhet
2. Typer av informasjonsystemer i organisasjoner
   - Den funksjonelle/hierarkiske organisasjonen - det tradisjonelle synet
   - Verdikjeden - et prosessbasert syn
   - IS for organisasjon, gruppe og individ
3. Ledere og deres bruk av IS og IT
   - Ledelsesinformasjonssystemer (LIS)
   - Personlig databehandling
4. Endrings- og utviklingsprosesser
   - Modeller og teknikker for utvikling og anskaffelse av IS/IT
   - Organisasjon, mennesker og teknologi
   - Endringsstrategier: prosjekt eller linje?

5. - Lov og avtalefestede bestemmelser om brukermedvirkning

Dataverktøy
I kurset vil Internett være et aktiv arbeidsverktøy for studentene i innhenting av kursmateriale, fagoppgaven og for kommunikasjon seg i mellom og mot foreleser. Forøvrig vil fagoppgaven inneholde bruk av dataverktøy. Obligatoriske verktøy vil være tilgjengelig for studentene på studiestedets terminalrom. Dersom en student ønsker å bruke andre verktøy, enten på terminalrommet eller på egen maskin, må vedkommende sende skriftlig søknad til sitt studiested. De obligatoriske verktøyene vil bli offentliggjort på web-siden for kursmateriale i INF9650, som har adressen http://www.bi.no/dep2/infomgt/courses/inf9650/.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med forelesninger og egeninnsats fra studentene gjennom klassediskusjoner og gruppearbeid.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven blir tilgjengelig på Internett i begynnelsen av semesteret. Den skal løses i grupper på inntil tre studenter. Innlevering er normalt ca. 14 dager etter avsluttet undervisning. Fagoppgaven legges ut på kursets web-side og deles ikke ut. Nærmere informasjon om ut- og innlevering kommer på kursets web-side http://www.bi.no/dep2/infomgt/courses/inf9650/.

Eksamenskode
INF96501Informasjonsledelse - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakteri kurset INF 9650, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INF 9851 Informasjonsledelse for bankfag

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)

Kursansvarlig
Svein Lund

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene en grunnleggende forståelse for ledelsesmessige utfordringer og problematikk knyttet til bruk av informasjonssystemer (IS) og informasjonsteknologi (IT) i bankvirksomhet. Det vil særlig legges vekt på sammenhengen mellom bruk av informasjonssystemer og verdiskapning, blant annet i forhold til betalingstjenester og interbanksystemer.

Forkunnskaper
Kurset fokuserer på ledelsesmessige problemstillinger knyttet til bruk av informasjonssystemer (IS) og informasjonsteknologi (IT), og det forutsettes at studentene er kjent med bankvirksomhet fra tidligere kurs i studiet eller gjennom egen arbeidserfaring. Ettersom kurset medfører aktiv bruk av dataverktøy må studentene ha ferdigheter i personlig databehandling som minimum tilsvarer kurset Introduksjon i personlig databehandling.

Obligatorisk litteratur
Laudon, K.C. og Laudon, J.P.: Information Systems and the Internet: A Problem-Solving Approach. 4th ed. Forth Worth, Tex.: Dryden Press 1998
Artikkelsamling i informasjonsledelse for bankvirksomhet. Sandvika: Handelshøyskolen BI, Institutt for Teknologiledelse 1999
Larsen, T.J. og Jørgensrud, K.: Datamodellering og relasjonsdatabaser for linjeledere. Sandvika: Handelshøyskolen BI Siste utg.

Anbefalt litteratur
Keen, P. G. W.: Shaping the Future: Business Design through Information Technology. Boston, Mass.: Harvard Business School Press 1991
INF 9650 Informasjonsledelse: studieguide. Sandvika: Handelshøyskolen BI Fjernundervisningen. Siste utg.

Emneoversikt
1. Bruk av IS/IT i bankvirksomhet
   - Hvorfor IS og IT
   - Effekter av informasjonssystemer i bankvirksomheter
   - Etikk, personvern og sikkerhet
2. Typer av informasjonssystemer i bankvirksomhet
   - Den funksjonelle/hierarkiske organisasjonen - det tradisjonelle synet
   - Verdikjeden - et prosessbasert syn
   - IS for organisasjon, gruppe og individ
3. Individers bruk av IS og IT
   - Ledelsesinformasjonssystemer (LIS)
   - Personlig databehandling
4. Endrings- og utviklingsprosesser
   - Modeller og teknikker for utvikling og anskaffelse av IS/IT
   - Organisasjon, mennesker og teknologi
   - Endringsstrategier: prosjekt eller linje?
   - Lov og avtalefestede bestemmelser om brukermedvirkning

Dataverktøy
I kurset vil Internett være et aktiv arbeidsverktøy for studentene i innhenting av kursmateriale, fagoppgaven og for kommunikasjon seg i mellom og mot foreleser. Forøvrig vil fagoppgaven inneholde bruk av dataverktøy. Obligatoriske verktøy vil være tilgjengelig for studentene på studiestedets terminalrom. Dersom en student

ønsker å bruke andre verktøy, enten på terminalrommet eller på egen maskin, må vedkommende sende skriftlig søknad til sitt studiested. De obligatoriske verktøyene vil bli offentliggjort på web-siden for kursmateriale, som du vil finne fra http://www.bi.no/dep2/infomgt/courses/infledbank/.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med forelesninger og egeninnsats fra studentene gjennom klassediskusjoner og gruppearbeid.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven blir tilgjengelig på Internett i begynnelsen av semesteret. Den skal løses i grupper på inntil tre studenter. Innlevering er normalt ca. 14 dager etter avsluttet undervisning. Nærmere informasjon om ut- og innlevering kommer på kursets web-side http://www.bi.no/dep2/infomgt/courses/infledbank/.

Eksamenskode
INF98511 Informasjonsledelse for bankfag, Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset INF 9650, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INF 9910 Internett/Web

Studium
Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år)

Kursansvarlig
Espen Andersen

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene kunnskaper i å bygge og administrere en kommersiell Web-server, herunder Websideutvikling, brukeradministrasjon, applikasjonsinstallasjon, vedlikehold, sikkerhetsrutiner og lettere systemutvikling (JavaScript).

Forkunnskaper
Det kreves ingen forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Greenlaw, Raymond and Ellen Hepp, 1999, "In-line/On-line: fundamentals of the Internet and the World Wide Web", McGraw Hill US (229 sider pensum)
Cairncross, Frances, 1997, "The death of distance: how the communications revolution will change our lives", Boston, Mass: Harvard Business School Press (275 sider pensum)

Anbefalt litteratur
Tapscott, Dan, 1995, "The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence", McGraw-Hill
Pfaffenberger, Bryan and Alexis D. Gutzman, 1998, "HTML 4 BIBLE", IDG Worldwide Books
+litteratur vedr. WEB og FTP server, samt WEB utvikling (avhenger av programvare).
Utvalgte artikler

Emneoversikt
1. Websideutvikling
2. HTML
3. TCP/IP-applikasjonsfamilien
4. Webserverinstallasjon og -konfigurering
5. Webskjemaer
6. Brukeradministrasjon
7. Sikkerhetsrutiner

Dataverktøy
Nærmere informsjon vil bli gitt ved oppstart av kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 42 timer forelesninger og øvelser. Øvelsene vil blant annet bestå i å lage Web-applikasjoner.

Eksamen
Eksamen foregår i bedriftslab. Der vil studentene utarbeide en Web-applikasjon. Fagppgave i form av et utviklingsprosjekt løses individuelt i løpet av 24 timer.

Eksamenskode
INF 99101 Internett/Web - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset INF 9910, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen vil finne sted etter neste ordinære gjennomføring av kurset.

INF 9920 Teknisk infrastruktur

Studium
Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år)

Kursansvarlig
Bo Hjort Christensen

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Mål
Kurset skal gi studentene en innsikt i hvilke komponentkategorier en teknisk infrastruktur bygges opp av, hvilke formål komponentene har, og hvordan infrastrukturen prosjekteres for å gi en best mulig støtte for brukernes tilgang til applikasjoner, data og kommunikasjonstjenester.
Kurset skal gi studentene kunnskaper til selv å kunne delta aktivt i prosjekteringen av en teknisk infrastruktur, bestående av datamaskiner, kommunikasjonsnett og programvare.

Forkunnskaper
Det kreves ingen forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Laudon, K. C. og Laudon, J. P. : Management information systems: new approaches to organization and technology. 6th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1999
Gottschalk, P.: Informasjonsteknologi. Bergen: Fagbokforlaget 1995
Aasen, I.J.[et al.]: Innføring i databehandling. 6.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1997 (7.utg kommer i 2000)

Anbefalt litteratur
Rochester, J.B.: Using computers and information: tools for knowledge workers. Indiapolis, Ind.: Que Education & Training 1996
Meyer, M.W. og Baber, R.L., Pfaffenberger, B.: Computers in your future. 3rd ed. Indiapolis, Ind.: Que Education and Training 1999
Stallings, W. og Van Slyke, R.: Business data communications. 3rd ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1998
Haraldsen, A.: Den digitale revolusjon: informasjonsteknologiens utvikling i et strategisk perspektiv. 2.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1997

Emneoversikt
1. Informasjonsteknologi – begrep og bruk
2. Datahierarkiet og binærkode
3. Datamaskiner; kategorier og anvendelsesområder
4. Maskinoperativsystemer;
5. Nettverksoperativsystemer
6. Middleware; programvare for driftsoptimalisering
7. Standardisering; drivkrefter og status
8. Lokalnett; Prinsipielle arkitekturer og kabling
9. Fjernnett
10. Datamaskinens oppbygging og virkemåte
11. Kommunikasjonsarkitektur; OSI modellen
12. Sikkerhetsløsninger i den tekniske infrastruktur; Brannmurer
13. Internett; Protokoller
14. Verktøy for konfigurering og konfigurasjonsstyring av TI
15. Inputteknologier; Automatisert datafangst
16. Outputteknologier; Multimedia
17. Lagringsteknologier
18. Organisasjonskarakteristika og krav til teknisk infrastruktur

Dataverktøy
Nærmere informasjon vil bli gitt ved oppstart av kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 84 timer forelesninger og øvelser. Øvelser vil blant annet bestå i å prosjektere maskin- og kommunikasjonsarkitektur. Kurset gjennomføres over to semestre med to undervisningskurs:

- INF 9921 Teknisk infrastruktur 1 - høst
- INF 9922 Teknisk infrastruktur 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med en prosjektoppgave og en individuell 1-timers flervalgseksamen i høstsemesteret samt tilsvarende to eksamener i vårsemesteret. Bedriftslab kan benyttes i forbindelse med prosjektoppgavene. Der vil studentene kunne benytte verktøy for å prosjektere maskin- og kommunikasjonsarkitektur. Prosjektoppgavene løses i grupper på 2-3 studenter. Prosjektoppgaven deles ut i begynnelsen av semestert. Flervalgseksamnene evalueres bestått/ikke bestått.

Eksamenskode
INF 99201 Teknisk infrastruktur - Prosjektppgave høstsemester, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i kurset INF 9920, 4 vekttall
INF 99202 Teknisk infrastruktur - Flervalgseksamen høstsemester, bestått/ikke bestått
INF 99203 Teknisk infrastruktur - Prosjektppgave vårsemester, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i kurset INF 9920, 4 vekttall
INF 99204 Teknisk infrastruktur - Flervalgseksamen vårsemester, bestått/ikke bestått

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til prosjektoppgavene. Ingen hjelpemidler er tillatt til flervalgseksamnene.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen vil finne sted etter neste ordinære gjennomføring av kurset.

INS 7050 Journalistikk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt

Kursansvarlig
Beverly A. Stephansen

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset tar sikte på å utvikle studentenes evne til å forstå de enkelte mediers muligheter og begrensninger gjennom trening i skriveferdigheter, samt ved å lære om grafisk produksjon og audiovisuell produksjon. Kurset er designet til å gi studentene praktiske ferdigheter som er nødvendig for dette fagfelt. Studentene må delta aktivt i klassesituasjonen og levere inn oppgaver underveis i semesteret.

Forkunnskaper
Ingen spesielle.

Obligatorisk litteratur
Wilcox, D. L. and Nolte, L. W.: Public Relations Writing and Media Techniques. 2nd ed. New York: Harper Collins College Publ. 1995. Kap. 1 - 3, 5 - 8, 10 - 13, 15.
Cappelen, A.: Bruk Pressen. 2.utg. Oslo: InfoFokus 1998. Kap. 1 - 2, 18 - 20, s.13 - 28, s. 167 - 210.
Smistrup, G. (1982):" Verktøy i journalistspråket" i *Journalistspråket*, Vinje et al. Fredrikstad: Institutt for journalistikk. s. 13 - 56
Vinje, F. E. (1982) "Språk i journalistikk" i *Journalistspråket*, Vinje et al. Fredrikstad: Institutt for journalistikk. s. 57 - 293.
Tucker, K., Derelian, D. and Rouner, D.: Public Relations Writing: An Issue-Driven Approach. 3rd ed. Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall 1997. Kap. 4-7 and 11-12.
Stephansen, B. A. og Haug, M. (red.): Artikkelsamling: Public Relations II og Journalistikk og grafisk produksjon. Sandvika: BI Forlag 1997
Stephansen, B. A. og Haug, M.: Oppgaver: INS 7070 Public Relations II og INS 7050 Journalistikk og grafisk produksjon. Sandvika: BI Forlag 1996

Anbefalt litteratur
Bech - Karlsen, J.: Feature-reportasjen. Oslo: Universitetsforlaget 1988.

Emneoversikt
1. Journalistikk og mediebudskap
2. Skrivetrening for informasjonsmedarbeidere
3. Journalistisk språkføring, skrive effektive pressemeldinger
4. Grafiske virkemidler
5. Desktop Publishing
6. Radio og TV nyheter
7. Multimedia

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer. Undervisningen er praktisk orientert. Kurset består av forelesninger, øvingsoppgaver og gruppeundervisning.

Eksamen
Kurset avsluttes med en 72-timers hjemmeeksamen som kan løses individuelt eller i grupper på inntil 3- tre studenter.

Eksamenskode
INS 70501 Journalistikk - Hjemmeeksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset INS 7050, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

INS 9301 Public Relations I

Studium
Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Markedskandidatstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Beverly A. Stephansen

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Informasjon og samfunnskontakt er et relativt nytt fagområde. Kurset tar sikte på å sette profesjonens utvikling i et samfunnsvitenskaplig perspektiv. Det diskuteres hva slags kompetanse det forventes at informasjonsmedarbeidere skal ha.

Som eget fagområde er det viktig å bli klar over hvilke arbeidsområder og problemstillinger som er sentrale innenfor informasjon og samfunnskontakt. Studentene vil lære teoretiske modeller samt praktisk grunnlag for en vellykket PR-kampanje.

Forkunnskaper
Ingen spesielle.

Obligatorisk litteratur
Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M.: *Effective Public Relations*. 8th ed. Englewood Cliffs, N. J.Prentice - Hall 1999.
s. 1- 23, 56-122, 198-252, 316-431. (Kap. 1,3-4, 7-8, 10-13).
Haug, M.: *Informasjon eller påvirkning?: utviklingstrekk ved informasjon og samfunnskontakt som fag*. 2. rev. utg.
Oslo: Bedriftsøkonomens Forlag 1993
Stephansen, B. A.: *Kompenduim: Public Relations I*. Sandvika: BI Forlag 1997

Anbefalt litteratur
Baskin, O. W. and Aronoff, C.E.: *Public Relations: The Profession and the Practice*. 4th ed. Dubuque, Iowa: Brown & Benchmark 1997
Olasky, M. N.: *Corporate Public Relations: A New Historical Perspective*. Hillsdale N. J.: Lawrence Erlbaum 1987
Wilcox, D. L, Ault, P. H. and Agee, W. K.: *Public Relations: Strategies and Tactics*. 5th ed. New York: Longman 1998. Kap. 16.
Blach, T. og Højbergh, J.: *PR: Håndbog i Information og Public Relations*. Copenhagen Valby: Borgen 1989

Emneoversikt
1. Begrepsdefinisjoner og historisk utvikling
2. Arbeidsoppgaver, roller og administrativ plassering
3. Overtalelsesteori
4. PR teori og modeller
5. Effektiv strategisk PR planlegging
6. De "fire faser" i en vellykket PR-kampanje
7. Målgruppe
8. Kampanjens evalueringsprosess
9. Identifikasjon av berørte grupper

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger og gruppeundervisning. Det legges vekt på at forelesningene skal stimulere til diskusjon og deltakelse.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
INS 93011 Public Relations I - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakteri kurset INS 9301, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INS 9870 Public Relations II

Program
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Markedskandidatstudiet (2.år)

Responsible for the course
Beverly A. Stephansen

Department
Market Communications

Term
Spring

Credits/ECTS Credits
4

Objective
The profession's definitions, origins, and scope of activities will be focused upon. Applications in various fields and techniques of day-by-day public relations practices will also be covered in the first half of this course. The second half of this course goes into specific areas of PR. Students will gain an in-depth knowledge of strategic PR areas.

The communication process, and various theories and models will also be covered to give students a necessary foundation for the PR field. This course is a comprehensive course and will focus upon the development of the PR profession and its impact on society.

Prerequisites
INS 9301 Public Relations I.

Compulsory literature
Cappelen,A.: Bruk pressen. 2.utg. Oslo: InfoFokus 1998. Kap. 3-17 og 21-25, s.29-166 og 211-225.
Goldman,J.: Public Relations in the Marketing Mix. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books 1984. Chapters 1-6.
Grunig,J. E. & Hunt T.: Managing PR. New York: Holt, Reinehart and Winston 1984. Chapters 1-3, 5-9, 11-15, 17, 19, 21-23, 33.
Sjøborg E.R.: Katastrofen er et faktum. Oslo: Bedriftsøkonomens Forlag 1990. Chapters 4-5, s.71-118.
Stephansen B.A.: Compendium for Public Relations. Sandvika: BI Forlaget 1998.

Recommended literature
Michalsen,B.: Håndbok i mediekontakt. 3.utg. Oslo:Universitetsforlaget 1995.
Cantor,B. & Burger,C.(eds): Experts in Action. 2nd.ed. New York: Longman 1989
Blach,T. og Højbergh,J.: PR: Håndbog i information og PublicRelations. Copenhagen Valby: Borgen Forlag 1989.
Evens F.J.: Managing the Media: Proactive Strategy for Better Business and Press Relations. Westport, CT: Greenwood 1987.
Goldhaber, G.: Organizational Communication. 6th ed. Madison, Wisc. W.C. Brown & Benchmark 1993
Larson,C.U: Persuation: Reception and Responsibility. 6th ed. Belmont, CA: Wadsworth, 1992.
Pinsdorf M.K.: Communicating when your company is under Siege. Lexington, Mass.: Lexington Books, 1987
Fink S.: Crisis Management: Planning for the Inevitable. New York: AMACOM 1986
Heath R. et.al: Strategic Issues Management: How organizations Influence and Respond to Public Interests and Politics. San Francisco: Jossey-Bass 1988.
Marcus,A., Kaufmann,A.M. & Beam,D.R. (eds.): Business Strategy and Public Policy. Westport, CT: Greenwood 1987

Course outline
1. Historical Development (U.S. and Norway)
2. Strategic models and theories
3. Crisis Communication and issues management
4. Travel PR
5. Ethics in PR
6. Financial PR and investor relations
7. Publics/ stakeholders
8. Internal/external communication tactics and strategies
9. Media relations
10. Lobbying
11. Integrated communication

Computer-based tools
Are not used.

Course structure
Teaching methods will consist of lectures, class discussions, exercises/cases, workshops and guest speakers. All students are required to give a 10 minute oral presentation with a partner outside of class that will be videotaped. Students will either pass or fail. In order to take the exam, students must pass this requirement. Presentations must be given in English. Students will get to watch their group's videotape presentation to get feedback. The purpose of the exercise is for students to improve their client presentation skills.

Evaluation
A comprehensive 72-hour take-home exam will be given at the end of the semester.

Evaluation code(s)
INS 98701 Public Relations II - Take-home exam, accounts for 100% of the final grade in the course INS 9870, 4 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed at the Examination

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course

INS 9910 Anvendt informasjonsarbeid

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Kursansvarlig
Magne Haug

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
4

Mål
Kurset skal gi mulighet for å bruke teorier og metoder innenfor informasjonsarbeid anvendt på journalistisk arbeid og på myndighetskontakt/ lobbyvirksomhet. Kurset vil være en utdypning av teoretisk og praktisk forståelse i forhold til det som gjennomgås på grunnfaget i informasjon og samfunnskontakt. Kurset vil både ha en rent praktisk komponent, med fremstilling av journalistiske produkter innen eter- og print-journalistikk og ta for seg hvordan man kan forholde seg fruktbart til dem som informasjonsmedarbeider. Kurset ser også på, hvordan det politiske miljø virker. De enkelte deler av kurset vil bli gjennomgått uavhengig av hverandre, før trådene samles avslutningsvis.

Forkunnskaper
Kurset INS 7050 Journalistikk fra 2. år eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Østlyngen, T. og Øvrebø, T.: Journalistikk. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1998.
Bech-Karlsen, J.: Feature-reportasjen. Oslo: Universitets-forlaget. 1988.
Christensen, T. og Egeberg, M. (red.): *Forvaltningskunnskap.* Rev. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1997. Kap. 1, 5-10, s. 13-91, 164-351
Haug, M.: *Myndighetskontakt og lobbyvirksomhet.* Oslo: Norges Markedshøyskolen 1993
Østbø, Ivar Buch: *Stortinget: "All makt i denne sal".* Oslo, Schibsted 1995
Haug, M. (red.): *Artikkelsamling om myndighetskontakt.* Sandvika: BI Forlag 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Journalistiske arbeidsformer: Nyheter og featurereportasjer
2. Grafisk utforming med dataverktøy
3. Forskning om det offentlige og interessegruppene
4. Det offentlige beslutningssystem på nasjonalt og lokalt plan
5. Kontakt med statlig og lokal administrasjon
6. Lobbyvirksomhet i Stortinget, fylkeskommuner og kommuner

Dataverktøy
Redigeringsverktøy for ferdigredigering av print-publikasjoner.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 80 timer forelesninger og gruppearbeid. Kurset forutsetter obligatorisk, aktiv deltakelse fra studentenes side. Noe av undervisningen foregår som studentøvelser.

Eksamen
Kurset avsluttes med løsning av fagoppgave over én -1- uke. Fagoppgaven kan skrives individuelt eller i grupper med inntil tre personer.

Eksamenskode
INS 99101 Anvendt informasjonsarbeid - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karaker i kurset INS 9910, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INS 9920 Informasjonskampanjer

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Kursansvarlig
Magne Haug

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Informasjonskampanjer er i grenselandet mellom reklame og informasjonsarbeid. De kombinerer informasjonsarbeidets vekt på mediearbeid, med reklamekampanjens betalte oppmerksomhet. Kurset skal gi en innføring i forskning om hvordan informasjonskampanjer kan gis best mulig effekt. Det legges særlig vekt på sosialpsykologisk forskning om holdningsdannelse og holdningsendring, og på forskning omkring de ulike faser av kommunikasjonsprosessen. Det legges vekt på det som på engelsk kalles Public Communication Campaigns, enten disse er i regi av organisasjoner eller offentlige institusjoner.

Forkunnskaper
Studenter må ha kjennskap til grunnleggende teorier om PR og informasjonsarbeid.

Obligatorisk litteratur
Rice, R.E. and Atkin, C.K.(eds.): *Public Communication Campaigns*. 2nd ed. Newbury Park, Calif.: Sage 1989. Kap. 1-4, 6, 8-10, 15; s. 13-104, 131-150, 175-252, 331-350.
O'Keefe, D. J: *Persuasion: Theory and Research*. Newbury Park, Calif.: Sage 1990.
Windahl, S. and Signitzer, B.: *Using Communication Theory*. London: Sage 1992. Kap.1-5, 10-15, s.1-50, s. 100-220.

Anbefalt litteratur
Aronson, E.: *The Social Animal*. 8th ed. New York: Freeman 1999.
Broom, G. M. and Dozier, D. M.: *Using Research in Public Relations*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice - Hall 1990.
Pfau, M. and Parrot, R.: *Persuasive Communication Campaigns*. Boston: Allyn and Bacon 1993.

Emneoversikt
1. Samfunnsvitenskapelige perspektiver og teoretiske tilnærminger.
2. Anvendt forskning i public relations/samfunnsinformasjon.
3. Anvendelse av kommunikasjonsteori.
4. Sosialpsykologisk forskning om holdningsdannelse, holdningsendring og de ulike faser i kommunikasjonsprosessen.

Dataverktøy
Ingen.

Gjennomføring
40 timer forelesninger.

Eksamen
Kurset avsluttes med en individuell tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
INS 99201 Informasjonskampanjer - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset INS 9920, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt .

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INS 9930 Informasjonsplanlegging og strategi

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Kursansvarlig
Magne Haug

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
3

Mål
Strategisk tenkning er en nødvendighet for å kunne planlegge godt informasjonsarbeid. Kurset skal gi en grunnleggende innføring i strategi anvendt på informasjonsarbeid. Det blir også gitt en innføring i området Issue Management. Det legges vekt på trening i å bruke planleggingsverktøy for å løse informasjonsproblemer.

Forkunnskaper
Grunnleggende kunnskaper om teorier i PR og informasjon.

Obligatorisk litteratur
Thompson, A.A. & Strickland, A.J.: *Crafting & Implementing Strategy*. 10th ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill 1998.
Wilson, L.J.: *Strategic Program Planning for Effective Public Relations Campaigns*. 2nd ed. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publ. 1997.

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Innføring i strategisk tenkning.
2. Strategisk informasjonsplan.
3. Gjennomføring av strategi.
4. Issue Management: Håndtering av konkrete informasjonsproblemer i strategisk perspektiv.
5. Gjennomgang av cases i strategisk planlegging og Issue Management.

Dataverktøy
Ingen.

Gjennomføring
50 timer forelesninger .

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave over én -1- uke. Fagoppgaven kan skrives individuelt eller i grupper med inntil tre personer.

Eksamenskode
INS 99301 Informasjonsplanlegging og strategi - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset INS 9930, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

INS 9940 Intern informasjon og kriseinformasjon

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Kursansvarlig
Peer Jacob Svenkerud

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi mulighet for å bruke teorier og metoder innenfor informasjonsarbeid anvendt på intern- og organisasjonskommunikasjon . Kurset vil være en utdyping av teoretisk og praktisk forståelse i forhold til det som gjennomgås på grunnfaget i informasjon og samfunnskontakt. Kurset vil ta for seg organisasjonskommunikasjonsmessige problemstillinger. Som del av krisekommunikasjonsdelen, vil det bli gjennomført en øvelse i krisekommunikasjon. De enkelte deler av kurset vil bli gjennomgått uavhengig av hverandre, før trådene samles avslutningsvis.

Forkunnskaper
Grunnfag i informasjon og samfunnkontakt

Obligatorisk litteratur
Daniels, T.D., Spiker, B.K. & Papa, M.J.: *Perspectives on Organizational Communication.* 4th ed. Boston, Mass.: McGraw-Hill 1997.
Erlien, B.: *Intern kommunikasjon.* 2.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1999.
Materiale for krisekommunikasjon blir delt ut under forelesningene.

Anbefalt litteratur
Rogers, Everett. *Diffusion of Innovation*, Fourth edition. New Ork: Free Press. 1994

Emneoversikt
1. Perspektiver på organisasjonskommunikasjon.
2. Kommunikasjonens rolle i organisasjonsteori.
3. Analyseredskaper for internkommunikasjon.
4. Communication Audit.
5. Krisekommunikasjonens teori.
6. Kriseøvelse.

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 40 timer forelesninger. Kurset forutsetter aktiv deltakelse fra studentenes side. Noe av undervisningen foregår som studentøvelser.

Eksamen
Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
INS 99401 Intern informasjon og kriseinformasjon - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset 9940, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

JUR 1030 Markedsrett

Studium
Grunnfag i markedsøkonomi, Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Sverre F. Langfeldt

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi en oversikt over de viktigste lover og regler som gjelder for markedsføring og salg av varer og tjenester. Målet er å oppøve studentenes evne til juridiske resonnementer ved å lære å anvende de viktigste bestemmelsene innen markedsretten og anvende rettsregler og etiske normer på noen sentrale privatrettslige områder, med særlig vekt på lovgivning som regulerer markedsføring.

Forkunnskaper
Ingen spesielle.

Obligatorisk litteratur
Gundersen, Fr. Fr. og Faafeng, S.: Lov og Rett for næringslivet. 6.utg. Oslo: Focus forlag 1999 (Kapitlene 1, 2, 3, 4, 5, 6 og 7.)

Anbefalt litteratur
Gundersen, Fr. Fr.: Praktisk jus, spørsmål og svar: 385 kommenterte eksempler. 6. utg.
Sandvika: Fr. Fr. Gundersen 1998
Faafeng, S.: Oppgavesamling i rettslære. 4. utg. Oslo: Focus forlag 1999
Faafeng, S. og Kavåg, Ø.U.(red.): Kompendium i markedsrett. Oslo: Focus forlag 1998

Emneoversikt
1. Offentligrettslige rammebetingelser for markedsføring og avtalevilkår
2. Konkurransebeskyttelse og konkurransebegrensning
3. Bruk av åndsverk i markedsføringen
4. Markedsføring av legemidler, tobakk og alkohol
5. Markedsføring rettet mot barn
6. Markedsføring over landegrensene. EØS-reglene.
7. Markedsføringens rolle i avtaleinngåelsen (avtalelovens kap. 1.)
8. Avtalerettens ugyldighetsregler (avtalelovens kap. 3 m.fl.)
9. Angrefristloven
10. Kjøpsrett.
11. Forbrukervernet.
12. Markedsføringens betydning for mangelsansvaret (kjl. § 18)
13. Produktkontroll og produktansvar

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med forelesninger over 42 timer, fordelt på de ulike emner i pensum., slik det vil fremgå av en forelesningsplan. Forelesningsformen forutsetter at studentene før hver forelesning har satt seg inn i pensumstoffet og rettsreglene for det aktuelle emnet for å få fullt utbytte av undervisningen. I hovedsak vil kun de sentrale problemstillinger i pensum bli behandlet og utdypet på forelesningene. Det forutsettes at hjelpemidlene og særlig lovsamling medbringes til forelesningene, og at studentene blir fortrolige med dem gjennom studiet av de ulike emner. Deler av pensum må tilegnes på egen hånd (selvstudium).
Det arrangeres frivillig multiple choice tester (selvtester) med selvretting i kursperioden.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
JUR 10301 Markedsrett - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakteri kurset JUR 1030, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt benyttet under eksamen. Dette innebærer at såvel pensumboken som annen støttelitteratur kan medbringes til eksamen, sammen med egne notater, arbeidshefter og annet. Det er helt påkrevet å medbringe lovsamling. Oppgaven stiller store krav til riktig disponering av tiden, siden alle skriftlige hjelpemidler er tillatt benyttet. Siden oppgaven både er tids- og arbeidskrevende, forutsettes det at man er fortrolig med pensumlitteraturen slik at bruken av hjelpemidler begrenses til ren kunnskapskontroll. Det kreves særskilt kjennskap til anvendelsen av rettsregler som er behandlet i pensum eller gjennomgått på forelesning.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

JUR 9355 Bedriftsrett

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Sverre F. Langfeldt

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
NMH: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene en innføring i de rettsregler som gjelder i næringsvirksomhet med særlig vekt på begrensninger og pålegg som følger av lovgivningen m.v., og hvordan bedriften kan tilpasse seg disse i praksis. Det legges særlig vekt på rettsforhold av sentral betydning for bedriften i forholdet til kunder, i forholdet til de ansatte, i forholdet til offentlige myndigheter og i forhold til kreditorene.

Forkunnskaper
Ingen særskilte forkunnskaper forutsettes

Obligatorisk litteratur
Gundersen, Fr. Fr. og S. Faafeng. 1999. *Lov og rett for næringslivet.* 6. utg. Oslo: Focus Forlag. Kapitlene 8, 9 10, 11, 12, 13, 15, 16 og pkt. 6.3 (fullmakt)

Anbefalt litteratur
Gundersen, Fr. Fr. 1998. *Praktisk jus, spørsmål og svar.* 6.utg. Sandvika: Fr. Fr. Gundersen.
Faafeng, Sverre. 1999. *Oppgavesamling i rettslære med løsningsveiledninger.* 4. utg. Oslo: Focus Forlag.
Faafeng, Sverre. 1999. *Arbeidshefte i forretningsjus.* Oslo: Focus Forlag.

Emneoversikt
1. Erstatningsrett (kap. 13)
2. Arbeidsrett (kap. 9)
3. Leie av næringslokaler (kap. 12)
4. Penge- og kredittrett (kap. 10)
5. Garanti- og panterett (kap. 11)
6. Selskapsrett (kap. 8)
7. Gjeldsforhandling og konkurs (kap. 15)
8. Forvaltningsrett (kap. 16)

Dataverktøy
Det benyttes ikke dataverktøy i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med forelesninger over 42 timer, fordelt på de ulike emner i pensum, slik det vil fremgå av en forelesningsplan. Forelesningsformen forutsetter at studentene før hver forelesning har satt seg inn i pensumstoffet og rettsreglene for det aktuelle emnet for å få fullt utbytte av undervisningen. I hovedsak vil kun sentrale problemstillinger i pensum bli behandlet og utdypet på forelesningene. Det forutsettes at hjelpemidlene og særlig lovsamling medbringes til forelesningene, og at studentene blir fortrolige med dem gjennom studiet av de ulike emner. Deler av pensum må tilegnes på egen hånd (selvstudium).

Eksamen
Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
JUR 93551 Bedriftsrett - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset JUR 9355, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt benyttet under eksamen. Dette innebærer at såvel pensumboken som annen støttelitteratur kan medbringes til eksamen, sammen med egne notater, arbeidshefter og annet. Det er helt påkrevet å medbringe lovsamling. Oppgaven stiller store krav til riktig disponering av tiden, siden alle skriftlige hjelpemidler er tillatt benyttet. Fordi oppgaven både er tid- og arbeidskrevende, forutsettes det at man er fortrolig med pensumlitteraturen slik at bruken av hjelpemidler begrenses til ren kunnskapskontroll. Det kreves særskilt kjennskap til anvendelsen av rettsregler som er behandlet i pensum eller gjennomgått på forelesning.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

JUR 9755 Forretningsjus

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1 år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi

Kursansvarlig
Sverre F. Langfeldt

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene en innføring i de rettsregler som gjelder i næringsvirksomhet med særlig vekt på begrensninger og pålegg som følger av lovgivningen m.v., og hvordan bedriften kan tilpasse seg disse i praksis. Det legges særlig vekt på rettsforhold av sentral betydning for bedriften i forholdet til kunder, i forholdet til de ansatte, og i forhold til kreditorene.

Forkunnskaper
Ingen særskilte forkunnskaper

Obligatorisk litteratur
Gundersen, Fr. Fr. og Faafeng jr., S.: Lov og Rett for næringslivet, med tilhørende lovsamling. 6. utg. Oslo: Tano-Aschehoug/Focus forlag 1999 (Kapitlene 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13 og 15.)

Anbefalt litteratur
Gundersen, Fr. Fr.: Praktisk jus, spørsmål og svar: 385 kommenterte eksempler. Sandvika: Fr. Fr. Gundersen Siste utgave.
Faafeng jr., S.: Oppgavesamling i rettslære. 4. utg. Oslo: Focus Forlag 1999
Faafeng jr., S.: Arbeidshefte i forretningsjus. Oslo: Focus Forlag 1999

Emneoversikt
1. Erstatningsrett (Kap. 13)
2. Arbeidsrett (Kap. 9)
3. Leie av forretningslokaler (Kap. 12)
4. Hovedpunkter i avtaleretten (Kap. 5)
5. Hovedpunkter i kjøpsretten (Kap. 6)
6. Penge- og kredittrett (Kap. 10)
7. Garanti- og panterett (Kap. 11)
8. Selskapsrett: ANS, AS og ASA (Kap. 8)
9. Gjeldsforhandling og konkurs (Kap. 15)

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med forelesninger over 42 timer, fordelt på de ulike emner i pensum, slik det vil fremgå av en forelesningsplan. Forelesningsformen forutsetter at studentene før hver forelesning har satt seg inn i pensumstoffet og rettsreglene for det aktuelle emnet for å få fullt utbytte av undervisningen. I hovedsak vil kun sentrale problemstillinger i pensum bli behandlet og utdypet på forelesningene. Det forutsettes at hjelpemidlene og særlig lovsamling medbringes til forelesningene, og at studentene blir fortrolige med dem gjennom studiet av de ulike emner. Deler av pensum må tilegnes på egen hånd (selvstudium).

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om

studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen

Eksamenskode
JUR 97551 Forretningsjus - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakteri kurset JUR 9755, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt benyttet under eksamen. Dette innebærer at såvel pensumboken som annen støttelitteratur kan medbringes til eksamen, sammen med egne notater, arbeidshefter og annet. Det er helt påkrevet å medbringe lovsamling. Oppgaven stiller store krav til riktig disponering av tiden, siden alle skiftlige hjelpemidler er tillatt benyttet. Fordi oppgaven både er tids- og arbeidskrevende, forutsettes det at man er fortrolig med pensumlitteraturen slik at bruken av hjelpemidler begrenses til ren kunnskapskontroll. Det kreves særskilt kjennskap til anvendelsen av rettsregler som er behandlet i pensum eller gjennomgått på forelesning.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester

JUR 9807 Avgiftsrett

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF)

Kursansvarlig
Tor S. Kildal

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene tilstrekkelig oversikt over merverdiavgiften til å identifisere viktige problemstillinger. Studentene skal kunne finne frem til de viktigste rettskildene, oppdatere seg ved lovendringer, samt konkret anvende viktige metoder.

Forkunnskaper
JUR 9755 Forretningsjus fra første studieår.

Obligatorisk litteratur
Gjems-Onstad, O., Kildal, T.S.: Lærebok i merverdiavgift. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1996
Gjems-Onstad, O. (red): Skattelovsamlingen. Oslo: Ad Notam Gyldendal Siste utg.

Arbeidsbøker
Gjems-Onstad, O., Kildal, T.S.: Merverdiavgift: spørsmål og svar. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1997

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Emneområde: Emnet omfatter hovedtrekkene i merverdiavgiftssystemet, de sentrale regler i lover og forskrifter, samt aktuelle problemstillinger for enkelte bransjer. Det gis en kort innføring i investeringsavgift, dersom ikke investeringsavgiften oppheves.

1. Begreper, rettskilder og lovtolkning
2. Avgiftssubjektene
3. Avgrensning av avgiftsområdet, unntak og fritak
4. Avgiftsberegningen, avansemetoden
5. Innførsel
6 Fradrag for inngående merverdiavgift, forholdsmessig fordeling
7 Uttak
8. Regnskaps- og legitimasjonsbestemmelser
9. Bransjeproblematikk

Dataverktøy
Bruk av data er ikke obligatorisk. Kurset er lagt opp slik at oppgaver osv kan løses manuelt, men studentene vil ha nytte av å søke etter kilder i Norsk Elektronisk Skattebibliotek.

Gjennomføring

Heltid og deltid
42 timer forelesning med hovedvekt på de deler av pensum som erfaringsmessig er vanskelig. Det forutsettes at studentene i stor grad benytter studieboken ved siden av forelesningene.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med

fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Tre timers skriftlig eksamen

Eksamenskode
JUR 98071 Avgiftsrett - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset JUR 9807, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Den obligatoriske lovsamlingen. I lovsamlingen tillates bare understrekninger ol, bruk av farger og håndskrevne henvisninger til andre bestemmelser ved bruk av forkortelser som jf, se, sml, knf, opph, etterfulgt av den bestemmelsen som det henvises til, etter samme mønster som benyttes i Norges Lover. Det er ikke tillatt ved slike henvisninger å systematisere i større omfang hele oppgaver eller emner. Programerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

JUR 9808 Skatterett

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF)

Kursansvarlig
Tor S. Kildal

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Fjernundervisning Vår, Heltid. Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene tilstrekkelig oversikt over skatteområdet til å identifisere viktige problemstillinger, særlig innen bedrifts- og selskapsbeskatningen og ved omdannelser. Studentene skal kunne finne frem til de viktigste rettskildene, oppdatere seg ved lovendringer, samt konkret anvende viktige metoder.

Forkunnskaper
BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse og JUR 9755 Forretningsjus fra første studieår, samt BØK 9805 Årsregnskap og Skatt og JUR 9807 Avgiftsrett fra andre studieår.

Obligatorisk litteratur
Magnus, P. og Nilsen, S.T.: Skatte-nøkkelen. Oslo: Norsk skattebetalerforening Siste utg.
Skaar, A. A., Kildal, T. S.: Bedriftsskatterett. Oslo: Ad Notam Gyldendal Siste utg.
Gjems-Onstad, O. (red): Skattelovsamlingen. Oslo: Ad Notam Gyldendal Siste utg.
Arbeidsbøker
Gjems-Onstad, O., Hoch-Nielsen, E., Kildal, T.S.: Skatterett: spørsmål og svar. 4.utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1997

Anbefalt litteratur
Gjems-Onstad, O.: Norsk Bedriftsskatterett. Oslo: Ad Notam Gyldendal Siste utg.
Brudvik, A.J.: Skatterett for næringsdrivende. Oslo: Cappelens akademiske forlag Siste utg.
Lignings-ABC . Oslo: Skattedirektoratet Siste utg.
Studentene kan i senere skattepraksis ved behandling av sammensatte problemstillinger ha stor nytte av å bli kjent i en større, avansert bok om skatterett, men det er ikke nødvendig for dette studiet.

Emneoversikt
Emnet omfatter de viktigste regler og metoder for beskatning av personer, næringsinntekt, selskaper, konsern og selskapsdeltagere. Også formuesskatt behandles. I tillegg vil enkelte skattemessige problemstillinger ved omdannelser kort behandles.

1. Begreper, rettskilder og lovtolkning
2. Skattebetalingsordningen og ligningsforvaltningen
3. Person- og familiebeskatningen
4. Delingsmodellen
5. Regler om avskrivninger og avsetninger
6. Beskatning av aksjeselskap, konsern og aksjonærer
7. Beskatning av deltagere i ansvarlige selskaper, ol
8. Skattefrie og skattepliktige omdannelser

Dataverktøy
Bruk av data er ikke obligatorisk. Kurset er lagt opp slik at oppgaver osv kan løses manuelt, men studentene vil ha nytte ha å søke etter kilder i Norsk Elektronisk Skattebibliotek.

Gjennomføring

Heltid og deltid
42 timer forelesning med hovedvekt på de deler av pensum som erfaringsmessig er vanskelig. Det forutsettes at studentene i stor grad benytter studieboken ved siden av forelesningene.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Tre timers skriftlig eksamen

Eksamenskode
JUR 98081 Skaterett - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset JUR 9808, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Den obligatoriske lovsamlingen. I lovsamlingen tillates bare understrekninger ol, bruk av farger og håndskrevne henvisninger til andre bestemmelser ved bruk av forkortelser som jf, se, sml, knf, opph, etterfulgt av den bestemmelsen som det henvises til, etter samme mønster som benyttes i Norges Lover. Det er ikke tillatt ved slike henvisninger å systematisere i større omfang hele oppgaver eller emner. Programmerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MAD 9214 Logistikk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Dag Bjørnland

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Høst, Fjernundervisning: Høst/Vår, Deltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene en integrert fremstilling av de begreper og forhold som er sentrale i en bedrifts logistiske problemstillinger. Kurset skal gi forståelse av de viktigste logistiske styringsmetoder og prinsipper. Det legges særlig vekt på evnen til å analysere og effektivisere materialstrømmer med hensikt å oppnå forbedret lønnsomhet og konkurransekraft.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Persson, G. og Virum, H (red.).: Logistikk for konkurransekraft. 4. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1995
Persson, G. og Virum, H.(red): Logistikk for konkurransekraft: arbeidshefte. 5. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1996

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Introduksjon
2. Mål for logistikkledelse
   - logistikksystemets prestasjon og effektivitet
   - logistisk forandringsarbeid og strategier
3. Funksjonsområder og styringsprinsipper
   - distribusjon transport og lagring
   - prognostisering
   - material og produksjonsstyring
4. Materialforsyning og innkjøp
   - innkjøpsledelse
   - leverandørutvikling og samarbeid
   - innkjøpsstrategier
5. Logistikk som strategisk virkemiddel
   - logistikk som konkurransestrategi
   - kvalitetsledelse
6. Grønn logistikk
   - returlogistikk
   - logistikkens miljøkonsekvenser

Dataverktøy
Dataverktøy er ikke obligatorisk i kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset vil gjennomføres ved forelesninger og øvelser, totalt 42 timer. Gjennomføres også som fjernundervisning.

Fjernundervisning

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MAD 92141 Logistikk - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MAD 9214, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Programmerbar kalkulator. Men det vil være tilstrekkelig å benytte seg av en enkel, ikke-programmerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset

MET 8006 Statistikk og dataanalyse

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1. år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1 år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi, Sivilmarkedsførerstudiet (1. år)

Kursansvarlig
Fred Wenstøp

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid:Høst, NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Kursets mål er å lære studentene:

- Å innhente og behandle kvantitativ informasjon på en hensiktsmessig måte, blant annet ved hjelp av dataverktøy.
- Å forholde seg kognitivt til usikkerhet, slik at de bedre kan skille mellom tilfeldighet og systematikk ved hjelp av intuisjon.
- Prinsippene for statistisk inferens slik at de kan forstå og verdsette forsknings- og utredningsarbeid og kommunisere med eksperter.
- Erfaring i selvstendig problemløsende arbeid.
- Øvelse i praktisk og hensiktsmessig analyse og tilrettelegging av data.
- Selvstendig kunnskapserverving ved hjelp av standard statistisk analyse.

I tillegg gir statistikk-kurset nødvendige forutsetninger for andre økonomisk-administrative fag.

Forkunnskaper
Det er ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Wenstøp, F.: Statistikk og dataanalyse. 5. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1997

Anbefalt litteratur
Wenstøp, F.: Statistikk og dataanalyse. Arbeidshefte med bruk av programvare. 6. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1998.
Aakre, P. og Wenstøp, F.: Eksamensoppgavesamling med løsningsforslag i statistikk for bedriftsøkonomstudiet. Sandvika: BI Forlag Siste utg.

Emneoversikt

1. Oversikt, tilfeldig variasjon - Kapittel 1
2. Beskrivelse av en stikkprøve, ordningsobservatorer - Kapittel 2
3. Å generalisere fra en stikkprøve, konfidensintervall - Kapittel 3
4. Statistisk metode, meningsmåling, kontrollgrupper, måleskalaer - Kapittel 4
5. Sannsynlighetsregning, mengdelære - Kapittel 5
6. Kombinatorikk og sannsynlighetsfordelinger, binomial og hypergeometrisk - Kapittel 6
7. Hypoteseprøving og testers styrke - kapittel 7
8. Ikke-parametriske tester: tegntesten, tegnrangtesten, Mann-Whitney testen og Fishers test - Kapittel 8
9. Normalfordelingen - kapittel 9
10. Inferens om ett og to gjennomsnitt, Studentfordelingen - Kapittel 10
11. Kategoriske variabler, kontigenstabeller - Kapittel 11
12. Lineær regresjon og korrelasjon - kapittel 12
13. Kurvefremskriving - Kapittel 13
14. Valg av metode - Kapittel 14

Dataverktøy
Bruk av programvare i kurset vil lette tilegnelsen av stoffet, være tidsbesparende ved oppgaveløsninger, og muliggjøre profesjonell fremstilling av grafikk. I tillegg er det av stor verdi i seg selv at en økonom har erfaring i bruk av regneark. Vi anbefaler derfor at studentene benytter programvare, både under kurset og ved eksamen,

men det er ingen betingelse. Studiestedet vil gi nærmere orientering.

Anbefalt programvare: Forskjellig programvare har ulike styrker og svakheter, og en bruker bør kunne benytte flere typer. Vi anbefaler Excel, Minitab og Statark.
Excel er et generelt regneark med kraftige statistiske funksjoner innebygget som kan benyttes til de fleste aktuelle beregninger i pensum.
Minitab er en brukervennlig og kraftfull profesjonell statistikkpakke med funksjoner som også dekker videre kurs i statistikk.
Statark er en Excel-implementert pedagogisk programpakke med tilrettelagte funksjoner som er knyttet til de enkelte kapitlene i pensum. Statark er inkludert i Wenstøp, F.: Statistikk og dataanalyse. Arbeidshefte med bruk av programvare. Oslo: Tano 1997 eller 1998. Arbeidsheftet inneholder bokens datafiler, som også kan benyttes av Minitab og gir instruksjon i hvordan Statark og Minitab kan benyttes i oppgaveløsning.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset er basert på 42 timer med ordinære fellesforelesninger der foreleser gjennomgår utvalgte, sentrale deler av pensum, og belyser teorien med praktiske eksempler. Foreleser vil supplere fremstillingen ved hjelp av programvare, blant annet ved å simulere tilfeldig variasjon, presentere data grafisk, løse oppgaver, samt oppsummere de enkelte kapitler. Det sentrale pedagogiske mål er å lære å belyse den virkeligheten som omgir oss ved hjelp av statistiske metoder. Forelesningene vil derfor ha en klart praktisk orientering, der diskusjon av statistikk som hjelpemiddel til kunnskap er sideordnet rent tekniske ferdigheter.
Studentene forventes å arbeide på egen hånd med de deler av boken som ikke berøres i forelesningene, og derved danne seg en helhetlig totalforståelse av statistikk slik begrepet defineres gjennom pensum.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell flervalgseksamen som delvis bygger på et case som utleveres to uker på forhånd. Hele boken unntatt kapittel 15 er pensum til den individuelle flervalgseksamen. Caset kan løses med eller uten dataverktøy. Bruk av dataverktøy vil kunne være arbeidsbesparende og gi mindre rom for feil. Caset skal ikke innleveres, men oppgave og løsning medbringes som underlag for flervalgseksamen.

Eksamenskode
MET 80061 Statistikk og dataanalyse - Flervalgseksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MET 8006, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

MET 9100 Matematikk for økonomer

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1 år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Sivilmarkedsførerstudiet (1 år)

Kursansvarlig
Tron Foss

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kursets mål er å gi studentene et matematisk grunnlag som vil lette forståelsen av og arbeidet med bedriftsøkonomiske fag.

Forkunnskaper
Kurset bygger på kunnskaper i matematikk tilsvarende 2MY fra videregående skole. Det anbefales at studenter som kun har førsteårskurset i matematikk (1MA), gjennomfører forkurset i matematikk.

Obligatorisk litteratur
Bjørnestad, H. (et al.): Matematikk for økonomi og samfunnsfag. 4.utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget 1998

Anbefalt litteratur
Bjørnestad, H. (et al.): Matematikk for økonomi og samfunnsfag . Løsningsforslag og fasit til 4.utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget 1998
Foss, T. : Eksamensoppgavesamling med løsningsforslag i matematikk for bedriftsøkonomer.
Sandvika: BI Forlag Siste utg.

Emneoversikt
1. Derivasjon med anvendelser.
2. Eksponensial og logaritmefunksjoner.
3. Rekker og finansmatematikk.
4. Funksjoner av flere variable.
5. Optimeringsproblemer.
6. Enkel integrasjon

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset er på 42 timer med ordinære fellesforelesninger der foreleser gjennomgår sentrale deler av pensum.
I tillegg til lesning av pensumbøkene er det meget viktig at studentene regner oppgaver tilknyttet pensum. Det anbefales også at de slår seg sammen i arbeidsgrupper (kollokviegrupper) på 3-5 deltakere og hjelper hverandre.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MET 91001 Matematikk for økonomer - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset

MET 9100, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt

Kontinuasjon
Kontinuasjon neste semester

MET 9810 Metodefilosofi og utredningsmetodikk

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (1. år)

Kursansvarlig
Inge Jan Henjesand

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
NMH: Vår

Vekttall
4

Mål
Effektiv markedsføring forutsetter kunnskap. Kunnskap forutsetter at det gjennomføres aktiviteter som kobler kunden til bedriften gjennom informasjon. Informasjon er nødvendig for å identifisere og definere muligheter og utfordringer i markedet, for å generere, raffinere og evaluere markedsstrategier, for å overvåke utviklingen i markedene og for å øke forståelsen for markedsføring som en viktig prosess i bedriften. Markedsforskning innebærer en spesifisering av hvilken informasjon som er nødvendig for å belyse disse forholdene, hvilke undersøkelsesopplegg som er egnet for å fremskaffe denne informasjonen, hvilken datainnsamlingsmetode som bør benyttes, hvilke analysemetoder som bør benyttes for å analysere dataene og hvordan resultater og implikasjoner bør kommuniseres.

Kurset tar sikte på å gjøre studentene til kompetente etterspørrere og brukere av informasjon. Dette forutsetter grunnleggende kunnskaper om metodefilosofi og utredningsmetodikk. Det er i tillegg en viktig målsetning å utvikle ferdigheter i å kommunisere undersøkelses- og utredningsresultater både muntlig og skriftlig. Det legges derfor vekt på å utvikle evner som gjør studentene i stand til å:

- formulere undersøkelsesproblemer relatert til beslutningsproblemer i bedriften
- velge undersøkelsesopplegg egnet til å belyse undersøkelsesproblemene
- velge operasjonalisering og datainnsamlingsmetode egnet til å fremskaffe nødvendige data
- velge analysemetode for tolkning av data
- formulere rapporter for kommunikasjon av resultater og implikasjoner

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Churchill, Gilbert A. 1995. *Marketing Research:Methodological Foundations*. 6th ed. Chicago: Dryden Press.
Grønhaug, Kjell og Sigurd V. Troye. 1999. *Utredningsmetodikk*. 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug.
Henjesand, I.J. (red.) 1998. *Artikkelsamling: Metodefilosofi og utredningsmetodikk*. Sandvika: BI Forlag.

Anbefalt litteratur
Selnes, Fred. 1999. *Markedsundersøkelser*. 4.utg. Oslo:
Tano Aschehoug.

Emneoversikt
1. Markedsanalysens rolle og plass i beslutningsprosessen
2. Verdi av informasjon
3. Kriterier for å vurdere informasjon
4. Metodelære
5. Vitenskapsfilosofi og metodesyn
6. Undersøkelsesprosessen
   - Fra beslutningsproblem til undersøkelsesproblem
   - Tre hovedklasser av undersøkelsesopplegg
   • eksplorerende
   • beskrivende
   • kausale
   - Fra teoretiske begreper til operasjonelle indikatorer
   • målemetoder
   • reliabilitet og validitet

- Metoder for å samle inn data
• sekundærdata
• primærdata
• observasjon
• dybdeintervjuer, fokusgrupper, casestudier og andre kvalitative metoder
• kommunikasjon/surveyundersøkelser
• utvalgsproblematikk
- Fra data til informasjon
• oversikt over metoder for analyse og tolkning av data
- Kommunikasjon av resultater – rapportskriving
• skrivearbeidet
• disposisjon og innhold
• form

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med totalt 60 undervisningstimer fordelt på forelesninger og caseundervisning. I tillegg skal studentene delta i gruppearbeid, innleveringer og plenumspresentasjoner. Godkjent innlevering av to caseoppgaver er en forutsetning for å få gå opp til eksamen

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven går over en – 1 – uke og kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Eksamenskode
MET 98101 Metodefilosofi og utredningsmetodikk - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MET 9810, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MET 9830 Multivariat statistikk

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (3 år)

Kursansvarlig
Ulf Henning Olsson

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
NMH: Vår

Vekttall
4

Mål
Markedsorienterte ledere vil i økende grad måtte forholde seg til kvantitative data. Slike data kan være samlet for å belyse en spesifikk problemstilling, for eksempel ved hjelp av en spørreundersøkelse (primærdata). Kvantitative data kan også foreligge som en systematisering av mer generelle markeds- og kundedatabaser. Dette er data som ikke er samlet inn for å belyse en spesifikk problemstilling, men som er tilgjengelig i organisasjonen, for eksempel " scannerdata" i varehandelen (sekundærdata).

Formålet med kurset er å sette studentene i stand til å kunne:
foreslå, gjennomføre og forstå resultatene av moderne statistiske analyser som i økende grad benyttes både i næringsliv og forskning.

Forkunnskaper
Grunnkurs i statistikk.

Obligatorisk litteratur
Fugleberg, Ole og Ivar Kristianslund. 1995. *Innføring i regresjonsanalyse og multivariate metoder.* Oslo: Bedriftsøkonomens forlag.

Anbefalt litteratur
Hair, J.F. et al.1998. *Multivariate data Analysis.* 5th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall.
Norusis, M.J. 1993. *SPSS for Windows: base system user's guide: release 6.0.* Chicago:SSPS Inc.

Emneoversikt
1. Multippel regresjonsanalyse
2. Variansanalyse
3. Faktoranalyse og målemodeller
4. En kort introduksjon til strukturmodeller (LISREL-modeller)

Dataverktøy
SPSS eller tilsvarende

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med totalt 60 undervisningstimer hovedsakelig som forelesninger. Det vil også være noe øvelse på pc-lab.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven går over en – 1 – uke og kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Eksamenskode
MET 98301 Multivariat statistikk - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MET 9830, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 1070 Introduksjon til internasjonal markedsføring

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering

Kursansvarlig
David E. Brookes

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår, Modul NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Markedsføring blir i økende grad gjennomført under komplekse forhold og over nasjonale grenser. Mange faktorer griper inn og influerer på markedsførings- og innkjøpssiden. En forståelse av disse faktorer, og forholdene disse imellom, er avgjørende for en vellykket posisjonering, markeds- og produktutvikling og til markedsføringsledelsesprosessen på det internasjonale planet.
Kursets formål er å gi studentene kunnskaper om internasjonal markedsføring og konkurranseevne, samt betydningen av kultur i denne sammenheng. Kurset skal også gi kunnskaper om hvordan internasjonaliseringsprosessen påvirker organisasjonens handlingsalternativer i markedet samt organisasjonsstrukturen.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Albaum, G. (et al): International Marketing and Export Management. 3rd.ed. Wokingham: Addison-Wesley 1998.

Anbefalt litteratur
Onkvisit, S. & Shaw, J.J.: International Marketing: Analysis and Strategy. 3rd ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall 1997.

Emneoversikt
1. Internasjonale rammebetingelser
2. Ulike organisasjonsformer i internasjonal kontekst
3. Strategiutvikling i internasjonale markeder
4. Valg av marked
5. Innkjøpsprosessen
6. Inngangsstrategier
7. Internasjonal marketing mix
8. Internasjonal markedsplan
9. Gjennomføringen av markedsaktiviteter i en internasjonal markedsplass

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med forelesninger over 40 timer. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer. I tråd med NMHs internasjonaliseringstiltak kan hele eller deler av kurset foregå på engelsk.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 10701 Introduksjon til internasjonal markedsføring, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 1070, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 1080 Forbrukeratferd

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Cathrine Filstad Jakobsen

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Fjernundervisning: Høst, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Forbrukeratferd er faget hvor vi skal forsøke å kartlegge forbrukernes indre og ytre verden, for å øke forståelsen av hva som er viktig og hva som påvirker forbrukerbeslutninger og forbrukeratferd. Faget trekker derfor inn sentrale begreper fra vitenskapene psykologi, sosiologi, sosialantropologi, økonomi og markedsføring som har til hensikt å tjene som verktøy for å kunne bygge opp en helhetlig forståelse av forbrukeren.
Et viktig mål med kurset er en praktisk anvendelse av fagområdet gjennom et prosjekt. Kurset vil derfor også formidle generell kunnskap om prosjektarbeid.

Forkunnskaper
Det forutsettes at studentene har forkunnskaper tilsvarende gjennomført diplomstudiets 1.år.

Obligatorisk litteratur
Solomon, M.R., Bamossi, G., Askegaard, S.: Consumer behavior: a european perspective. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall Europe 1999.
Jakobsen,C. (red): Artikkelsamling: MRK1080 Forbrukeratferd. Handelshøyskolen BI, Institutt for Markedskommunikasjon. Sanvika: BI forlag 1999.

Anbefalt litteratur
Sætrang,G. og Blindheim,T.: På talefot med forbrukeren. Oslo:NKS-forlaget 1991
Hellevik,O.:Nordmenn og det gode liv: Norsk Monitor 1985-1995. Oslo: Universitetsforlaget 1996

Emneoversikt
1. Forbrukeratferd og fagets betydningen - en helhetsoversikt og kartlegging/bevisstgjøring.
2. Vår subjektive virkelighetsoppfatning: behov, persepsjon, hukommelse og personlighet.
3. Gruppetilhørighet,samfunnsgrupperinger, sosialisering og betydning av "de andre"
4. Motivasjon,verdier, trender og holdninger - trendforskning på ungdomsmarkedet.
5. Læring og påvirkning, kommunikasjon og kjøp, hvordan atferd har vi ved dagligvarehandel.
6. Problemløsning og beslutningsprosesser - etiske utfordringer innen faget.
7. Markedssegmentering,målgrupper, adopsjon og diffusjon - ta pulsen på nye markeder.
8. Kultur, subkultur og sosiale klasser - er forbrukeratferd kulturelt bestemt?
9. Hva kjennetegner det norske markedet – Norsk Monitor og Norsk Gallup

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger og studentstyrt gruppearbeid. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Eksamen i kurset er en prosjektoppgave samt en individuell skriftlig kontrolleksamen. Prosjektoppgaven deles ut ultimo august og skal leveres ultimo november. Kurset har også en skriftlig kontrolleksamen på 2 timer hvor resultatet vil være bestått/ikke bestått. Dersom man får ikke bestått ved en av eksamenene må begge eksamener avholdes på nytt ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Eksamenskode
MRK 10802 Prosjektoppgave i forbrukeradferd, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 1080, 2 vekttall.
MRK 10803 Individuell skriftlig kontrolleksamen, bestått/ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til kontrolleksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjons neste ordinære gjennomføring av eksamen.

MRK 1300 Internasjonale forhandlinger

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år)

Kursansvarlig
Bengt Ramberg

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Vår, Modul NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Hensikten med kurset er å kombinere de sentrale forhandlingsteoriene med praktiske case-simuleringer. Det teoretiske fokus er ment som et virkemiddel for å hjelpe oss til å forstå, analysere og forberede praktiske forhandlinger. Forhandlingssimuleringene er alle hentet fra virkeligheten, og vil bringe studentene inn i kulturell interaksjon med flere land.

Studentene vil bli involvert i alle faser av forhandlingsprosessen; definisjon av forhandlingstema, forberedelse til forhandlinger, lære å forstå de forskjellige faser av forhandlingsprosessen, lære å benytte forskjellige forhandlingsstrategier og taktikker, utvikle en forståelse for de psykologiske aspektene i forhandlingssituasjonen og utvikle en økt følsomhet for viktigheten av kulturelle forhold i internasjonale forhandlinger.

Forkunnskaper
Generelle kunnskaper innenfor markedføring og økonomisk-administrative fag

Obligatorisk litteratur
Lewicki,R.J., Saunders,D.M. & Minton, J.W.: Essentials of Negotiation. Boston, Mass.: Irwin/McGraw-Hill 1997
Salacuse, J.W.: Making Global Deals: Negotiating in the International Marketplace. London. Century Business 1991
Ramberg, B: Forelesningsnotater: Internasjonale forhandlinger. Sandvika: BI Forlag 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Kursintroduksjon
2. Trender i internasjonal økonomi. Globalisering. Forhandlinger som virkemiddel i global forretningsvirksomhet
3. Hva mener andre om oss? Selverkjennelse. Hvordan oppfattes nordmenn av mennesker fra andre kulturer?
4. Introduksjon til forhandlingsteori
5. Forberedelser til forhandlinger
6. Forhandlingsstrategier
7. Forhandlinger med mennesker fra andre kulturer
8. Forhandlinger og etiske prinsipper
9. Toparts- og flerparts forhandlinger
10. Konfliktløsning
11. Tredjepartsintervensjon
12. Oppsummering og eksamensforberedelser

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger og "Case" øvelser. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer. Det forutsettes at studentene leser den foreskrevne litteratur før forelesningene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen

Eksamenskode
MRK 13001 Internasjonale forhandlinger - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 1300, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 1500 Interaktiv markedsføring

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3 år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år)

Kursansvarlig
Trond Blindheim

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid:Høst, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset har tre hovedmål som skal:
1. Gi en innføring i markedskommunikasjonens teoretiske og praktiske forankring med utgangspunkt i bedriftens helhetlige markedsplanlegging.
2. Gi konkrete kunnskaper om hvordan en bedrift og et reklamebyrå utarbeider en kommunikasjonsstrategi, samt redegjøre for de premisser som ligger bak reklamens utforming.
3. Gi innsikt i de forutsetningene som ligger til grunn for bedriftens medievalgsbeslutninger.

Forkunnskaper

Obligatorisk litteratur
Helgesen, T.: Markedskommunikasjon: Prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning. 3. utg. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1995
Blindheim, T. & Sætrang, G.: Premisser for påvirkning. Oslo: Cappelen 1991

Anbefalt litteratur

Emneoversikt
1. Kommunikasjonsteori, begreper og modeller
2. Kommunikasjonsvirkemidler
3. Kommunikasjonsstrategi
4. Idégrunnlag og utforming/dramaturgi
5. Medievalgsbeslutninger
6. Effektmåling og kontroll

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger, case og selvstudium. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer. Ved kursstart blir det utlevert øvingsoppgaver og tidligere eksamensoppgaver som studentene skal arbeide med individuelt eller i grupper.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 15001 Interaktiv markedsføring, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 1500, 2 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 7070 Public Relations og Produkt PR

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Beverly A. Stephansen

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset tar sikte på å gi et teoretisk og praktisk grunnlag for å arbeide med informasjon og samfunnskontakt i en organisasjon eller bedrift. Kurset gir en innføring i teoretiske modeller for hvordan bedrifter samhandler med sine omgivelser. Kurset gjennomgår de metoder faget har utviklet for å analysere og løse problemer som oppstår i brytningspunktet mellom en bedrift/organisasjon og dens omgivelser. Kurset legger vekt på ferdighet i å analysere et informasjonsproblem, definere mål og målgrupper, velge strategi, gjennomføring av tiltak og evaluering av prosess og resultater.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Haug, M.: Informasjon eller påvirkning? 2. rev. utg. Oslo: Bedriftsøkonomens forlag 1993
Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M.: Effective Public Relations. 8th ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall 1999. Kap. 1, 3-4, 8-13. s. 56-122, 227-432
Goldman, J.: Public Relations in the Marketing Mix.. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books 1984
Stephansen, B. A.: Compendium: MRK 7070 Public Relations og Product PR. Sandvika: BI Forlag 1996

Anbefalt litteratur
Grunig, J. E. and Hunt, T.: Managing Public Relations. Chicago: Holt, Reinehart & Winston 1984
Blach, T. og Højbergh, J: PR: håndbog i information og public relations. Copenhagen Valby: Borgen 1989

Emneoversikt
1. Teoretisk modell for PR
2. De fire stadier i PR-prosessen
3. Medierelasjoner
4 Interninformasjon
5. Krisekommunikasjon
6. Profilering
7. Produkt-PR/Marketing Public Relations/Integrert Communication

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med forelesninger og gruppearbeid over 40 timer. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.
Studentene bør følge løpende med i nyhetsbildet, idet kurset vil bli knyttet opp til aktuelle hendelser med relevans til faget.

Eksamen
Kurset avsluttes med en 72-timers hjemmeeksamen som kan skrives individuelt eller i grupper på inntil tre - 3 studenter.

Eksamenskode
MRK 70701 Public Relations og Produkt PR - Hjemmeeksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 7070, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 8614 Markedsføringsledelse

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1 år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Arne Stokke Johnsen

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Studenten skal etter kurset ha styrket sine basiskunnskaper i markedsføring og oppnådd en bedre forståelse av markedsføringens virkemidler og funksjon. Studenten skal bli godt kjent med sentrale begreper, teorier og modeller knyttet til markedsføring. En sterkere markedsorientering og faglige kunnskaper skal gjøre studenten bedre i stand til å identifisere, analysere og løse enklere markedsføringsproblemer i praksis.

Forkunnskaper
Som for studiet. I og med at markedsføring er nært knyttet til praksis og til andre funksjoner i arbeidslivet, vil studenter med praktisk erfaring og med innsikt i andre bedriftsøkonomiske disipliner få større utbytte av kurset.

Obligatorisk litteratur
Framnes, R., Thjømøe, H. M.og Blom, S. E.: Markedsføringsledelse 5. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1997
Framnes, R. og Johnsen, A. S.: Oppgavesamling med svar og løsningsmomenter til Markedsføringsledelse. Eget forlag 1997

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Introduksjon til markedsføringsfagets utvikling
2. Markedsføringsfunksjonenes plass i virksomheten
3. Strategi og markedsplanlegging
4. Markedsføringens omgivelser og arbeidsbetingelser
5. Kjøpsatferd på forbruker- og bedriftsmarkedet
6. Segmentering, markedsanalyse og prognoser
7. Markedsføringens virkemidler
8. Organisering og kontroll av markedsføringen

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses totalt 42 timer. Hele begrepsapparatet rundt markedsføringsplanlegging og planen har en sentral plass i forelesningene. Foreleser vil supplere fremstillingene med praktiske eksempler og trekke inn hensynet til miljø og etikk der det faller naturlig. Oppgaveløsning og drøftelser utgjør en viktig del av kurset og er nødvendige øvelser med tanke på eksamen. Det forventes derfor en aktiv egeninnsats av studentene både med hensyn til oppgavearbeid og i selve oppgavegjennomgangen i klassen. Som ledd i egenkontroll av innlært pensum, gjennomføres individuelle flervalgsprøver i løpet av semesteret.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan, oppgaver og faglige artikler knyttet til ulike emner. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen

Eksamenskode
MRK 86141Markedsføringsledelse, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 8614, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9620 Semiotikk, reklame og kultur

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
Berit von der Lippe

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Semiotikken fungerer i markedskommunikasjon (mellomfag) først og fremst som et supplement til andre og mer tradisjonelle teorier innenfor dette faget. Fra den mer klassiske retorikk har semiotikerne hentet helt vesentlige elementer - som f.eks. de viktigste retoriske "figurer" eller begreper. Målet med kurset er å gi studenten forståelse av semiotisk tilnærming generelt og til reklame og annonsekampanjer spesielt - heri inkludert politiske kampanjer. Søkelys blir rettet på den sosiokulturelle konteksten som enhver reklame(tekst) inngår i og blir tolket ut fra. Skal denne type tekster overhode kunne fungere og således kommunisere "vellykket" med potensielle konsumenter, må de så og si inngå i en spesifikk dialog med kulturen - med "det allerede kjente". Studentene skal gis innblikk i hvordan semiotikken fungerer som et redskap til å belyse:

- strukturering av annonsene/tekstene
- hvordan/hvorfor de tillegges et visst/visse betydningsinnhold
- på hvilken måte de kommuniserer med kulturen eller med målgrupper tilhørende ulike (sub)kulturer.

Forkunnskaper
Kurset bygger på grunnfag i markedskommunikasjon.

Obligatorisk litteratur
Lippe, Berit von der: Reklame i grenselaus knoppskyting. Oslo: Samlaget 1995
Jensen, J. F., Rasmussen, T. A.og Stigel, J. (red.): Reklame - kultur. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag 1993
Lippe, Berit von der (red.): Artikkelsamling: Kulturteoretiske perspektiver på reklamen. Sandvika: BI Forlag 1998

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Reklame i semiotisk/retorisk perspektiv
2. Reklamesemiotikk (/retorikk) og den kulturelle kontekst
3. Kulturproduksjon, reklame og propaganda
4. Reklame og politisk markedsføring
5. Semiotikk og billedkommunikasjon fra et ledelsesperspektiv

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset vil bli gjennomført med 30 forelesningstimer. Studenter som følger modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.
Semiotikk skiller seg i stor grad fra andre - og for studentene mer kjente - teorier, idet det innenfor disiplinen handler om å gå bak tegnene, dvs. ord og bilder, eller om det å sette ord på det vi ofte tar for gitt og mener å forstå. Det handler mer om det mangetydige enn det entydige ved tegn, her først og fremst verbal- og billedspråk. Introduksjonen til semiotisk tegnanalyse vil bli viktig og kommer til å strekke seg over de første 10 timene. Retorikken, eller det å både overbevise og overtale gjennom ord og bilder, blir vesentlig - ikke bare under introduksjonen, men gjennom hele kurset. Søkelyset blir rettet mot den kulturelle kontekst ethvert tegn inngår i. Målet er å vise hvordan man med semiotikken fanger inn kulturutrykk- selv de mest underfundige. Det kulturteoretiske perspektiv vil derfor bli et vesentlig element i de påfølgende forelesningene. Paralleller og sammenlikning med politisk retorikk og reklameretorikk inngår for å anskueliggjøre forskjeller og likheter mellom de to typer retoriske budskap. I undervisningen inngår konkrete tekster/reklamer, dels for å konkretisere semiotikk, dels

som utgangspunkt for studentarbeide. Studentene bør opprette kollokviegrupper allerede fra begynnelsen av. De siste ti timene videreføres det rent semiotiske og kulturteoretiske og settes inn i markedsføringssammenheng basert på case - med vekt på internasjonalt perspektiv. Enkelte oppgaver vil bli gitt underveis og studentene blir oppfordret til å formidle det
" ferdige produkt" for medstudenter under forelesninger

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave over en - 1 uke. Fagoppgaven skrives individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode
MRK 96201 Semiotikk, reklame og kultur - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9620, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9710 Medier og kommunikajon

Studium
Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Berit von der Lippe

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Vår, Heltid: Høst/vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Mediene er hovedaktører i det moderne samfunn. Kurset skal gi studentene en grunnleggende innføring i og forståelse for hvordan media fungerer og hvordan de utøver sin rolle i samfunnet. Kurset er meget bredt anlagt. Med utgangspunkt i teorier om kommunikasjon, med vekt på massekommunikasjon, gjennomgås den historiske utvikling av mediene, mediestrukturen i Norge og internasjonalt, innhold i mediene, medienes virkninger og mediekanalene TV, radio, aviser, film, internett. Det legges særlig vekt på å klarlegge samspillet mellom næringslivet og mediene, for bevisstgjøring av hvordan næringslivsledere bedre kan samspille med mediene for å nå sine bedriftsøkonomiske mål. Det legges vekt på hvordan nye medier omskaper den kommunikative virkeligheten for individet, bedriftene og samfunnet. Det blir avholdt et 3-timers kurs i bruk av internett. Det blir også gitt en første innføring i å skrive fagoppgaver som del av grunnfaget.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Nordhaug, O. og Lippe, B. v. d.(red.): Medier, påvirkning og samfunn. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1999.
Lippe,B. v. d. (red): Artikkelsamling: Medier og kommunikasjon, Sandvika: BI forlag 1999.

Anbefalt litteratur
Allern, S.: Kildenes makt. 2. utg. Oslo: Pax 1996
Mathiesen, T.: Makt og medier. 2.utg. Oslo: Pax 1993
Heradstveit, D. og Bjørgo, T: Politisk kommunikasjon. 2.utg. Oslo: TANO 1992
Larsen, P.: TV-analyse for mediestuderende. Tre kapitler om betydning og fortælleranalyse. Inst. for medievitenskap 1995.

Emneoversikt
1. Innføring i kommunikasjonsteorier
2. Mediehistorikk og medieutvikling
3. Mediestruktur, i Norge og internasjonalt
4. Mediekanaler: TV, radio, aviser/skriftlige medier, film
5. Nye medier/ internett/data
6. Mediepåvirkning, reklame og informasjon/PR
7. Effektforskning, innholdsanalyse
8. Medier, politikk og samfunn
9. Om å skrive fagoppgaver

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Heltid og deltid
Kurset gjennomføres over 42 timer med forelesninger. Gruppearbeidet, selvstudier og presentasjon av gruppearbeide inkluderes. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om

studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en 72 timers hjemmeeksamen som kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre -3 studenter

Eksamenskode
MRK 97101 Medier og kommunikasjon - Hjemmeeksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9710, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9711 Markedsføring

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (1 år)

Kursansvarlig
Fred Selnes

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
NMH: Høst

Vekttall
4

Mål
Delkurs 1: Markedsføringsledelse
Målet med kurset er å gi studentene en grunnleggende innføring i faget markedsføringsledelse. Kurset skal utvikle studentenes grunnferdigheter for senere påbygging av mer avanserte teorier innen fagfeltet. Studentene skal lære de grunnleggende prinsipper i markedsføring om hvordan man med utgangspunkt i analyse av kundenes behov og markedets karakter utvikler varige konkurransefortrinn basert på differensiering, påvirkning og kontinuerlig utvikling av verdier for kundene.

Delkurs 2: Forbrukeratferd
En forutsetning for å lykkes i et marked er at bedriften forstår og kan forutsi forbrukerens atferd i ulike sammenhenger. Målet med faget er å skape en forståelse for de prosesser som leder frem til valg av et produkt og de prosesser som skjer etter kjøp som påvirker fremtidige kjøp. Faget forbrukeratferd kombinerer teori fra økonomi, psykologi, sosiologi og antropologi. I faget legges det stor vekt på hvordan markedsføreren skal forholde seg til ulike problemstillinger.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Delkurs 1: Markedsføringsledelse
Kotler, Philip, Gary Armstrong, John Saunders and Veronica Wong. 1996. *Principles of Marketing.* The European Ed. London: Prentice Hall.
Fem case-oppgaver gitt i første forelesning.

Delkurs 2: Forbrukeratferd
Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 1997. *Consumer Behavior.* 6.th rev.ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Delkurs 1: Markedsføringsledelse
1. Markedsføringens rolle i bedriften og i samfunnet
2. Analyse av behov i ulike markeder
3. Segmentering og strategisk posisjonering
4. Verdiutvikling og konkurransefortrinn
5. Produktutvikling
6. Prissetting
7. Påvirkning gjennom markedskommunikasjon
8. Distribusjon

Delkurs 2: Forbrukeratferd
1. Om faget forbrukeratferd
2. Forbruker som et individ med behov, personlighet, persepsjon, læring og holdninger
3. Forbrukeren i sin sosiale sammenheng blant venner, familie, kultur og sosial klasse
4. Forbrukerens beslutningsprosess

5 Diffusjon av innovasjoner
6 Forbrukerpolitikk og etiske problemstillinger

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset

Gjennomføring
Delkurs 1: Markedsføringsledelse
Kurset vil bli gjennomført ved forelesninger av teori og arbeid i mindre grupper. Oppgaveløsning skjer i grupper på inntil tre deltagere. Studentene innleverer skriftlige besvarelser på de oppgaver som blir gitt og er forberedt på å presentere disse i plenum. Studenten må ha bestått fire av fem oppgaver for å kunne ta eksamen. En del av vurderingen vil baseres på plenumspresentasjonene.
Kurset gjennomføres med 45 timer med forelesninger og studentstyrt gruppearbeid.

Delkurs 2: Forbrukeratferd
Gjennomføres etter samme opplegg som delkurs 1.

Eksamen
En fem timers skriftlig eksamen for Markedsføringsledelse og Forbrukeratferd blir avholdt samtidig hvor hver av delene teller 50%. Studenten må ha bestått oppgaveprogrammet i både delkurs 1 og 2 for å kunne ta eksamen.

Eksamenskode
MRK 97111 Markedsføring - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9711, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9722 Cross-Cultural Communication

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Responsible for the course
Roberta Wiig

Department
Kompetanseledelse

Term
NMH: Spring

Credits/ECTS Credits
4/12

Objective
This course has four objectives. The first is to give insight into the nature of culture and communication. The second is to help the student gain knowledge about specific cultural and communication practices. The third is to begin to develop the communication skills necessary for dealing with these cultural differences. The fourth is to provide an overview of cross-cultural communication as an academic field.

The course is oriented toward the entire global business community, as this is the future career arena of our students. Members of this community must be culturally sophisticated and command the communication skills necessary to function optimally.

The course is interdisciplinary, drawing on the fields of culture, communication, literature, anthropology, sociology, and history.

Prerequisites
No special prerequisites are required.

Compulsory literature
Harris, Philip R. and Robert T. Moran. 1996. *Managing Cultural Differences*. 4th ed. Houston: Gulf.
Wiig, Roberta. 1998. *Compendium: Cross-Cultural Communication*. Sandvika: BI Forlag.
Handouts.

Recommended literature
Argyris, Chris. 1990. *Overcoming Organizational Defenses: Facilitating Organizational Learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
Ferraro, Gary P 1994. *The Cultural Dimension of International Business*. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
Hofstede, Geert. 1991. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
Trompenaars, Fons. 1997. *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. 2nd ed. London: Nicholas Brealey.

Course outline
1. Cultural Concepts
2. Culture-Specific Information
3. Communication Theory
4. Communication Skills

Computer-based tools
Are not comulsory in this course.

Course structure
The course is based on 80 hours of teaching. Students attend lectures and workshops covering cultural concepts and communication skills, and engage in problem-solving exercises in teams. Experts in several fields raise culture-specific issues and discuss them in depth. Students are responsible for the content of these activities and for the content of videos shown.

To an ever-increasing degree, our students will be using English as a second language to do business with other non-native speakers of English. Therefore, the course will be conducted in English. Students will improve

their oral and written skills.

Evaluation
Obligatory assignments - Pass / Fail (These must be passed to pass the course).
Obligatory assignments, report and oral presentation - 50 % of final grade. Individual and/or group. (One grader).
Final Examination - 50 % of final grade. Individual 4-hour examination. (Two graders).

Evaluation code(s)
MRK97222 Cross-Cultural Communication - Final examination, accounts for 50% of the final grade in the course MRK 9722, 4 credits.
MRK97223 Cross-Cultural Communication - Report, accounts for 25% of the final grade in the course MRK 9722, 4 credits.
MRK97224 Cross-Cultural Communication - Oral presentation, accounts for 25% of the final grade in the course MRK 9722, 4 credits.

Aids at the examination
English/English dictionaries.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9732 Corporate Communication

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Responsible for the course
Roberta Wiig

Department
Kompetanseledelse

Term
NMH: Fall, NMH: Spring

Credits/ECTS Credits
4/12

Objective
This course is designed to give future managers an understanding of how to communicate effectively with internal end external stakeholders and publics. The course will focus on communication as a management tool and on the role communication manager's play in strategic planning. The course emphasizes the practical application of communication theory in such areas as interpersonal communication, internal organizational communication, communication with external publics, and media relations. At the end of the course, students should appreciate the value of establishing positive relationships with the many groups vital to the success of an organization. They should also possess skills necessary to develop these relationships.

Prerequisites
No special prerequisites are required.

Compulsory literature
Baskin, Otis, Craig Aronoff and Dan Lattimore. 1997. *Public Relations: The Profession and the Practice.* 4th ed. Madison, WI: Brown and Benchmark.
Munter, Mary. 1997. *Guide to Managerial Communication.* 4th ed. Upper Saddle River, N.J. :Prentice Hall.
Riel, Cees B.M. van. 1995. *Principles of Corporate Communication.* London: Prentice Hall.
Brønn, Peggy S. and Roberta Wiig, eds. 1998. *Artikkelsamling: Corporate Communication.* Sandvika: BI Forlag.
Handouts.

Recommended literature
Argyris, Chris. 1990. *Overcoming Organizational Defenses: Facilitating Organizational Learning.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
Clampitt, P. G. 1991. *Communicating for Managerial Effectiveness.* London: Sage.
Fisher, Roger and William Ury. 1991. *Getting to Yes: Negotiating an Agreement Without Giving In.* 2nd ed. London: Business Books.
Gayeski, Diane Mary. 1993. *Corporate Communications Management.* Boston: Focal Press.
Goodman, Michael B. 1994. *Corporate Communication: Theory and Practice.* Albany, NY: State University of New York.
Heath, R.L. 1994. *Management of Corporate Communication: From Interpersonal Contacts to External Affairs.* Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
Jennings, Marie. 1990. *The Guide to Good Corporate Citizenship.* Cambridge: Director Books.
Olasky, Marvin N. 1987. *Corporate PR - A New Historical Perspective.* Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
Smeltzer, Larry R. and Donald J. Leonard. 1994.*Managerial Communication: Strategies and Applications.* Burr Ridge, ILL: Irwin.
White, John and Laura Mazur. 1995. *Strategic Communications Management: Making Public Relations Work.* New York: Addison - Wesley.

Course outline
1. PR´s History
2. Corporate Communication and Corporate Strategy
3. Corporate Identity, Image, Ethics
4. Managers as Communicators
   - Interpersonal Communication
   - Negotiation Skills
5. Debate
6. Corporate Communication Strategy

- Issues, Stakeholders, Environmental Scanning
- Communicating with Internal and External Stakeholders
- Media Relations
- Evaluating Communications Activities

7. Crisis Communication

Computer-based tools
Not compulsory in this course.

Course structure
The course (80 hours) will consist of lectures, discussions, and group work Weight will be placed upon helping the student develop specific corporate communication skills. Class participation is vital. Students will be assigned to teams, and team members will work together to complete certain obligatory assignments. Emphasis will be placed on developing teamwork and communication skills. Videos, discussions and group work is included in the course

Evaluation
Obligatory assignments: Pass/Fail (these must be passed to pass the course). Fall and spring semesters
Obligatory assignments: Individual oral presentation - 25 % (one grader)
Spring semester: Group paper - 25 % (one grader). Spring semester.
Final Examination: Individual 4-hour examination - 50 % (two graders). Spring semester.

Evaluation code(s)
MRK97321 Corporate Communication - Individual oral presentation, accounts for 25 % of the fianl grade in the course MRK 9732, 4 credits.
MRK97322 Corporate Communication - Group paper, accounts for 25 % of the fianl grade in the course MRK 9732, 4 credits.
MRK97323 Corporate Communication - Individual examination, accounts for 50 % of the fianl grade in the course MRK 9732, 4 credits.

Aids at the examination
An English-English dictonary may be used at the written examiniation.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9801 Markedsføringskanaler

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Arne Nygaard

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
I dette kurset analyserer vi forholdet mellom de ulike leddene i kanalen og funksjoner innenfor hvert enkelt ledd. I særlig grad fokuserer vi på detaljistleddets rolle og funksjoner. Kurset tar sikte på å utvikle studentenes kunnskap innenfor strategiske og ledelsesmessige problemstillinger relatert til detaljistleddet og i forhold til ledelse av markedsføringskanalene som helhet. Vi vil også fokusere på problemer knyttet til ulike markeder/bransjer, internasjonalisering, lovgivningens rolle, leverandørenes rolle, konkurransen, anvendelse av ny teknologi og tilpasning av konsepter og utvikling av private varemerker i markedet. Målet er å analysere markedsføringskanaler med både økonomiske, sosiale og politiske perspektiver. Utgangspunktet i kurset er å gi studentene en sterk kundefokusert og markedsorientert ramme for utvikling og ledelse og strategi i markedsføringskanaler med vekt på detaljistleddet.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Levy, M. & Weitz, B.A.: Retailing Management. 3rd ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill 1998, Kap. 1-4,6,8-10,15,17,19
Gripsrud, G. og Nygaard, A.: Markedsføringskanaler. 2.utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Struktur, funksjoner og samarbeid
2. Struktur og trender i utvikling av detaljisthandel
3. Struktur, strategi og trender i utviklingen av grossist-leddet
4. Valg av organisering av distribusjonskanaler
5. "Make or Buy" – alternativer
6. Valg av organisering av distribusjonskanaler
7. "Make or Buy" – valg
8. "Agent" – problemer i distribusjonsforhold
9. Internasjonalisering av markedsføringskanaler
10. Effektiv bruk av makt for å påvirke resultater
11. Utvikling og posisjonering av varemerker og private merker
12. Efficient Consumer Response-systemer
13. Lokaliseringsproblematikk
14. Prisstrategi, butikkledelse, operativ ledelse
15. Evaluering og kontroll

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke på dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med forelesninger over 42 timer. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer. "Paper" på inntil 10 sider må være godkjent og presentert i plenum før kandidaten gis anledning til å ta eksamen.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen

Eksamenskode
MRK 98011 Markedsføringskanaler - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9801, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9802 Massekommunikasjon

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Stein Erik Selfors

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Massemediene er vår mest dominerende påvirkningsfaktor. Aviser, TV, radio, magasiner, ukeblader, tidsskrifter og plakater er det offentlige rom for samfunnets dagsorden og meninger. I dette rommet er det også plass og muligheter for markedsførere og andre som har noe å selge. Men for å påvirke effektivt gjennom massemedia må man forstå hvordan massemediene virker, hvordan de er forskjellige fra hverandre, hvilke muligheter og begrensninger de representerer for markedsførerens reklame og hvordan man kommuniserer i ulike mediesituasjoner. Det er slike problemstillinger kurset skal belyse - for å gi studentene et bedre grunnlag for å 1) forstå forskjellen mellom annonser, plakater, reklamefilm og radioreklame og 2) ha en mening om hva som er god og dårlig reklame i ulike medier.

Forkunnskaper
Markedskommunikasjonskurset på grunnfag i markedsøkonomi, med boken til Thorolf Helgesen

Obligatorisk litteratur
Waldahl, Ragnar: Mediepåvirkning. 2.utg. Oslo: Ad Notam 1999
Selfors, Stein Erik (red): Artikkelsamling: Massekommunikasjon. Sandvika: BI Forlag 1999

Anbefalt litteratur
Williamson, Judith : Decoding advertisements. London: Marion Boyars 1978
Blindheim T. og Sætrang G.: Premisser for påvirkning. Oslo: Cappelen akademisk forl. 1997

Emneoversikt
1. Massemedier og meningsdannelse
2. Medienes funksjoner og instrumentalitet
3. Reklamens plass i mediene
4. Medievalgsproblematikk
5. Utformingsproblematikk
6. Etiske aspekter

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger og case. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 98021 Massekommunikasjon - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9802, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9803 Direkte markedsføring

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2 år), Markedskandidatstudiet (2 år), Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Gorm Kunøe

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Direkte markedsføring og databasemarkedsføring er et av de virkemidler innen markedsføring med sterkest øking. Bruken av IT til å utvikle relasjoner til kunder ved bruk av direkte markedsføring gir markedsføreren et helt annet sett av virkemidler enn det vi kjenner fra massemarkedsføring.

Kursets mål er å gi studenter med en solid bakgrunn innen markedsføringsfag en inngående kjenskap til hvordan man markedsfører seg direkte til kunder uten bruk av mellomledd. Å lære de strategier, regler og prosedyrer som er særegne for direkte markedsføring. Et spesielt mål er å lære studentene å forstå hvordan man bruker markedssystemer til å styre kommunikasjonen med kunden.

Forkunnskaper
For å kunne sette seg inn i utfordringene til direkte markedsføring kreves det at studentene har grunnleggende kunnskaper om markedsføringsfaget.

Obligatorisk litteratur
Kunøe, Gorm og Svarød, Øystein: Direkte markedsføring. Oslo: ScanForum Forlag 1998.
Kunøe, Gorm(red.) : Artikkelsamling: Direkte markedsføring. Sandvika: BI Forlag 1998.

Anbefalt litteratur
Vavra, Terry: Improving Your Measurement of Customer Satisfaction. New York: Irwin 1998.

Emneoversikt
1. Introduksjon til direkte markedsføring og databasemarkedsføring
2. Strategier i direkte markedsføring
3. Virkemidler i direkte markedsføring: Fra Internett til brev og TM
4. Databasen og datasystemene
5. Markedsmuligheter og datamining
6. Økonomien i direkte markedsføring
7. Kryssalg
8. Fulfillment
9. Norske case

Dataverktøy
Bruken av dataverktøy er sentral i direkte markedsføring. I undervisningen foreleses det eksplisitt over markedssystem og deres bruk i direkte markedsføring.

Gjennomføring
Kurset blir gjennomført som forelesninger over ca. 40 timer. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 98031 Direkte markedsføring - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9803, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset

MRK 9830 Markedsplanlegging I

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Arne Morten Ulvnes

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset har som mål å utvikle studentens kunnskaper innen markedsplanlegging og sette studenten i stand til å utvikle fleksible markedsplaner tilpasset ulike bedrifters behov. Sentralt i kurset står informasjonstilgang og bedrifters ulike orienteringer mot markeder som grunnlag for planlegging. Vi vil fokusere på problemer knyttet til; bedriftens organisering av marketingfunksjonen, omgivelsene, utvikling av realistiske markedsplaner, kundelevert verdi og anvendelse av kundedatabaser. Videre er det et mål at kurset skal gjøre studenten i stand til å planlegge, gjennomføre og kontrollere markedsaktiviteter.

Forkunnskaper
Det er ingen krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
McDonald, M. Marketing plans: how to prepare them, how to use them. 4th ed. Oxford: Butterworth Heineman 1999
Ulvnes, A. M.: Case og artikkelsamling i markedsplanlegging 1. Sandvika: Handelshøyskolen BI. 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Markedsføring- og markedsplanleggingsprosessen
2. Bedriftens kapabiliteter og læring
3. Kundelevert verdi (kvalitet, tilfredshet, relasjonskostnader)
4. Vurdering av markeder, kunder og produkter
5. Valg av mål og strategier
6. Ulike markedsplaner (kommunikasjon, pris, distribusjon og kundeservice)
7. Markedsinformasjon
8. Markedsorientering
9. Prognoser
10. Organisering for markedsplanlegging
11. Implementering og kontroll
12. Økonomiske verktøy og modeller
13. Databasert beslutningsstøtteverktøy

Dataverktøy
Markedsplanleggingsverktøyet MaxPro vil bli benyttet, nærmere informasjon vil bli gitt ved oppstart av kurset.

Gjennomføring
Kurset blir gjennomført med 42 timer. Undervisningen baseres på forelesninger, plenumsdiskusjoner og gjennomgang av case. Videre krever kurset en god del egeninnsats gjennom selvstudier av cases. Studenter som følger modulbaserte undervisningsopplegg kan ha/har færre undervisningstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 98301 Skriftlig eksamen, som utgjør 100% av kurset MRK 9830, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

MRK 9831 Markedskommunikasjon

Studium
Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Trond Blindheim

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset har tre hovedmål som skal:

- Gi en innføring i reklamens teoretiske og praktiske forankring med grunnlag i organisasjoners bruk av kommunikasjonsvirkemidler.
- Gi konkrete kunnskaper om hvordan en annonsør og et reklamebyrå planlegger kommunikasjonsstrategi, samt redegjøre for de premissene som ligger bak reklamens utforming.
- Gi innsikt i de forutsetningene som påvirker reklamen i en internasjonal kontekst.

Forkunnskaper
Det er ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Blindheim, T. og Sætrang, G.: Premisser for påvirkning. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997
Helgesen, T.: Markedskommunikasjon: Prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning. 4.utg. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1998

Anbefalt litteratur
De Mooij, M.K.: Advertising Worldwide. 2nd ed. New York: Prentice Hall 1994
Rosendahl, T. og Bjerke, R.: Reklame over alle grenser: Tverrkulturell markedskommunikasjon. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1998

Emneoversikt
1. Reklame - begreper og modeller
2. Kommunikasjonsvirkemidler i massemedier
3. Hvordan forbrukeratferd og kultur påvirker reklamen
4. Kampanjeplanlegging
5. Samarbeidet annonsør/reklamebyrå, lokalt og internasjonalt
6. Utviklingstrekk fra det internasjonale reklamelandskapet
7. Kreative prosesser og planlegging

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres over 42 timer med forelesninger, case og selvstudium. Ved kursstart blir det utlevert øvingsoppgaver som studentene skal arbeide med individuelt eller i grupper. Én obligatorisk gruppeoppgave (inntil tre sider pluss eventuelle vedlegg) skal leveres og gis en kort presentasjon i plenum. Godkjent gruppeoppgave er en forutsetning for å gå opp til eksamen.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
MRK 98311 Markedskommunikasjon - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset.MRK 9831, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9832 Markedsanalyse

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Kursansvarlig
Elisabeth Falck

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
NMH: Høst

Vekttall
2

Mål
Effektiv markedsføring forutsetter ikke bare at man kjenner til markedsføringsmidlene og kan anvende disse, men også at man kjenner til arbeidsbetingelser i form av eksisterende og virkende strukturer, forhold og krefter i markedet. Noe grunnleggende viten om dette kan man skaffe seg gjennom generelle studier, f.eks. forbrukeradferd. Markedsanalysens oppgave er å konkretisere og utdype slik generell viten i relasjon til egne produkter og egne problemstillinger, og å skaffe ny viten hvor det generelle grunnlaget mangler. Den bygger på teorier og metoder hentet fra en rekke forskjellige disipliner, som f.eks. psykologi, sosiologi, økonomi og statistikk.

Kurset sikter på fremtidige brukere av markedsanalyser, ikke på å utdanne profesjonelle markedsanalytikere. Det legges vekt på å formulere undersøkelsesproblemer i relasjon til beslutningsproblemer. Videre gis det oversikt over og enkel innføring i teknikker og metoder som står til rådighet i forbindelse med datainnsamling og analyse. Målet er å gjøre studentene til kompetente kjøpere og brukere av markedsanalyser, og til dyktige forhandlingspartnere og medspillere i forhold til markedsanalyseinstituttene. Videre er målet å sette studentene i stand til å løse enklere markedsanalyseoppgaver på egen hånd.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
McDaniel, C. and R. Gates. 1996. *Contemporary Marketing Research*. 3rd ed. St. Paul, Minnesota: West Publishing.

Anbefalt litteratur
Selnes, Fred. 1999. *Markedsundersøkelser*. 4. utg. Oslo: Tano Aschehoug.
Mordal, T.L. 1989. *Som man spør, får man svar*. Oslo: TANO
Churchill, G.A. 1995. *Marketing Research: Methodological Foundations*. 6th ed. Chicago: Dryden Press.

Emneoversikt
1. Markedsanalysens rolle og plass i beslutningsprosessen
2. Markedsanalyseprosessen
3. Kvalitative og kvantitative undersøkelser
4. Eksplorerende, beskrivende og forklarende undersøkelser
5. Utvalgsprinsipper og –metoder. Enkle statistiske analyser og tester
6. Målemetoder
7. Spørsmålsformuleringer og skjemakonstruksjon
8. Feilkilder. Reliabilitet og validitet
9. Eksperimenter og tester
10. Enkel oversikt over multivariate analyser, egenskaper og forutsetninger
11. Fremtidsvurderinger

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer med forelesninger. I tilknytning til disse søkes innarbeidet gjennomgåelse av oppgaver og case.

Eksamen

Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven går over en – 1 – uke og kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Eksamenskode
MRK 98321 Markedsanalyse - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9832, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9833 Internasjonal markedsføring

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Kursansvarlig
Erik B. Nes

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
3

Mål
Kurset omhandler hvordan globaliseringskreftene påvirker alle organisasjoner, også de som bare opererer på hjemmemarkedet. Det gir innføring i interne og eksterne arbeidsbetingelser for bedrifter som opererer på internasjonale markeder. Kurset har som mål at studentene skal tilegne seg kompetanse i å utvikle og tildels gjennomføre internasjonale markedsstrategier på basis av disse arbeidsbetingelsene.

Forkunnskaper
Generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Solberg, C. A.: Internasjonal markedsføring. 5. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1996
Nes, E. og Solberg, C. A.(red.): Artikkelsamling i Internasjonal markedsføring og ledelse. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999/2000
Reve, T., Haugland, S.A. og Grønhaug, K: Internasjonalt konkurransedyktige bedrifter. Oslo: Tano/Norges eksportråd 1995

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Den internasjonale konkurransearena
2. Internasjonaliseringsprosessen
3. Strategiutvikling på internasjonale markeder
4. Bruk av konkurransemidler i internasjonal markedsføring

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset blir gjennomført over 54 timer i vårsemesteret med 36 forelesningstimer, 6 timer bedriftskontakt og ca. 12 timer casegjennomgang.
NB! Det er obligatorisk fremmøte ved casegjennomgangene, da det her foregår en evaluering av studentene som utgjør en stor del av karakteren i kurset. (Se under eksamen).

Eksamen
Evalueringen foregår ved at grupper på 3 - 4 studenter skriver en rapport fra bedriftskontakten og et case. Rapporten evalueres med bestått/ikke bestått. Caset skal leveres skriftlig og etterpå presenteres for klassen. Presentasjonen kan føre til en regulering av casekarakteren på pluss/minus 0.2. Tilsammen utgjør dette 50% av totalkarakteren i kurset. I tillegg skal studentene delta i diskusjonen av tre case. For det faglige bidraget i hver diskusjon får studentene en individuell karakter som teller 16.67% av totalkarakteren. Det er kun karakteren på de skriftlige besvarelsene som kan påklages. Muntlig-karakteren er endelig.

Eksamenskode
MRK 98331 Internasjonal markedsføring, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9833, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset

MRK 9840 Business-to-business Marketing

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Responsible for the course
David E. Brookes

Department
Markedskommunikasjon

Term
NMH: Fall

Credits/ECTS Credits
5/15

Objective
Business-to-Business marketing is concerned with the marketing of products and services to organizational customers. These include manufacturers, distributors, wholesalers and retailers, governments, public utilities, educational institutions, and other formal organizations. Business-to-business marketing is essentially an industrial marketing activity seen from a wider business perspective. The international dimension of these activities will be emphasized in the course.

Prerequisites
Basic knowledge in the field of marketing and economics.

Compulsory literature
Bingham, Frank G. 1997. *Business Marketing Management.* Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books.
Gross, Andrew C., et al. 1993. *Business Marketing.* Boston, Mass.: Houghton Mifflin.
Other reading material to be distributed in class by the course instructors.

Recommended literature
Brierty, Edward G., et al. 1998. *Business Marketing.* 3rd.ed. Upper Saddle River, N.J.:Prentice-Hall

Course outline
The following modules will be covered in this course:
1. Conceptual foundations of business-to-business marketing
2. Business-to-business marketing in the Norwegian environment
3. Business-to-business marketing in the international environment

Particular attention will be given to the following geographical areas in the latter module: Europe, Asia-Pacific, North America

Students will be required to actively participate in the learning process through case presentations, group work, and class discussions.

Computer-based tools
Not required.

Course structure
The course comprises 80 hours divided into: lectures, case analyses, project work, and group presentations. As indicated earlier, active participation (hereby: class attendance, case analyses, project work, and group presentations) is obligatory and comprises 40% of the final mark.

Evaluation
A Class presentations and discussion: 40% and a Project work written by up to 3 students: 60% concludes the course.

Evaluation code(s)
MRK 98401 Business-to-business Marketing - Presentation and discussion, accounts for 40% of the final grade in the course MRK 9840, 5 credits.
MRK 98401 Business-to-business Marketing - Prodject work, accounts for 60% of the final grade in the course MRK 9840, 5 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9841 Entreprenørskap og markedsføring i små- og mellomstore bedrifter (SMB)

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Leif Christer Andersson

Institutt
Innovasjon og økonomisk organisering

Semester
NMH: Høst

Vekttall
5

Mål
Formålet med kurset er å utvikle kompetanse med fokus på entreprenørskap og markedsføring i små-og mellomstore bedrifter (SMB) som er relevant for kunnskapssamfunnets utfordringer. Spørsmål innenfor næringsutvikling, nettverk, internasjonalisering og kunnskapsledelse tas også opp. Kurset tar sikte på å gjøre studentene kjent med sentrale perspektiver, modeller og begreper og gi et teoretisk og praktisk grunnlag for å utvikle ferdigheter innenfor entreprenørskap og markedsføring i SMB. Det legges opp til å skape entreprenørielle holdninger blant studentene men også til å skape rasjonelle holdninger til markedsføringens betydning for SMB. Kurset behandler også entreprenørskapets etiske aspekter.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Carson, David, et.al. 1995. *Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Aproach.* London: Prentice Hall.
Kuratko, Donald & Richard M. Hodgetts. 1998. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach.* Fort Worth: The Dryden Press.
Spilling, Olav R., red. 1998. *Entreprenørskap på norsk.* Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.

Anbefalt litteratur
Hansson, Jørgen, et.al. 1997. *De nya kunskaparna: Att leda och leva med kunskap som konkurrensmedel.* Malmø: Liber ekonomi.
Nystrøm, Harry. 1990. *Technological and Market Innovation: Strategies for Product and Company Development.* Chichester: Wiley
Spilling, Olav R., red. 1996. *Perspektiver på næringsutvikling.* Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
Spilling, Olav R., red. 1998. *SMB 98 - fakta om små- og mellomstore bedrifter i Norge.* Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget
Ottesen, Otto. 1997. *Markedskommunikasjon - strategisk helhetsplanlegging for økt lønnsomhet.* 2.udg. København: Handelshøjskolens Forlag.
Young, Steve, et.al. 1989. *International Market Entry and Development: Strategies and Management.* Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall.

Emneoversikt
1. Entreprenørskap
2. Markedsføring (inkludert nettverk, internasjonalisering og kunnskapsledelse) i SMB
3. Næringsutvikling

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Forelesninger, studentpresentasjoner og seminarer. Det pedagogiske opplegget forutsetter at studentene møter regelmessig på forelesninger og seminarmøter. Seminarene skal være lærerstyrte, men meningen er at studentene skal legge frem oppgaver de arbeider med individuelt og i grupper. Undervisningen omfatter totalt 80 timer.

Eksamen

Studentene evalueres på bakgrunn av en prosjektoppgave. Studentene vil ved kursets start få utlevert oppgaver som dekker hele pensum. Det vil bli gitt veiledning i seminarer. Besvarelsen (sluttrapporten) leveres inn ved semesterets slutt. Rapporten kan besvares individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.
Eksamensbesvarelsen skal begrenses til 30 maskinskrevne sider. Denne vurderes med karakter. Studenter som vil starte eget eller har startet eget firma, kan bruke sitt prosjekt som grunnlag for deler av eksamensbesvarelsen. Ellers forventes det at studenten så tidlig i semesteret som mulig skaffer seg en oppdragsgiver, eventuelt flere, for å utvikle planer for vedkommende.

Eksamenskode
MRK 98411 Entreprenørskap og markedsføring i små- og mellomstore bedrifter (SMB) - Prosjektoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset, MRK 9841, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9842 International Market Communication and Brand Building Management

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Responsible for the course
Rune Bjerke

Department
Market Communications

Term
NMH: Fall

Credits/ECTS Credits
5/15

Objective
The objective of this graduate course is to give students specialized theoretical knowledge and skills in the area of international market communication management, including international advertising and promotion, brand building and research. Further, a goal is to prepare students for jobs in the complex international business environment as well as in the domestic one. This course gives the students an opportunity to specialize in the field of international communication management through an in-depth understanding of theories and their applications in the process of developing successful international communication strategies. Students will learn how to use cross-cultural research as a starting point for developing cross-cultural market communication, advertising and international brands. They will develop competence in conducting research in the international and domestic environments looking at for instance product meanings and cultural variables such as values, lifestyles, symbols and metaphors important to understand in the process of developing brands and effective integrated communication strategies. Students will develop skills in such areas as the preparation of international promotion campaigns which should be in line with overall marketing objectives, strategies and corporate image.

Prerequisites
Introduction to Advertising and Promotion Management.

Compulsory literature
Keller, Kevin L. 1998. *Strategic Brand Management: building, measuring and managing brand equity.* Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
De Mooij, Marieke. 1994. *Advertising Worldwide.* 2nd ed. New York: Prentice Hall.
Davies, Joel J. 1997. *Advertising Research: Theory and Practice.* London:PrenticeHall.
Usunier, J.C. 1996. *Marketing Across Cultures.* 2nd ed. London: Prentice Hall.
Various selected articles put togheter by Rune Bjerke.

Recommended literature
Rossiter, John R. and Larry Percy. 1987. *Advertising and Promotion Management.* New York: McGraw-Hill.
Kroeber-Riel, Werner. 1993. *Bild Kommunikation.* München: Verlag Franz Vahlen.
Cateora, Philip R. 1996. *International Marketing.* 9th ed. Chicago,Ill.: Irwin.
Dillon, W.R., T.J. Madden and Neil H. Firtle. 1994.
Marketing Research in a Marketing Environment. 3rd ed. Burr Ridge, Ill.: Irwin.
Rosendahl, Tom og Rune Bjerke. 1998. *Reklame over alle grenser: Tverrkulturell markedskommunikasjon.* Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
Keegan, W.J. 1995. *Global Marketing Management.* 5th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Course outline
1. Global marketing strategies
2. International advertising
3. International brand building
4. The international environment and cultural variables
5. Research in the international environment
6. International advertising research
7. International integrated communication strategies
8. Standardization vs. localization of advertising and creative strategies
9. Branding, corporate identity, image and positioning
10. Cross-cultural meanings of products and advertising presenters and positioning
11. Semiotics in visual communication
12. Advertising components and the match-up hypothesis
13. Objectives, strategies and plans for communicating across cultures
14. Organizing and managing cross-cultural brand building and communication

Computer-based tools
Exercises on SPSS
Internet based researh tools

Course structure
This course will consist of lectures, examples from international marketing, advertising and promotion, continuous discussion of theories, cases and the project. The course consists of in-depth discussion on selected and related subjects and cases with a focus significant theory. Several assignments and oral presentations are important contributions and have to be completed by the students to be allowed to participate in the international communication project. In the last part of the course, students are to make the final oral presentations of their projects. Students are expected to remain current on international marketing issues and advertisements, television commercials and topical issues in the media. There will be presentations by guest speakers. The course is taught in English if several exchange students participate (20-30%). Students are likely to cooperate with student groups from Westerdal School of Advertising in developing cross-cultural promotion campaigns. Presentations of cases by business people will be given at the beginning of the semester. The course comprises 80 hours of teaching.

Evaluation
Students must pass 3 assignments that are to be presented in written and oral form to be allowed to participate in the final term project. Playing the role as a consultant/brand manager, students must complete a term project with a creative team which is related to the development of a cross-cultural advertising and promotion plan. Developing this plan, qualitative (or quantitative) research with descriptions of respondents is required by using the facilities of the FOLAB (research lab). Moreover, students in groups must undertake a final oral presentation of their plan, the creative brief and the creative art work developed by Westerdal students. The oral presentation of the term project accounts for 30% and is an individual grade based on your own performance, evaluation of the artwork and understanding of related theory. The plan and creative brief guiding the creative Westerdal group, based on group work, accounts for 70% of your total grade.

Evaluation code(s)
MRK 98421 International Market Communication and Brand Building Management - Oral exam, accounts for 30% of the final grade in the course MRK 9842, 5 credits
MRK 98422 International Market Communication and Brand Building Management - Plan, accounts for 70% of the final grade in the course MRK 9842, 5 credits

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9843 International Marketing Strategy

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Responsible for the course
Hermann Kopp

Department
Innovation and Economic Organisation

Term
NMH: Fall

Credits/ECTS Credits
5/15

Objective
International marketing -"the process of focusing the resources and objectives of an organization on international marketing opportunities" (Warren J. Keegan) - is an area of increasing interest and concern throughout the world.

We will concentrate on the essentials of international marketing strategy - avoiding the basic principles of marketing that you are already familiar with.
The students will be introduced to the case method of teaching. This requires continuous interaction with fellow students and the instructor.

Prerequisites
Basic marketing and proficiency in English.

Compulsory literature
Keegan, Warren J. 1999. *Global Marketing Management*. 6th ed. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall.
Quelch, John A. & Christopher A. Bartlett. 1999. *Global Marketing Management*. 4th ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley
Moxon, Richard D. 1998. *Participants´ Handbook: FINS - Foreign Investment Negotiations Simulation*. Version 8.1. University of Washington;
Additional readings and cases.

Recommended literature
A list of recommended literature will be distributed.
Students are strongly urged to read one or more of the following: "The Wall Street Journal", "International Herald Tribune", "Financial Times", "Dagens Næringsliv", the business section of "Aftenposten", or another major foreign-language newspaper, + either one of "Business Week", or "The Economist".

Course outline
The course will cover most aspects of international marketing and the various elements of international marketing strategy. Please consult the latest syllabus for a complete course description.

Final Group Project
Further information about the final group paper, and the due dates will be announced later.

Computer-based tools
All students must have an internet address.

Course structure
Sessions will be divided into case discussions, short lectures, presentations, negotiations, etc.. The *Foreign Investment Negotiations Simulation (FINS)* is an integral part of the course. Students are expected to prepare the cases before prior to the class session.
The course comprises 80 hours. Class time will be divided between short lectures, discussions of cases, readings, and current events. Occasionally, some time may be set aside for group projects and group presentations.
Students may be called upon. In some cases particular individuals, or groups, may be asked to represent particular viewpoints in the discussion.
This course will be taught in English. Lectures presentations and discussions will be conducted in English.

Evaluation

Individual Participation (Contribution) (one grader)	20%
Term Project FINS, incl presentation (one grader)	25%
Final Group Project (Report) (two graders)	40%
Final Group Project (Presentation) (two graders)	15%

Evaluation code(s)
MRK98431 International Marketing Strategy - Individual Participation (Contribution), accounts for 20% of the final grade in the course MRK 9843, 5 credits.
MRK98432 International Marketing Strategy - Term Project, accounts for 25% of the final grade in the course MRK 9843, 5 credits
MRK98433 International Marketing Strategy - Final Group Project (Case), accounts for 40% of the final grade in the course MRK 9843, 5 credits.
MRK98434 International Marketing Strategy - Final Group Project (Presentation), accounts for 15% of the final grade in the course MRK 9843, 5 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9844 Internett som markedsføringsmedium

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Tormod K. Lunde

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
NMH: Høst

Vekttall
5

Mål
En stadig økende andel både av forbrukere og foretak blir etterhvert tilgjengelig på Internett. Denne utviklingen har gjort Internett stadig viktigere også i markedsføring og markedskommunikasjon, selv om "det store gjennombruddet" for Internett ennå ikke har kommet. Det er hevet over enhver tvil at denne utviklingen vil fortsette, ikke minst fordi Internett reduserer kostnadene forbundet med en del typer kommunikasjon og for transaksjoner betydelig. Denne utviklingen aktualiserer imidlertid behovet for kunnskap og kompetanse hos markedsførere og foretak om de muligheter og begrensninger som ligger i denne nye kanalen.

Kurset har som mål å gi en fyldig oversikt over de nye mulighetene Internett gir som markedsføringsmedium. Det belyser markedsstrategiske spørsmål knyttet til bruken av Internett som medium for kommunikasjon og handel, 1-to-1 og relasjonsmarkedsføring ved hjelp av Internett og hvordan Internett kan brukes i markedsforskning. Kurset vil også diskutere informasjonsøkonomi, hvordan og når Internett kan gi konkurransefordeler, Internett som kommunikasjonsmedium, m.m. Målsettingen er å gi studentene oppdatert kunnskap om Internetts muligheter og hvordan disse kan benyttes.

Kurset har også som målsetting å gi studentene kunnskap som vil gi grunnlag for egne studier av Internett som markedsføringsmedium.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Mougayar, Walid. 1998. *Opening Digital Markets: Battle Plans and Business Strategies for Internet Commerce.* New York: McGraw-Hill.
Papows, Jeff. 1998. *Enterprise.com· Market Leadership in the Information Age.* London: Nicolas Brealey Publishing.
Peppers, Don & Martha Rogers. 1997. *Enterprise One to One : Tools for Building Unbreakable Customer Relationships in the Interactive Age.* London: Piatkus.
Schwartz, Evan I. 1997. *Webonomics: Nine Essential Principles for Growing your Business on the World Wide Web.* London: Penguin.
Shapiro, Carl & Hal R. Varian. 1998. *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy.* Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
Zeff, Robbin & Brad Aronson. 1997. *Advertising on the Internet.* New York: Wiley.

Artikkelsamling(er) om Internetts konkurransefortrinn, markedsføring på Internett, Internettstrategi og Markedsforskning på Internett.

Anbefalt litteratur
Dyson, Esther. 1997. *Release 2.0: A Design for Living in the Digital Age.* Harmondsworth: Penguin Books.
Peppers, Don, Martha Rogers and Bob Dorf. 1999. *The One to One Fieldbook: the Complete Toolkit for Implementing a 1 to 1 Marketing Program.* New York: Currency Doubleday.
Hagel III, John & Arthur G. Armstrong.1997. *Net gain: expanding markets through virtual communities.* Boston: Harvard Business School Press.

Emneoversikt
1. Internetts konkurransefortrinn
2. Markedsføringsstrategier på Internett
3. Internett i relasjonsbygging og 1-to-1

4. Markedsforskning på Internett.

Dataverktøy
Innføring i Frontpage

Gjennomføring
Forelesninger, studentpresentasjoner og seminarer. Opplegget forutsetter at studentene møter regelmessig og deltar aktivt i undervisningen. Seminarene vil være lærerstyrte. Det forutsettes imidlertid at studentene legger frem oppgaver de arbeider med individuelt og i grupper. Undervisningen omfatter totalt 80 timer.

Eksamen
Studentene leverer tre korte oppgaver i løpet av semesteret som teller 15% hver (en sensor). Eksamen er en skriftlig oppgave over 14 dager som vil telle 55% av karakteren.

Eksamenskode
MRK 98441 Internett som markedsføringsmedium - Fagoppgave, eksamen teller 15% for å oppnå karakter i kurset MRK 9844, 5 vekttall
MRK 98442 Internett som markedsføringsmedium - Fagoppgave, eksamen teller 15% for å oppnå karakter i kurset MRK 9844, 5 vekttall
MRK 98443 Internett som markedsføringsmedium - Fagoppgave, eksamen teller 15% for å oppnå karakter i kurset MRK 9844, 5 vekttall
MRK 98444 Internett som markedsføringsmedium - Fagoppgave over 14 dager, eksamen teller 55% for å oppnå karakter i kurset MRK 9844, 5 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9845 Knowledge Management: Learning and leadership in the Postindustrial Economy

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Responsible for the course
Roberta Wiig, Carl Brønn, Ken Friedman, Johan Olaisen

Department
Knowledge Management

Term
NMH: Fall

Credits/ECTS Credits
5/15

Objective
Leadership is a specific discipline that offers skills for organizational survival in changing times. Effective leadership is increasingly important in the knowledge economy, an era that calls for innovation.

The specialization in knowledge management is organized around research and practice in the role of learning and leadership in contemporary organizations. This seminar is an occasion to analyze ideas and issues in depth. The seminar approach makes students responsible for their own learning. The teachers are learning facilitators, guides to the acqusition of working skills and thinking skills that help students teach themselves in a world where knowledge changes constantly, where they will be responsible for their own learning and career development.

Organizations function effectively when people work together for common goals. The leader's job is moving people toward those goals and showing them how to work together. The leader does not do the work of an organization: he guides it, fulfilling his mission by working through the people he leads. In this course, we will examine the theory and results of leadership from many viewpoints, tactical, strategic, communicative and ethical.

Equally important, we will examine the ways in which leadership emerges at many points across and within an organization. The role of learning is transforming leadership at each point into information for all points, and then transforming that information into the organizational wisdom required for effective action.

The failure rate for new organizations – public and private – is over 95%. A great many organizations that seem successful now will vanish, merge, or fail within the next two or three decades. Most management courses address the external factors that lead to success or failure: technology, financial conditions, taxation, marketing and more. This course examines how organizations face and master change.

Prerequisites
Basic knowledge in the field of marketing and economics.

Compulsory literature
Argyris, Chris and Donald A. Schon. 1996. *Organizational Learning II: Theory, Method and Practice.* Reading, Mass.: Addison-Wesley.
DePree, Max. 1989. *Leadership is an Art.* New York: Doubleday.
Drucker, Peter F. 1990. *The New Realitites.* London: Mandarin.
Senge, Peter M. 1990. *The Fifth Disciplin: The Art and Practice of the Learning Organization.* New York: Doubleday
Stewart, Thomas A. 1997. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations.* London: Nicholas Brealey.
Nonaka, Ikujiro and Hirotaka Takeuchi. 1995. *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation.* New York: Oxford University Press.

Recommended literature
Johansson, Johny K. and Ikujiro Nonaka. 1996. *Relentless: The Japanese Way of Marketing.* New York: Harperbusiness.
Rønning, Turid. 1996. *Personal Communication. A Study on Implementing Leadership in Organizations.* Unpublished master´s thesis. Oslo: T. Rønning / Norges Markedshøyskole.
Imparato, Nicholas and Oren Harari. 1996. *Jumping the curve: innovation and strategic choice in an age of transition.* San Francisco: Jossey-Bass.

Course outline
See Objective.

Computer-based tools
Are not required in this course.

Course structure
The course is developed through 80 hours of classroom participation.

Evaluation
The final grade is given on the basis of a semester-long project. The project may be undertaken individually or in groups of two or three students. Class participation, case study and workshop activities form part of the final grade.

Evaluation code(s)
MRK 98451 Knowledge Management - Project, accounts for 100% of the final grade in the course MRK 9845, 5 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9847 Markedsanalyse og modellbygging

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Fred Selnes

Institutt
Markedsorientert ledelse

Semester
Høst

Vekttall
5

Mål
Analyse er en viktig pilar i markedsføring. Analysen skal for det første skaffe bedriften informasjon om viktige endringer i kundenes behov, preferanser og konkurransearena. Videre skal analysen evaluere forventet effekt av ulike markedstiltak som for eksempel prisendringer, reklamekampanjer, nye produkter og endret distribusjon. Videre har analysen en oppgave i å bygge opp et modellsystem for hvordan bedriften tar vare på sin kunnskap om effektiviteten i ulike markedsaktiviteter. Analysefunksjonen enten den er organisert internt eller den skjer gjennom kjøp av konsulenttjenester, er derfor en viktig brikke i profesjonelle markedsføringsorganisasjoner.

Kurset bygger videre på tidligere kurs i metodefag. Kurset passer spesielt godt for de studenter som er interessert i kvantitative metoder.

Spesialiseringen omfatter sentrale analysemetoder brukt i markedsføring og er rettet mot studenter som kan tenke seg en jobb som analytiker i instituttene, konsulentfirma eller i analysefunksjonen i markedsavdelingene. Målet er å utvikle markedsanalytikere som kan gjennomføre analyser av høy teknisk kvalitet, samtidig som man evner å tolke analysen inn i de beslutninger bedriften skal ta.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Hair, Joseph F. et al. 1998. *Multivariate Data Analysis.* 5.th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
Lilien, Gary L., Philip Kotler and K. Sridhar Moorthy. 1992. *Marketing Models.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
Utvalgte artikler

Anbefalt litteratur
SPSS manual

Emneoversikt
Del 1: Multivariate analyseteknikker
I multivariate analyseteknikker går vi gjennom de mest brukte teknikkene som for eksempel multippel regresjon, variansanalyse, faktor analyse, diskriminant analyse, cluster analyser, conjoint analyser, multidimensjonal skalering og en kort innføring i Lisrel. Vi går også gjennom de mest brukte tidsrekke analyser som ulike glattingsmetoder, regresjon og dekomponeringsmodeller. I tillegg til teori og praktiske øvelser vil vi ta opp hvordan resultater kan presenteres både skriftlig og muntlig.

Del 2: Modellbygging
I modellbygging går vi nærmere inn på hvordan de vanligste beslutninger i markedsføring kan modelleres og hvordan bedriften kan bygge opp sitt informasjonssystem knyttet til markedsdimensjonen i bedriften. Dette vil blant annet innebære hvordan man kan koble kundedata til økonomiske data og til diverse markedskampanjer. Videre vil vi drøfte hvilke nøkkeltall ledende bedrifter bruker, og hvordan disse systematisk blir samlet inn og distribuert. I kurset går vi i dybden på modeller knyttet til prissetting, distribusjon, reklame, salgsapparat og produktutvikling.

Dataverktøy
SPSS og regneark.

Gjennomføring
Markedsanalyse vil være et gjennomgående element i hele kurset. Undervisningen vil delvis skje gjennom

forelesninger, dataøvelser og gruppeoppgaver. Spesialiseringen byr på totalt 80 undervisningstimer. Studentene jobber sammen i grupper på 2-3 medlemmer som løser utleverte oppgaver. Oppgavene diskuteres og presenteres i plenum. Programpakken SPSS vil være sentral.

Eksamen
Studentene innleverer 4 oppgaver som blir evaluert i løpet av kurset og danner 50% av karakteren. Den resterende karakter baseres på en skriftlig fem timers eksamen.

Eksamenskode
MRK 98471 Markedsanalyse og modellbygging - Oppgaver, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i kurset MRK 9847, 5 vekttall.
MRK 98472 Markedsanalyse og modellbygging - Skriftlig eksamen, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i kurset MRK 9847, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9848 Relasjonsmarkedsføring

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Kjell Bygnes

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Høst

Vekttall
5

Mål
Kurset har som mål å belyse viktige utviklingstendenser i synet på markedsføring og markedsføringens rolle i bedriften og i samfunnet. Hensikten er å utvikle en bred referanseramme for studier av relasjonsmarkedsføring. Et annet mål er å gi studentene konkrete kunnskaper om sentrale emner og problemstillinger i relasjonsmarkedsføring. Dessuten er det et mål å belyse konkret hvordan man kan undersøke og forbedre kunderelasjonene - og oppøve ferdigheter i å planlegge og eventuelt gjennomføre egne undersøkelser.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Anton, Jon. 1996. *Customer Relationship Management: Making Hard Decisions with Soft Numbers.* Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
Creswell, Jon W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among five Traditions.* Thousand Oaks, Calif.: Sage
Gummesson, Evert. 1996. *Relasjonsmarkedsføring. Fra 4 P til 30 R.* Oslo: Kolle.
Savage, Charles M. 1996. *Fifth Generation Management: Co-creating through Virtual Enterprising, Dynamic Teaming, and Knowledge Networking.* Rev. ed. Boston: Butterworth-Heinemann.
Wayland, Robert E.and Paul M. Cole. 1997. *Customer Connections: New Strategies for Growth.* Boston, Mass.: Harvard Business School Press.

Anbefalt litteratur
Buttle, Francis (ed.). 1996. *Relationship Marketing: Theory and Practice.* London: Chapman.
Gale, Bradley T. 1994. *Managing Customer Value: Creating Quality and Service that Customers can see.* New York: Free Press.
Johnson, Michael D. 1998. *Customer Orientation and Market Action.* Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
McKenna, Regis. 1991. *Relationship Marketing.* London: Century Business.
Mills, D. Quinn. 1993. *Rebirth of the Corporation.* New York: Wiley.
Peck, Helen, et al. 1999. *Relationship Marketing: Strategy and Implementation.* Oxford: Butterworth-Heinemann.
Payne, Adrian (ed.). 1995. *Advances in Relationship Marketing.* London: Kogan Page.

Emneoversikt
1. Markedsføring i det postmoderne samfunn
2. Relasjoner, interaksjon og nettverk
3. Sentrale emner og problemstillinger i relasjonsmarkedsføring
4. Undersøkelser av kunderelasjonene - kvantitative og kvalitative metoder

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Forelesninger, studentpresentasjoner og seminarer. Det pedagogiske opplegget forutsetter at studentene møter regelmessig og deltar aktivt i undervisningen. Seminarene skal være lærerstyrte, men meningen er at studentene skal legge frem oppgaver de arbeider med individuelt og i grupper. Undervisningen omfatter totalt 80 timer.

Eksamen
Eksamen består i at studentene gjennomfører en prosjektoppgave. Prosjektet omfatter muntlige presentasjoner i

forbindelse med undervisningen og innlevering av en sluttrapport. Prosjektoppgaven kan besvares individuelt eller i gruppe på to til tre personer. Eksamensbesvarelsen begrenses til 30 maskinskrevne sider. Karakteren fastsettes på grunnlag av den skriftlige rapporten.

Eksamenskode
MRK 98481 Relasjonsmarkedsføring - Prosjektoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset, MRK 9848, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9849 Retailing and Channel Management

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Arne Nygaard

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Høst

Vekttall
5

Mål
Detaljistleddet har i Norge stått overfor store endringer. Nye styringssystemer har blitt etablert. Franchisesystemer som f.eks. G-sport, McDonalds, Rema 1000, Shell Select og Body Shop er eksempler på nye strukturer i detaljistleddet i ulike bransjer. Samtidig kan vi se en sterkere grad av internasjonalisering i detaljistleddet.

Kurset tar sikte på å diskutere strategiske problemstillinger i detaljistleddet. Vi vil også fokusere på problemer knyttet til ulike markeder/bransjer, lovgivningens rolle, leverandørenes rolle, konkurransen, ny teknologi og tilpasning av konsepter i markedet. Utgangspunktet er en sterk kundefokusert og markedsorientert strategi. Målet med kurset er at studentene skal bygge opp kompetanse både på teori og metode som er relevant for arbeid innenfor detaljist og/eller kanalledelse.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Levy, M. and B.A. Weitz. 1995. *Retailing Management.* 2nd ed. Chicago: Irwin.
Dillion, W.R., T.J. Madden and N.H. Firtle. 1994. *Marketing Research in a Marketing Environment.* 3rd ed. Burr Ridge, Ill: Irwin.

Anbefalt litteratur
Gripsrud, G. og Arne Nygaard. 1997. *Markedsføringskanaler.* 2.utg.Oslo: Cappelen Akademisk forlag. Det forutsettes at kandidatene har vært igjennom denne boka.
Troye, S.V. og K. Grønnhaug. 1999. *Utredningsmetodikk.* 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug.
Judd, C.M., E.R. Smith and L.H. Kidder. 1991. *Research Methods in Social Relations.* 6th ed. Forth Worth, Tex.: Holt, Rinehart and Winston.
Eisenhardt, K.M. 1989. "Building Theories from Case Study Research." *Academy of Management Review*, 14, 4: 532-550
Bergen, M., S. Dutta and O.Walker Jr. 1992. "Agency Relationships in Marketing: A Review of the Implications and Applications of Agency and Related Theories."
Journal of Marketing, 56, July: 1-24.

Emneoversikt
Se under Enkeltseminar.

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette curset.

Gjennomføring
Undervisningen omfatter totalt 80 timer. Forelesningsserien vil inkludere både teoretiske og praktiske problemstillinger i detaljistledet. Dessuten vil forelesningene fokusere på metodiske forhold knyttet til det å skrive en siviloppgave. Forelesningene blir holdt i seminarform med stort rom for diskusjon og kommunikasjon knyttet til studentenes interessefelt og problemstillinger på området.

Enkeltseminar
Det vil bli holdt fagseminar innenfor fire områder med sterk relevans i forhold til Retailing Management og markedsføringskanaler:
1. Franchising

2. Grønn markedsføring
3. Efficient Consumer Respons systemer og
4. Innføring av ny informasjonsteknologi/internett

Generelt
Temaforelesningene vil stimulere interaksjon mellom studenter og foreleser. Forelesningene vil derfor ha preg av en seminarform som forutsetter at studentene tar aktiv del i prosessen. Opplegget under er en foreløpig skisse og ikke et diktat uten mulighet for endringer etter behov eller forespørsler. Endringer av disposisjon vil kunne skje basert på studentenes premisser og behov underveis. Prosjektoppgavene vil naturlig ta opp et problem eller en utfordring med utgangspunkt i en bedrift eller en bransje. Prosjektoppgavene kan enten være formulert som en proposal til siviloppgaven eller et paper som tar opp et case eller lager en review av tidligere arbeid innenfor et tema som opptar studenten. Det legges vekt på at oppgaven er vel fokusert, strukturert og at den metodiske tilnærmingen er tilpasset problemstillingen.

Eksamen
Prosjektoppgaven skal inneholde elementer av problemdefinisjon, teoribruk og metodebruk. Prosjektet skal fremlegges og diskuteres i klassen. Innlevering av prosjektet forutsetter at presentasjon i klassen er gjennomført.

Eksamenskode
MRK 98491 Retailing and Channel Management - Prosjektoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset, MRK 9849, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen gjennomføres ved neste ordinære gjennomføring av kurset

MRK 9860 Markedsanalyse

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år)

Kursansvarlig
Ulf Henning Olsson, Geir Gripsrud

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Deltid: Høst, Fjernundervisning: Høst, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Dette kurset har som mål å lære studentene ulike teknikker og metoder innenfor markedsanalyse. Det legges vekt på å formulere undersøkelsesopplegg i tilknytning til beslutningsproblemer i bedrifter og organisasjoner. Studentene skal kunne gjennomføre enkle analyser selv, og regresjonsanalyse står i denne forbindelsen sentralt.

Forkunnskaper
Grunnkurs i statistikk for grunnfag i bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Gripsrud, G. og Olsson, U.: Markedsanalyse. Kristiansand: Høyskoleforlaget 1999

Anbefalt litteratur
Lehmann, D.R., Gupta,S., Steckel;J.: Marketing research. Reading , Mass.: Addison-Wesley 1998
Selnes, F.: Markedsundersøkelser. 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1999

Emneoversikt
1. Formulering av undersøkelsesproblem
2. Måling av variabler
3. Sekundærdata og standardiserte undersøkelser
4. Kvalitative metoder
5. Survey-undersøkelser.
6. Enkel dataanalyse
7. Hypotesetesting
8. Enkel regresjon
9. Multippel regresjon
10. Andre multivariate metoder

Dataverktøy
Kurset krever bruk av dataverktøy. Anbefalt programvare er programpakken SPSS eller MINITAB.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses med totalt 42 timer. I tillegg må studentene regne med å bruke en god del tid på øvelser og oppgaver.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave over en uke og en individuell skriftlig kontrolleksamen 2

timer. Fagoppgaven kan løses individuelt eller av en gruppe på inntil tre studenter sammen. Fagoppgaven gis vanlig karakter, mens for kontrolleksamen gis karakteren "Bestått" eventuelt "Ikke bestått". Både fagoppgaven og kontrolleksamen må bestås. Dersom en av eksamenene får "Ikke bestått", må både fagoppgave og kontrolleksamen tas på nytt.

Eksamenskode
MRK 98601 Markedsanalyse - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9860, 2 vekttall.
MRK 98602 Markedsanalyse - Skriftlig kontroll eksamen, bestått/ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Det er ingen hjelpemidler til kontrolleksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9900 Industriell markedsføring

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
David E. Brookes

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid:Høst, Modul NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Ca. 75% av ferdigvarer til salgs i Norge er importert, og norske selskaper er i økende grad fokusert på utenlandske markeder for salg av både varer og tjenester. Kurset blir derfor lagt opp med en orientering mot de internasjonale aspekter av business-to-business markedsføring, og den brede målsetting med dette kurset er å gi studentene innsikt i og forståelse for de strategiske elementene ved internasjonal "business-to-business" markedsføring av varer og tjeneste i kommersielle og offentlig sektor. Et spesifikt mål er å gi tilstrekkelig praktisk innsikt for å gjøre studentene operative i en slik sammenheng.

Forkunnskaper
Normal studieprogresjon. Det er ønskelig at studentene har fullført kurset MRK 1070 Internasjonal markedsføring eller tilsvarende, og at de har bakgrunn i BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse eller tilsvarende..

Obligatorisk litteratur
Brierty, E. G., Eckles, R. W., Reeder, R. R. 3. ed. Business Marketing. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 1998
Reve, T.: Konkurranseevne: Fra diamant til strategisk kjerne (artikkel). Praktisk økonomi nr. 1 1992

Anbefalt litteratur
Chisnall, P. M.: *Strategic Business Marketing.* 3rd ed. New York: Prentice Hall 1995
Thompson, A.A. & Strickland, A.J.: Crafting & Implementing Strategy: text and readings. 10th ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill 1998
Valla, J. P. and Turnbull, P. W. (eds): Strategies for International Industrial Marketing. London: Croom Helm 1986

Emneoversikt
Følgende emner tas opp i en internasjonal sammenheng (cf. disposisjon av pensum litteratur):
1. Ulike dimensjoner ved industriell markedsføring
2. Industriell kjøpsadferd
3. Strategiutvikling på det industrielle markedet
4. Ulike produkt-strategier
5. Distribusjons-strategier
6. Kommunikasjons-strategier
7. Prisstrategier
8. Ulike strategiske tilnærminger
9. Cases.

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 40 timer. Kurset struktureres med en solid basis i forelesninger, supplert med gruppearbeid og gjesteforelesinger hvor mulig.
Studenter som følger modulbaserte undervisningsopplegg kan ha færre kurstimer. Som en del av NMH's internasjonaliseringstiltak, foreleses kurset på engelsk på NMH.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave som løses over en uke. Oppgaven kan løses i grupper av opp til 3

studenter. Det forutsettes tilfredstillende resultater/deltagelse i klassen for å ta eksamen

Eksamenskode
MRK 99001 Industriell Markedsføring - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9900, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9910 Account Management og personlig salg

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år)

Kursansvarlig
Gorm Kunøe

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
3

Mål
Målet for dette kurs er å lære våre studenter hvordan man målrettet utvikler sine viktige kunder gjennom aktiv relasjonsbygging og salgsarbeid.

Om kurset
Å betrakte alle kunder som like hører fortiden til. Den enkelte kunde blir idag vurdert for at leverandørens organisasjon kan gi den støtte kundens status og fremtidige muligheter rettferdiggjør. Personlig salg, salgsstyring, salgsledelse og ettermarkedsføring på enkeltkundenivå blir i stadig økende grad fokusert av bedrifter i det industrielle marked som en forutsetning for lønnsom utvikling og vekst. Å miste en kunde fordi kunden følte seg glemt, å mangle forståelse for hvordan bedriften behandler gode kunder, er dødbringende for bedrifter i dag. Vi er inne i en periode hvor det "å ta vare på", "å bygge relasjoner" er blitt mer enn et moteord som må realiseres av salgsfunksjonen.

Key Account Mangement er et sentralt emne innen Account Management og temaet vil bli inngående drøftet for å sette studentene i stand til å forstå rollen som "Key Account Manager".

I kurset inngår temaet "personlig salg og salgsplanlegging" som en vesentlig og integrert del av kurset.

Forkunnskaper
Generelle kunnskap er innenfor markedsførings- og økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Vavra, T. G.: *Aftermarketing*. rev. and updatet. Chicago: Irwin 1995.
Blackstone, A. L.: *Manage Globally, Sell Locally. The Art of Strategic Account Management*. Burr Ridge, ILL.: Irwin 1995.
Berg, P.A.: Kunsten å selge ny utg. Oslo : Cappelen akademisk forlag 1997.
Kunøe, G.: *Artikkelsamling i Account Management og relasjonsmarkedsføring*. BI Forlag 1998.

Anbefalt litteratur
Comer, J. M.: *Sales Management*. Boston: Allyn and Bacon 1995.
Patty, C. R.: *Managing Salespeople*. 3rd ed. Engelwood Cliffs, NY.: Prentice-Hall 1988.
Still, R. R., Cundiff, E. W., Govoni, N. A. P. *Sales Management. Decisions, Strategies & Cases*. 5. ed. Engelwood Cliffs, NY.: Prentice-Hall 1988.

Emneoversikt
1. Teoretisk og empirisk introduksjon til Account Management, relasjonsmarkedsføring og det personlige salg
2. Strategiene bak Account Management og ettermarkedsføring
3. Kundeteam: Deres opprettelse og funksjon
4. Støttefunksjoner til account managementfunksjonen
5. Kundestyringsprosessen
   - Informasjonsinnhenting
   - Planlegging
   - Budsjettering
   - Læringsprosesser
6. Kundedialog
   - Kundetilfredshetsmålinger
7. Operativ planlegging av kundens utvikling.

* The Key Account Managers role towards the customer
* Organising for the Key Account Management function

9. IT-systems to sales support
10. The development of a account management function in the company.
    * Strategies
    * Organisation
    * Performance
    * Staffing
11. Control and management by key figures
12. The presentation and presentation techniques

Computer-based tools
The students will have a demonstration of a "high-end" sales management soft ware.
The will be possibilities for special interested student to use the soft ware.

Course structure
The course will be taught during 60 hours of lecturing and the students own group work.

Evaluation
The evaluation of the course is a four hours written examination.

Evaluation code(s)
MRK 99101 Account Management and Personal Sales, accounts for 100% of the final grade in the course MRK 9910, 3 credits.

Aids at the examination

Makeup exam
A makeup exam is held at the end of the next course.

MRK 9920 Markedsplanlegging og strategi

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
Arne Morten Ulvnes

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
4

Mål
Kurset har som mål å sette studentene i stand til å analysere og lede samspillet mellom bedriftens interne ressurser for å utnytte muligheter og motvirke trusler i eksisterende og nye markeder. Dette forutsetter en grundig innføring i bedriftens interne kapabiliteter, rutiner og beslutningsstrukturer. I tillegg gis det en grundig innføring i bedriftens eksterne konkurranseforhold og relasjoner til kunder, leverandører og samarbeidspartnere. Det er videre et mål at kurset skal gi studenten et helhetsbilde på marketing, der dette kurset sammen med kunnskapene fra tidligere kurs anvendes i form av planlegging- og stratgiutviking.

Forkunnskaper
Kurset bygger på kunnskaper studentene har tilegnet seg i andre markedsføringskurs gjennom studiet.

Obligatorisk litteratur
Lehmann, D. R., Winer, R.S.: Analysis for Marketing Planning. 4th ed. Boston, Mass.: Irwin/McGraw-Hill 1997
Thompson, A. A., Strickland III, A. J.: Crafting and Implementing Strategy: text and readings. 10th ed. Boston, Mass.: Irwin/McGraw-Hill 1998
Thjømøe, H. M.: MaxPro. Asker: Singularis 1999
Samuelsen, B.M., Ulvnes, A.M.: Kompendium i markedsplanlegging og strategi. Sandvika: Handelshøyskolen BI
Haugland, Sven A.: Samarbeid, allianser og nettverk. Oslo: Tano Aschehoug 1996

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Markedsorientering
2. Beslutningsteori
3. Kundelevert verdi (Lojalitet, tillit, kvalitet, tilfredshet, relasjonskostnader)
4. Prosjektledelse
5. Beslutningsstøtteverktøyet MaxPro
6. Markedsplanlegging med fokus på produktet
   - -Definisjoner og mål
   - -Planleggingsprosessen
   - -Innholdet i en markedsplan
   - -Definisjon av konkurrenter og konkurranse
   - -Analyse av bransjen
   - -Konkurrentanalyse
   - -Kundeanalyse
   - -Markedets potensiale og prognoser, prognoser med MaxPro
   - -Analyser og produktstrategi
7. Marketingstrategier
   - -Ledelse, organisering og styring av strategiprosessen internt
   - -Bransjeanalyse
   - -Konkurransestrategier
   - -Samarbeidsstrategier
   - -Bedriftens kapabiliteter og læring
   - -Tilpasning av strategien til bedriftens situasjon
   - Outsourcing vs vertikale integrasjonsstrategier
   - -Ledelse, organisering og styring av distribusjonskanaler og kjøper-selgerforhold.
   - -Adferdsmessige aspekter
   - -Implementering av valgt strategi og kontroll

Dataverktøy
Innføring og bruk av beslutningsstøtteverktøyet MaxPro.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 72 timer. Undervisningen baseres på forelesninger, plenumsdiskusjoner og gruppediskusjoner. Videre krever kurset en god del egeninnsats. I tillegg vil studentene få øvelse i å bruke beslutningsstøtteverktøyet MaxPro gjennom praktiske øvinger.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave over en uke og en individuell skriftlig kontrolleksamen på 3 timer. Fagoppgaven kan løses individuelt eller av en gruppe på inntil tre studenter sammen. Fagoppgaven gis vanlig karakter, mens for kontrolleksamen gis karakteren "Bestått" eventuelt "Ikke bestått". Både fagoppgaven og kontrolleksamen må bestås for å ha fullført kurset. Dersom en/eller begge av eksamenene ikke bestås, må både fagoppgave og kontrolleksamen tas på ny.

Eksamenskode
MRK 99201 Markedsplanlegging og strategi - Fagoppgave, som utgjør 100% av kurset MRK 9920, 4 vekttall
MRK 99202 Markedsplanlegging og strategi - Skriftlig kontrolleksamen, bestått/ikke bestått

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt for fagoppgaven. Ingen hjelpemidler er tillatt til den skriftlige eksamen

Kontinuasjon
Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9921 Product Management

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Responsible for the course
Erik Olson

Department
Market Oriented Management

Term
Fall

Credits/ECTS Credits
3/9

Objective
The course is designed to introduce students to tactical and strategic issues facing product and marketing managers, and more specifically:

1. To teach traditional assumptions/advice on key product management issues
2. To explain why the real world often doesn't correspond to traditional assumptions and theories
3. To explain how changes in environment are changing or may change traditional assumptions / advice

Prerequisites
No special prequisites are required.

Compulsory literature
Lehmann, D.R. and R.S. Winer. 1997, *Product Management*, Irwin forlag.
Frey, D. 1991, "Learning the Ropes: My Life as a Product Champion", Harward Business Review, (Sept-Oct), pp.46-56.
McIntryre, S. 1988, "Market Adaptation as a Process in the Product Life Cycle of Radical Innovations and High Technology Product," *Journal of Product Innovation Management*, 5, pp. 140-49.
Casematerials from the following cases:

- Viagra Case
- On-Line Channels Case
- Airline Case
- Volkwagen Case

Recommended literature
None.

Course outline

- Managing new products
- Managing mature products
- Strategy choice operationalization with the marketing mix
- Relationships
- Managing brand equity
- Case

Computer-based tools
Are not compulsory in this course.

Course structure
The course is 45 hours in duration. Teaching will be in the form of lectures and groups. Students are expected to attend all the lectures and participate actively in classroom instruction.

Evaluation
A. New Product Development Paper: 40%
This assignment will require groups of up to 5 people to choose a market (or market segment) and develop a new product or service for it. It may be helpful for your group to consider taking the role of a new product development team for a specific organization (or a specific brand or department within an organization). The object of the assignment is to analyze your chosen product market and develop a new product idea for it. To do this, you will need to become an expert in the industry and market you have chosen. This paper should be no more than 15

pages in length including supporting financial analysis, illustrations, etc.

B. Mid-Term Exam: 30%
The format for this exam is a multiple choice exam.

C. Final Exam: 30%:
The format for this exam is a multiple choice exam. All material assigned and/or covered in class up to the time of the exam or since the last exam will be eligible for the exam. Heavy emphasis will be placed on material covered during class, so attendance will be helpful in doing well on the exams.

D. Case Analysis: Pass/Fail
Groups of up to 5 will be required to write-up their analysis of one of the cases for the course. This will likely require that you do some additional research beyond the few articles about the situation presented in reading pack. The cases are about on-going issues and hence you analyzis should reflect the latest knowledge you are able to find in magazines, journals, newspapers, and any primary date you may want to collect such as interviews with customers or managers. Your write-up should answer the questions assigned to the case and you will be required to turn in this short paper at the beginning of the class for which it will be discussed. You will be expected to verbally tell the class your answer to the questions and answer questions from the class or instructor that come from the discussion that evolves around the case during class. The papers should be no more than 5 pages long and should stick to answering the questions and not describing the general situation. References should be provided for any additional research you use in supporting your answers.

Evaluation code(s)
MRK 99211 Product Management - Paper, accounts for 40% of the final grade in the course MRK 9921, 3 credits.
MRK 99212 Product Management - Multiple choice, accounts for 30% of the final grade in the course MRK 9921, 3 credits.
MRK 99213 Product Management - Multiple choice, accounts for 30% of the final grade in the course MRK 9921, 3 credits.
MRK 99214 Product Management - Case analysis, pass/fail.
MRK 99215 Product Management - Case analysis, pass/fail.

Aids at the examination
All aids are allowed at the paper and case. No aids are allowed at the multiple choice.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

MRK 9930 Advertising and Promotion Management

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Responsible for the course
Rune Bjerke

Department
Market Communications

Term

Credits/ECTS Credits
3/9

Objective
The objective of this course is to teach students to understand and apply theories in advertising and promotion management. This course gives students an opportunity to strengthen their knowledge and skills in the field through a profound understanding of the theory and practice of integrated communication strategies. Students will learn how to improve corporate and product image through advertising and promotion activities, and they will develop skills through the preparation of an advertising and promotion plan.

Prerequisites
The course is taught in English if there are a large number of exchange students who would like to participate. Possible exchange students should be aware that some guest speakers and case material will be presented in Norwegian. Threfore, it is somewhat important that exchange studetns work in groups with Norwegian students. Students should have at least one year, preferably two years of study (University / College level) in marketing and / or management prior to attending this course.

Compulsory literature
Belch, George E. & Michael A. Belch. 1998. *Advertising and Promotion.* 4th ed. Boston, Mass: Irwin/McGraw-Hill.
Rosendahl, Tom og Rune Bjerke. 1998. *Reklame over alle grenser: Tverrkulturell markedskommunikasjon.* Oslo: Cappelen Akademisk Forlag (if the course is taught in English, this textbook should be considered as recommended literature) .

Recommended literature
Batra, R., J.G. Myers & D.A. Aaker. 1996. *Advertising Management.* 5th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
Mooij, Marieke K. de. 1994. *Advertising Worldwide.* 2nd ed. New York: Prentice Hall.
Donnelly, W. J. 1996. *Planning Media.* Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
Russel, J.Thomas & W. Ronald Lane. 1999. *Kleppner´s Advertising Procedure.* 14th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Course outline
1. Advertising and promotion in the marketing process
2. The role of advertising agencies
3. Advertising, promotion, product development, branding, corporate identity and image
4. Advertising, promotion and consumer behavior
5. Advertising, promotion, segmentation and positioning
6. The communication process
7. Source, message and channel factors
8. Objectives and budgets
9. Creative strategies
10. Media strategies
11. Direct marketing
12. Sales promotion
13. Personal selling
14. Effectiveness of the promotion program
15. Business-to-business communication
16. Regulations and ethics
17. International advertising
18. Research and advertising testing

Computer-based tools
Are not compulsory in this course.

Course structure
The course consists of 60 hours of lectures, examples from advertising and continuous discussions on theories, cases and a term project (prosjektoppgave). Course work includes a term project carried out by groups of three students. Additional hours will be required to attend tutorials run by senior students (tutors) and to make oral presentations. During the tutorials in the last part of the course, student groups must make the oral presentations of their term projects to get feedback from the tutor prior to submitting the written advertising and promotion plan. Students are expected to remain current on advertisements, television commercials and topical issues in the media. They are also expected to attend all lectures and participate in the class discussions. There will also be presentations by guest speakers. Guest Speakers from the Norwegian business community will present the "real life" cases at the beginning of the semester for the term projects.v

Evaluation
All students must participate in the oral presentations and in the development of the advertising and promotion plan. Developing this plan, qualitative (or quantitative) research with descriptions of respondents is required by using the facilities of the FOLAB (research lab). Feedback on performance is given in tutorials and after the oral presentations. Your final grade is based on the written advertising and promotion plan .

Evaluation code(s)
MRK 99301 Advertising and Promotion Management - Written plan, accounts for 100% of the final grade in the course MRK 9930, 3 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normaly held at the end of the next course.

MRK 9931 Markedsdrevet ledelse og strategi

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Kursansvarlig
Brynjulf Tellefsen

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Vår

Vekttall
5

Mål
Faget omfatter både et helhetsperspektiv på det 4-årige studiets kjerne, dvs. sammenhengen mellom markedsorientering, strategi og markedsføring i et bredt produkt/tjenesteperspektiv, og de anvendelsesområder hvor behovet for brobyggende helhetstenkning erfaringsmessig er størst, dvs. innen internasjonal business-to-business. Utdypning av de ulike delbroer behandles i de parallelle 3. års kursene og 4. års fordypningsfag.

Et av målene er at kurset skal danne en bred, integrert plattform for en rekke fordypninger på studiets 4. år. Etter gjennomført kurs skal studenten kunne identifisere sammenhengene mellom politiske, organisatoriske og strategiske spørsmål på ulike nivåer, fra større omgivelsessammenheng til det enkelte individ. Med utgangspunkt i en markedsorientert forretningsfilosofi, skal studenten kunne avlede hvilke forandringsprosesser som samlet vil lede ulike typer organisasjoner i riktig retning, og konkretisere disse i helhetlige skisser til handlingsprogrammer for samtlige berørte funksjons- og ledelsesnivåer.

Kurset tar sikte på å gjøre studentene kjent med ulike forretningsorienteringer og deres innflytelse på hvordan organisasjonen ledes og struktureres og oppfattes av omgivelsene. Studentene vil lære i større dybde om markedsorienteringens filosofi, forskning og teorier, samt idealtyper på kulturelle og organisatoriske løsninger innen dette paradigme. Studentene vil videre bli kjent med teori og praksis i hvordan man beveger en organisasjon mot en mer markedsorientert kultur og struktur, og utformer konsern-, organisasjons- og forretningsenheters strategi i en samlet helhet. Studenten skal kunne vurdere en organisasjons status, og skissere strategiske prosesser som vil øke organisasjonens markedsorienteringsgrad, og bedre dens stilling i markedene. Studenten skal forstå hvordan markedsorienteringen påvirker strategi og markedsføringsfunksjonen. Studenten skal tilegne seg dybdeforståelse av tverrnasjonal og tverrkulturell strategi og markedsføring innen internasjonal business-to-business.

Forkunnskaper
Det forutsettes at studenten tidligere har hatt innføringskurs i markedsføring, organisasjon og ledelse. Kurset undervises delvis på norsk og delvis på engelsk. Studentene må kunnskaper innenfor begge språk. Studentene må minst ha ett år, og det er å foretrekke at studentene har fullført to år med studier på høyskole- eller universitetsnivå innenfor fagområdene markedsføring og ledelse i forkant av dette kurset.

Obligatorisk litteratur
Porter, Michael E. 1992. *Konkurransefortrinn.* Oslo: TANO.
Tellefsen, Brynjulf. 1996. *Cases i markedsorientering.* Sandvika: BI Forlag.
Tellefsen, Brynjulf, ed. 1995. *Market Orientation.* Bergen - Sandviken: Fagbokforlaget .
Thompson, A.A. & A. J. Strickland. 1998. *Crafting & Implementing Strategy.* 10th ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
Chisnall, Peter M. 1995. *Strategic Business Marketing.* 3rd ed. New York: Prentice Hall.
Paliwoda, Stanley J. 1993. *International Marketing.* 2nd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann. Chaps.1-14.

Alternative literature in English:
Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage.* New York: Free Press.
Tellefsen, Brynjulf. 1997. *Cases in Market Orientation.* Sandvika:
BI Forlag. (translations of the cases available from the author free of charge)

Anbefalt litteratur
Buckley, Peter J. & Pervez N. Ghauri, eds. 1993. *The Internationalization of the Firm: A Reader.* London: Academic Press.

Emneoversikt
1. Markedsorientering som teoretisk disiplin, filosofi og kulturelt fenomen på makro-, mikro- organisatorisk og individuelt nivå.

2. Markedsorienteringens konkurrenter: ulike filosofier og organiseringsformer. Konsekvenser for markedsføringsfunksjonen.
3. Markedsorientering som en styrt kulturell forandringsprosess
4. Kontinuerlig markedsorientering; markedsdrevet organisatorisk læring
5. Forretningsstrategisk tenkning og prosesser
6. Markedsorientering, strategi og markedsføringsfunksjonens rolle
7. Markedsanalytiske teknikker for strategisk arbeid
8. Bransjestudier
9. Markeds- og organisasjonsstrategiske beslutninger
10. Strategiformulering
11. Strategisk markedsplan
12. Implementering av strategi, strategi vs taktikk
13. Anvendelser i praksis: Case i markedsorientering og strategi
14. The nature and characteristics of international industrial marketing and markets
15. International organizational structures and forms of co-operation
16. Market orientation and international strategy development
17. International organizational culture
18. International industrial purchasing and market research
19. Special international trading practices
20. International innovation

Dataverktøy
Ingen

Gjennomføring
Kurset undervises totalt med 120 timer. Forelesninger vil bli gitt delvis på henholdsvis engelsk og norsk. I tillegg kommer selvstudier og gruppearbeid. Studentgruppene forventes å presentere gruppearbeider i plenum og delta i casediskusjoner.

Eksamen
Studentene får løpende tilbakemelding på egen progresjon ved å sammenligne egne caseløsninger med diskusjoner og konklusjoner i plenum. Karakter fastsettes på basis av en casebasert fagoppgave som gis etter undervisningens slutt og som løses i løpet av en uke i grupper bestående av inntil 3 personer.

Eksamenskode
MRK 99311Markedsdrevet ledelse og strategi - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9931, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9950 Diplomoppgave

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
Gro Goksør

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid: Vår, Modul: Høst

Vekttall
5

Mål
Diplomarbeidet skal gi studentene trening i å planlegge og gjennomføre et selvstendig utredningsoppdrag innen et bestemt tidsrom. Resultatet skal leveres i form av en skriftlig diplomoppgave. Oppgaven skal oppfylle vitenskapelige krav til form og innhold.

Forkunnskaper
Studentene må ha inngående kunnskaper om ulike fagområder og disipliner innen markedsføring. De må i tillegg ha grunnleggende kunnskaper i samfunnsvitenskapelig forskningsmetoder.

Obligatorisk litteratur
Det stilles krav til at diplomoppgaven har teoretisk forankring. Obligatorisk litteratur som inngår i studiet forøvrig vil ofte ikke være tilstrekkelig. Studentene har selv ansvaret for å søke etter utfyllende litteratur. Veileder og biblioteket kan gi råd.

Goksør, Gro. 1999. Samfunnsvitenskapelig rapportskrivning. Handelshøyskolen BI: Studentlitteratur.

Anbefalt litteratur
Johannessen, J.-A., Olaisen, J.: Prosjekt: hvordan planlegge, gjennomføre og presentere prosjetoppgaver, utredninger og forskning. Bergen: Fagbokforlaget 1995
McDaniel, C., Gates,R.: Contemporary Marketing Research. 3rd ed. St.Paul, Minn.: West Publishing 1996
Troye, S.V., Grønhaug, K.: Utredningsmetodikk: hvordan skrive en utredning til glede for både deg selv og andre. 3. utg. Oslo: Tano 1993

Emneoversikt
Studenten skal gjennom diplomarbeidet utvikle dypere innsikt i et selvvalgt fagområde i markedsføring. Oppgaven bør skrives innenfor de fagfeltene som tilgjengelige veiledere har kompetanse i. Dette sikrer studentene best mulig støtte.

Dataverktøy
Det vil også kunne gis opplæring i anvendelse av statistikkprogrammer (MiniTab el.l.) og kildesøk på bibliotek.

Gjennomføring
1. Studenten skal fylle ut et registreringsskjema hvor faglig interessefelt oppgis
2. Studieadministrasjonen tildeler veileder på grunnlag av faglig interessefelt
3. Det gjennomføres forelesninger i utredningsmetodikk tidlig i semesteret
4. Studenten har krav på inntil 8 timer seminar med veileder
5. Studentene har i tillegg krav på inntil 5 timer personlig veiledning pr. oppgave. Studenten har selv ansvaret for å kontakte veileder angående personlig veiledning

Veiledning gis i det ordinære diplomsemesteret. Diplomoppgaven kan løses individuelt, eller to eller tre studenter sammen. Se for øvrig under "Innlevering av diplomoppgaver" i Studieadministrativ informasjon..

Eksamen
Diplomoppgaven skal skrives over ett semester

Eksamenskode
MRK 99501 Diplomoppgave, eksamen teller 100% for å opnå karakter i kurset MRK 9950, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9960 Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Informasjon og samfunnskontakt (3. år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
Tor Grennes

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset har som mål å redegjøre for ulike syn på vitenskap og forskning innenfor samfunnsvitenskapene,samt å understreke behovet for begrunnede valg av undersøkelsemetode(r) i forbindelse med gjennomføring av egne undersøkelser.Særlig vekt vil bli lagt på å redegjøre for konsekvenser av ulike metodiske valg innenfor markedsføring og økonomisk-administrartive fag. Både kvantitative og kvalitative tilnærminger vil bli belyst. Etiske utfordringer og dilemmaer knyttet opp mot forsknings- og utredningsarbeid vil også bli drøftet. Det vil likeledes bli lagt vekt på planlegging og gjennomføring av egne undersøkelser for derved å gjøre studentene bedre rustet til å møte de utfordringer diplomoppgaven innebærer.

Forkunnskaper
Grunnlegende kunnskaper innenfor markedføring- og økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Grenness, T.: Innføring i vitenskapsteori og metode. Oslo: Tano Aschehoug 1997
Ghauri, P.N., Grønhaug, K. og Kristianslund, I: Research Methods in Business Studies. New York: Prentice Hall 1995

Anbefalt litteratur
Berg, B.L.: Qualitative Research Methods for the Social Sciences. 3rd ed. Boston, Mass.: Allyn & Bacon, 1998.
Troye,S.V. og Grønhaug, K: Utredningsmetodikk. 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug, 1999

Emneoversikt
1. Om vitenskap og forskning
2. Kvalitative og kvantitative (survey) undersøkelser
3. Planlegging og gjennomføring av egne undersøkelser
4. Forskning og etikk

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 40 undervisningstimer. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer. Undervisningen omfatter forelesninger, gjennomgang av oppgaveløsninger og diskusjoner. Diskusjonsoppgaver er utarbeidet for sentrale emneområder. Disse vil hjelpe studentene med å tilegne seg pensum, tilegne seg dypere forståelse for enkelte problemstillinger og å forberede seg for eksamen. Utbyttet av kurset vil i stor grad være avhengig av aktiv deltakelse fra studentenes side.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave over en - 1 uke. Fagoppgaven kan skrives individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode
MRK 99601 Vitenskapsfilosofi og utredningsarbeid - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9960, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

MRK 9990 Markedskommunikasjon i et helhetsperspektiv

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Kursansvarlig
Otto Ottesen, Tom Rosendahl

Institutt
Markedskommunikasjon

Semester
Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
3

Mål
Formålet med kurset er å gi kompetanse i strategisk helhetsplanlegging av markedskommunikasjon i et nasjonalt og internasjonalt perspektiv. Sett i forhold til grunnkurset, som fokuserer på reklame og sales promotion, utvides perspektivet på markedskommunikasjon til å omfatte alle former for kommunikasjon mellom bedrift og marked. Kurset gir en helhetlig forståelse av markedskommunikasjonens oppgaver i markedsføringen og samspillet med bedriftens øvrige strategi. Studenten erverver seg teoretisk og praktisk innsikt i hvordan bedriftens kommunikasjonsoppgaver kan løses på en lønnsom måte gjennom strategisk diagnose og bruk av medie- og utformingsvirkemidlene. Kurset tar også opp og gir kompetanse i å takle strategiske utfordringer bedriften står overfor i forbindelse med internasjonalisering. Spesielt blir tverrkulturell kommunikasjon vektlagt.

Forkunnskaper
Kurset bygger på grunnfag i markedskommunikasjon.

Obligatorisk litteratur
Ottesen, O.: Markedskommunikasjon: Strategisk helhetsplanlegging for økt lønnsomhet. 2. rev. utg. København: Nyt Nordisk Forlag: 1997
Rosendahl, T. og Bjerke, R.: Reklame over alle grenser: tverrkulturell markedskommunikasjon. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1998
Diverse artikler og annet materiale deles ut på kurset.

Anbefalt litteratur
De Mooij, M. K.: Advertising worldwide. 2nd ed. New York: Prentice - Hall 1994

Emneoversikt
1. Helhetssyn på markedskommunikasjon
2. Markedskommunikasjon som ledd i bedriftens totale strategi
3. Strategisk helhetsplanlegging - oppgavene i prosessen
4. Standard- og transformasjonskommunikasjon
5. Betydningen av kjøper- og selgerinitiativ
6. Diagnostisering av markedskommunikasjonens oppgaver
7. Prioritering og valg av målgrupper
8. Innholdsstrategi
9. Mediestrategi
10. Utformingsstrategi
11. Budsjettering og kontroll
12. Internasjonal markedskommunikasjon
13. Sentraliserte versus desentraliserte markedskommunikasjonsstrategier
14. Kultur og markedskommunikasjon

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 54 kurstimer, ved en blanding av forelesninger, casepresentasjoner og obligatorisk prosjektarbeid i grupper. Studenter som følger NMHs modulbaserte undervisningsopplegg har færre kurstimer.

Formålet med prosjektarbeidet er å øke nytten av teoretisk innlært stoff. Det går ut på å trene i å beskrive, forstå og vurdere praktisk virksomhet ved hjelp av relevante begreper, modeller, metoder osv. Løsning av prosjektoppgaven forutsetter bedrifts- eller organisasjonskontakt. Prosjektarbeidet skal løses som gruppearbeid. Det gis ingen organisert veiledning i forbindelse med prosjektoppgaven, men studentene vil få utlevert et notat som forteller

hvordan oppgavene skal løses og hva som forventes til skriftlig eksamen. Godkjent deltakelse i prosjektarbeidet er en forutsetning for å gå opp til eksamen.

Deltakelsen innbefatter feltarbeid, utarbeidelse og innlevering av en kort resultatrapport (maksimum 8 sider + bilag) samt presentasjon av resultatene i plenum.
Pensumstoffet blir først gjennomgått og diskutert i forelesninger og gjennom presentasjon av case fra praksis. Undervisningsforløpet avsluttes med at prosjektgruppene i plenum presenterer og diskuterer resultatet av prosjektarbeidet.

Det er en forutsetning at studentene helt fra starten av forbereder seg til undervisningen. Prosjektoppgaver blir utlevert allerede på første forelesning. Studentene vil få utlevert et notat som forteller hvordan oppgavene skal løses og hva som forventes ved evaluering. Det er viktig at studentene allerede tidlig finner ut hvem de vil samarbeide med og organiserer seg i prosjektgrupper. Det oppfordres også til at studentene organiserer seg i kollokviegrupper. Det vil bli utlevert oppgaver som skal "guide" studentene gjennom pensumstoffet.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen. Se forøvrig beskrivelse under gjennomføring.

Eksamenskode
MRK 99901 Markedskommunikasjon i et helhetsperspektiv - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9990, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til den skriftlige eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

ORG 9601 Organisasjonspsykologi og ledelse

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1. år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Øyvind Marthinsen

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall
2

Mål
Dette kurset tar sikte på å gi forståelse for individers adferd og holdninger i organisasjoner, hvordan beslutninger fattes og hvordan samspillet mellom individer fungerer i organisasjoner. Siktemålet er å gi studentene et sett nyanserte og kraftfulle måter å forstå organisasjoner på og ferdigheter i å tenke organisasjonsteoretisk i forhold til deres administrative og ledelsesmessige problemer.
I tillegg vil kurset gi en grunnleggende innføring i ledelse. Spesiell vekt legges på en referanseramme for å analysere ledelsesfunksjonen.

Forkunnskaper
Det er ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Kaufmann, G. og Kaufmann A.: Psykologi i organisasjon og ledelse. 2.utg. Bergen: Fagbokforlaget 1998
Berg, M.E.: Lederutvikling: situasjon, virkemidler, belønning. 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1996
Berg, M.E., Martinsen, Ø., og Thompson, G.: Ledelse, kompetanse og omstilling. Oslo: Universitetsforlaget 1998

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Organisasjonspsykologi, utdrag fra kapitler i Kaufmann & Kaufmann:
   - Psykologi på organisasjonsarenaen
   - Motivasjon
   - Emosjoner
   - Personlighet
   - Persepsjon
   - Læring
   - Problemløsninger, beslutninger og kreativitet
   - Holdninger og jobbtilfredshet
2. Gruppepsykologi
3. Ledelse og samspill
   - Fra mellomledelse til toppledelse
4. Ledelse, kompetanse og omstilling, utdrag fra boken Berg, Martinsen og Thompson:
   - Selvledelse: lede medarbeiderne til å lede seg selv
   - Ledelse og lederutvikling
   - Kompetanseendring
5. Lederutvikling, utdrag fra kapitler i Berg.:
   - Referanserammer

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset går i alt over 42 timer. Det anbefales å danne kollokviegrupper som arbeider med øvingsoppgaver.

Fjernundervisning

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
ORG 96011 Organisasjonspsykologi og ledelse - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset ORG 9601, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

ORG 9612 Organization and Leadership I

Program
Sivilmarkedsførerstudiet (1. år)

Responsible for the course
Ken Friedman

Department
Knowledge Management

Term
NMH: Spring

Credits/ECTS Credits
4/12

Objective
This course examines organization theory and organizational leadership. It gives students an opportunity to examine the theory of organizations and the practice of leadership. The focus is private enterprise. We also consider public sector organizations and broad issues of ethics and corporate responsibility that affect all leaders today, public and private. Students will develop an understanding of basic theory through classroom dialogue and casework. Students explore how and why to solve problems in organizational design and leadership.

One objective of this class is to learn about the subject. Another is to learn how to reach valid conclusions based on a wide variety of tools and methods. As a first-year course in business, this class is an introduction the tools of learning. The course emphasizes skills in speaking and writing. Students are expected to use analysis, logic and rhetoric to build theoretical and professional understanding. Through participation in classroom dialogue, case method, study groups and problem-based learning projects, students learn to support their ideas with independent thinking and persuasive reasoning.

Prerequisites
Basic knowledge in the field of marketing and economics.

Compulsory literature
Daft, Richard L. 1997. *Organization Theory and Design.* 6th ed. St. Paul, Minnesota: West Publishing.
Semler, Ricardo. 1993. *Maverick. The success story behind the world's most unusual workplace.* London: Arrow.

Recommended literature
Jacobsen, Dag Ingvar og Jan Thorsvik. 1997. *Hvordan organisasjoner fungerer: Innføring i organisasjon og ledelse.* Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
Keegan, John. 1988. *The Mask of Command.* New York: Penguin Books.

Course outline
The course examines organization theory, organization design and organizational leadership through a number of frames of reference. Theory and case analysis are used to examine strategy and planning, decision-making processes, human resources, ethics, innovation and power issues. The course will also examine such issues as organizational structure, values, sociology and psychology.

Computer-based tools
Are not required in this course.

Course structure
The course requires a total of 90 hours of classroom experience plus group work and assignments. The course is taught in English and class work is conducted in English. Help in English is provided when necessary. Attendance is highly recommended.

Evaluation
The final grade is given on the basis of a semester project. The project may be undertaken individually or in groups of two or three students. Students are required to complete 4 projects as a prerequisite to the final semester project on which the grade is based.

Evaluation code(s)
ORG 96121 Organization and Leadership I - Project, accounts for 100% of the final grade in the course ORG 9612, 4 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

ORG 9740 Bedrift og samfunn

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Kursansvarlig
Knut Sogner

Institutt
Innovasjon og økonomisk organisering

Semester
NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset er et avsluttende kurs ved Sivilmarkedsførerstudiet. Målet er å styrke studentenes forståelse av det samfunnsøkonomiske perspektivet. Kurset tar videre sikte på å integrere kunnskap fra ulike økonomisk-adminitrative fagområder og sette dette i et historisk perspektiv. Kurset skal også utvikle studentenes evne til å se økonomisk aktivitet i en bredere sammenheng.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innenfor økonomiske og administrative fag

Obligatorisk litteratur
McCraw, Thomas, ed. 1997. *Creating Modern Capitalism. How Entrepreneurs, Companies and Countries Triumphed in Three Industrial Revolutions.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Sejersted, F. 1993. *Demokratisk kapitalisme.* Oslo: Universitetsforlaget.
Sogner, K. 2000. *Artikkelsamling: Bedrift og samfunn.* Sandvika:BI Forlag.

Anbefalt litteratur
Amdam,R.P., S. Knutsen og L. Thue. 1998. *Bedrift og samfunn.* 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Emneoversikt
1. Teorier om økonomisk vekst
2. Ulike nasjonale utviklingsforløp
3. Den spesielle norske utviklingen
4. Historie som innfallsvinkel til forståelse av moderne business
5. Faser og variasjoner i utviklingen av moderne samfunn

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med totalt 45 undervisningstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en individuell tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
ORG 97401 Bedrift og samfunn - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset ORG 9740, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

ORG 9830 Organisasjon og ledelse II

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (3. år)

Kursansvarlig
Haakon Gran, Ken Friedman

Institutt
Innovasjon og økonomisk organisering

Semester
NMH: Høst

Vekttall
2

Mål
Dette kurset tar sikte på å gi en videregående forståelse av organisasjoners kompleksitet. Det er utformet med henblikk på å utvikle en syntese av moderne organisasjons- og ledelsesteori. Siktemålet er å gi studentene et sett nyanserte og kraftfulle måter å forstå organisasjoner på, og ferdigheter i å tenke organisasjonsteoretisk i forhold til deres administrative og ledelsesmessige problemer. Etter endt kurs skal studentene ha tilegnet seg fire grunnleggende analyseperspektiver eller rammer som omfatter sentrale bidrag innenfor eksisterende teori og forskning om organisasjoner.

Forkunnskaper
Organization and leadership I eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Bolman, L. og T. Deal. 1998. *Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse: strukturer, sosiale relasjoner, politikk og symboler.* 2. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
Douma, S. and H. Schreuder. 1998. *Economic Approaches to Organizations.* 2nd ed. New York: Prentice Hall.

Anbefalt litteratur
Morgan, G. 1998. *Organisasjonsbilder: innføring i organisasjonsteon.* 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget.
Perrow, C. 1986. *Complex Organizations.* 3rd ed. New York: Random House.
Mintzberg, H. 1983. *Structure in Fives.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Emneoversikt
1. Å forstå organisasjoner
2. Den strukturelle rammen
3. Human-resource rammen
4. Den politiske rammen
5. Den symbolske rammen
6. Organisasjonsforståelse og lederskap
7. Introduksjon til økonomisk organisasjonsteori
8. Oppsummering

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 45 undervisningstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave over en – 1 uke. Fagoppgaven kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Eksamenskode
ORG 98301 Organisasjon og ledelse II - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset ORG 9830, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

ORG 9853 Organisasjonsteori

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig
Bård Kuvaas

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Fjernundervisning: Høst, Heltid: Vår, Modul NMH: Vår, NMH: Høst

Vekttall
2

Mål
Målet med kurset er å gi studentene en grunnleggende forståelse av hvordan organisasjoner fungerer. Studentene gis en grundig gjennomgang av de mest sentrale temaer innenfor organisasjonsteorien, hvor klassiske tilnærminger og nyere perspektiver blir presentert side om side for å belyse hva som påvirker hvordan mennesker tenker og handler i organisasjoner. Tematisk består kurset av tre hoveddeler. Første del omhandler mål og effektivitet, organisasjonsstruktur, organisasjonskultur, makt og organisasjoners omgivelser. Andre del tar for seg viktige prosesser i organisasjoner, mens tredje del er viet spørsmålet om hvordan å studere organisasjoner. Etter endt kurs skal studentene ha tilegnet seg de sentrale begrepene og bidragene innenfor organisasjonsteorien, samt ferdigheter i å anvende teorien på problemstillinger i det praktiske arbeidsliv.

Forkunnskaper
Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Jacobsen, D.I. og Thorsvik, J.: Hvordan organisasjoner fungerer: innføring i organisasjon og ledelse. Bergen: Fagbokforlaget 1997
Jacobsen, D.I. og Thorsvik, J.: Arbeidsbok og casesamling til Hvordan organisasjoner fungerer. Bergen: Fagbokforlaget 1997

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Mål og effektivitet
2. Organisasjonsstruktur
3. Personlige, sosial og kulturelle forhold
4. Makt og konflikt
5. Organisasjon og omgivelser
6. Motivasjon
7. Kommunikasjon
8. Beslutningsprosesser
9. Læring
10. Ledelse
11. Hvordan studere organisasjoner

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset gjennomføres med totalt 42 timer. Det anbefales å danne kollokviegrupper som arbeider med drøftingsoppgaver og case fra arbeidsboken, blant annet som forberedelse til gruppesamarbeid under eksamen.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om

studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fagoppgave over to - 2 - uker. Besvarelsen kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode
ORG 98531 Organisasjonsteori - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset ORG 9853, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

ORG 9980 Organizational and Managerial Communication

Program
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Responsible for the course
Roberta Wiig, Peggy Brønn

Department
Knowledge Management

Term
Fall

Credits/ECTS Credits
2/6

Objective
An understanding of the importance of stakeholder groups - in addition to the customer - is a prerequisite for the long-term success of an organization. The first objective of this course, therfore, is to introduce the student to complexitites of organizational relationships and to the strategic thinking necessary for the integration of polecies and activities aimed towards thes stakeholder groups.

Equally important is the actual ability to develop relationships with these groups. The second objective of the course, therfore, is to help the students to start to develop some of the communication skills necessary for this relationship building, ranging from the development of interpersonal communication skills to presentation techniques and meeting participation.

Prerequisites
No special prerequisites are required.

Compulsory literature
Riel, Cees B. M.van : Principles of Corporate Communication. London: Prentice Hall 1995
Brody, E. W.: Managing Communication Processes. New York: Praeger 1991
Brønn, P. and Wiig, R. (eds) Article Collection: Organizational & Managerial Communication. Sandvika: BI Forlag 1999
Class lectures/Discussions/Group work/Handouts.

Recommended literature
Argyris, C. and Schön, D.: Organizational Learning II: Theory,
Method and Practice. Reading, Mass.: Addison-Wesley 1996

Course outline
1. The History of PR
2. Identifying Stakeholder Groups
3. Communication Models
4. Image/Identity
5. Issues Management and Environmental Scanning
6. Integrated Communications/Campaign
7. Media Relations
8. Ethics
9. Crisis Communication
10. Communication Skills

Computer-based tools
Power Point.

Course structure
The course is based on a total of 40 hours of lectures.

Evaluation
Certain individual and group exercises will be graded Pass/Fail by one internal grader. These exercises must be passed in order to pass the course.
Individual trial oral presentation.
Group exercise.

- A 20-25-page group report will be worth 70% of the final grade. Two graders, internal and external grader.

- An individual oral presentation will be worth 30% of the final grade. One internal grader.

The oral presentation and the group report can be in Norwegian.

Evaluation code(s)
ORG 99801 Organizational and Managerial Comunication - Report, accounts for 70% of the fianl grade in the course ORG 9980, 2 credtis
ORG 99802 Organizational and Managerial Comunication - Oral Presentation, accounts for 30% of the fianl grade in the course ORG 9980, 2 credtis

Aids at the examination
All aids are allowed.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

PRO 9700 Prosjektoppgave

Studium
Grunnfag i bedriftsøkonomi

Kursansvarlig
Ulf Henning Olsson

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Prosjektoppgaven skal være en utdypning av et fagområde innenfor grunnfag i bedriftsøkonomi, gjennomført som et selvstendig arbeid. Den aktuelle Høyskole avgjør innenfor hvilke fagområder prosjektarbeid kan gjennomføres.

Prosjektoppgaven skal gi studentene trening i å planlegge og gjennomføre et selvstendig utredningsarbeid innen et bestemt fagfelt.

Forkunnskaper
Det stilles ingen krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Litteratur tilsvarende et 2 vt kurs (400-450 sider) fastlegges i samarbeid med faglig veileder. I tilfeller hvor det har relevans ut fra fagets og problemstillingens karakter, vil følgende basislitteratur kunne anbefales - Grønhaug, K., Troye, S.V.: Utredningsmetodikk. 4. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Studentene foreslår selv tema for sin prosjektoppgave innenfor fagområder som den aktuelle Høyskole har bestemt. Faglig veileder ved den aktuelle Høyskole godkjenner tema.

Dataverktøy
Dataverktøy utover tekstbehandling er ikke obligatorisk.

Gjennomføring
Godkjenning av disposisjon gjøres av faglig veileder/høyskoleforeleser på grunnlag av innlevert forslag. Studentene kan få veiledning med inntil to timer pr prosjektoppgave. Oppgaven skal være på max 20 sider eksklusive vedlegg. Prosjektoppgaven skal kunne løses i grupper på inntil 3 studenter. Ønsker en student å løse oppgaven alene må vedkommende søke om godkjenning ved den aktuelle skole. Oppgaven skal leveres inn ved studiestedet i fire eksemplarer sammen med en egenerklæring om at oppgaven kun er skrevet i samarbeide med de medstudentene som er oppgitt på oppgavens forside.

Eksamen
Prosjektoppgaven vil bli bedømt med vekt på følgende kriterier:

- Problemdefinisjon og problemforståelse
- Forståelse og anvendelse av teori og praksis i det valgte fagområde
- Metode, herunder valg av metode, datainnsamling eventuelt og bruk av data
- Språk og disposisjon, inklusive bruk av figurer og tabeller
- Originalitet, kreativitet og selvstendighet
- Eventuelt forslag til løsning av de problemene oppgavene tar opp

Eksamenskode
PRO 97001 Prosjektoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset RPO 9700, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

PRO 9910 Prosjektledelse

Studium
Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (1. år)

Kursansvarlig
Erling S. Andersen

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal gi studentene forståelse for hva det vil si å planlegge, organisere og følge opp et prosjekt slik at det lykkes i å nå sine mål. Studentene skal selv arbeide med et prosjekt slik at de opplever de problemene som er knyttet til prosjektarbeidet. Paralelt med dette blir studentene gjennom forelesninger og veiledning gitt innføring i de spesielle problemene og mulighetene de står overfor i studentprosjekter. Innføring i vanlig metodeverktøy for å planlegge, organisere og rapportere fra prosjektarbeid er også en del av undervisningen.

Forkunnskaper
Det kreves ingen forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Jessen, S.A.: Prosjektadministrative metoder. 4.utg. Oslo: Universitetsforlaget 1997
Andersen, E.S., Grude, K.V. og Haug, T.: Målrettet prosjektstyring. 4.utg. Bekkestua: NKI-forlaget 1998
Andersen, E.S. og Schwenke, E.: Prosjektarbeid: en veiledning for studenter. 2.utg. Bekkestua: NKI-forlaget 1997

Anbefalt litteratur
Jessen, S.A.: Mer effektivt prosjektarbeid i offentlig og privat virksomhet. Oslo: Tano Aschehoug 1998

Emneoversikt
1. Prosjektkonseptet
2. Prosjektledelse
3. Prosjektstrategi
4. Prosjektplanlegging – overordnet og detaljert
5. Prosjektorganisering
6. Prosjektgjennomføring og –kontroll
7. Risikovurderinger
8. Studentprosjektarbeid

Dataverktøy
IT-basert prosjektstyringsverktøy vil bli brukt

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 42 timer forelesninger, veiledning og øvelser. Øvelsene vil blant annet bestå i å benytte IT-baserte prosjektstyringsverktøy.

Eksamen
Studentene skal ved starten av semesteret formulere en prosjektoppgave. Denne skal det arbeides med hele semesteret med innlevering mot slutten av semesteret. Prosjektoppgaven skal også presenteres og forsvares muntlig. Prosjektoppgaven kan utføres i studentgrupper med fra 4 til 7 deltakere. Karakteren settes på grunnlag av innlevert skriftlig oppgave og muntlig presentasjon. Det kan gis forskjellig karakter til de forskjellige deltakerne i gruppen.

Den muntlige presentasjonen er en mulighet for å justere karakteren på prosjektoppgaven. Karakteren kan maksimalt endres 3/10 i hver retning.

Eksamenskode
PRO 99101 Prosjekledelse - Prosjektoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset PRO 9910, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen vil finne sted etter neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9312 Markedsøkonomi for reiselivsnæringen

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Kursansvarlig
Solveig Lothe

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kursets formål er å trene studentene i systematiske analyser av konsumenters og bedrifters atferd i ulike markedsmessige situasjoner ved å vise hvordan samspillet mellom etterspørsels og tilbudssiden bestemmer pris og omsatt mengde i ulike markeder. Konkurransesituasjonen og markedsutviklingen for de tjenesteytende næringer vil bli viet spesiell oppmerksomhet gjennom forelesningenes bruk av cases og eksempler.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L.: Microeconomics. 4th ed. Upper Saddle River, N.J. Prentice Hall 1998 (Utvalgte deler).
Grønn, E.: Norsk og internasjonal luftfart: en mikroøkonomisk case-studie. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999

Anbefalt litteratur
Grønn, E.: Mikroøkonomi: formler og oppgaver. 4.utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1998

Emneoversikt
1. Introduksjon til mikroøkonomisk analyse
2. Elementær markedsøkonomi: tilbud og etterspørsel
3. Teori om konsumentenes tilpasning
   - Budsjettbetingelsen og konsumentens preferanseordning
4. - Virkning av pris og inntektsendringer
   - Etterspørselsfunksjoner og elastisiteter
5. Teori om bedrifters tilpasning
   - Produksjonsteori
   - Optimal bruk av innsatsfaktorer
6. - Kostnadsteori
   - Profittmotivet
7. Teorier om hvordan markedene fungerer
   - Fri (perfekt) konkurranse
   - Monopol
   - Oligopol
   - Spill
8. Markedenes allokering av samfunnets ressurser

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 42 timer. Studentene kan ikke regne med at alle deler av det skriftlige pensum dekkes gjennom forelesningene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
RLS 93121 Markedsøkonomi for reiselivsnæringen - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9312, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
En ikke-programmerbar kalkulator er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9316 Norge som reiselivsland, kulturen og folket

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Kursansvarlig
Sølvi Lyngnes

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset omfatter komponenter av norgeskunnskap og norsk kultur med relevans for norsk reiseliv. Etter avsluttet kurs skal studentene ha fått en innsikt i norsk kultur som gir dem motivasjon og basis for videre læring. Det vil bli lagt vekt på å utvikle studentenes evne til å formidle sin innsikt i og opplevelse av norsk kultur videre til brukere av turistnæringens tjenester. Med norsk kultur menes her både historie, politikk, geografi og kultur i mer tradisjonell forstand: litteratur, musikk, byggeskikk og bildende kunst i nåtid og fortid.

Forkunnskaper
Grunnfag i bedritfsøkonomi, grunnfag i markedsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Hodne, B.: Norsk nasjonalkultur: en kulturpolitisk oversikt. Oslo: Universitetsforlaget 1994
Lyngnes, S. (red.): Artikkelsamling: RLS 9316 - Norge som reiselivsland, kulturen og folket. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999 Fortidsminneforeningen: Hus og Stil.

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Kurset er delt opp i følgende emner:
1. Kultur og reiseliv i Norge
2. Geografi
   - Land og folk
   - Kommunikasjoner
3. Norsk historie
   - Hovedlinjer i norsk historie
4. Nasjonalkultur; etablering og konsolidering
5. Litteratur
   - Det internasjonale perspektiv
   - Det historiske perspektiv
6. Musikk
   - Våre musikalske røtter
   - Høydepunkter i kunstmusikken
7. Arkitektur og byggeskikk
   - Byggematerialer og byggemåter
   - Form følger funksjon
   - Epoker i norsk arkitektur
8. Billedkunst
   - Norsk billedkunst fra ca. 1750
   - Voyages pittoresques, nasjonal-romantikken og frem til vår tid
9. Museer og besøkssenter
10. Norge som reiselivsland

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Undervisningen gjennomføres over 42 timer. Enkelte delemner vil bli forelest av gjesteforelesere. Undervisningen blir en kombinasjon av forelesninger, gruppearbeid og demonstrasjon av lyd- og bildemateriale. Det forutsettes at

studentene er grundig forberedt til kurstimene, da det legges stor vekt på aktiv deltakelse.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
RLS 93161 Norge som reiselivsland, kulturen og folket - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9316, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9420 Økonomistyring III

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Kursansvarlig
Emanuel Blattner

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kurset skal videreutvikle studentenes kunnskaper og ferdigheter innen fagområdet fra 1. og 2. studieår og oppøve deres ferdigheter i å analysere bedriftsøkonomiske problemstillinger og fatte beslutninger. De bedriftsøkonomiske problemene blir presentert i et utvalg av case fra emneområdene budsjettering, finansiering og lønnsomhetsstyring.

Forkunnskaper
Generelle basis kunnskaper innenfor økonomistyring.

Obligatorisk litteratur
McGuigan, J. R., Moyer, C.R., Harris, F.H.: Managerial Economics. 8th ed. St.Paul: West Publishing 1998
Bøhren, Ø. og Gjærum, P.I.: Prosjektanalyse Oslo: Skarvet Forlag 1998
Bøhren, Ø. og Michalsen, D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet Forlag 1994
Skaldehaug, E.: Eksamenssamling med løsningsforslag: Økonomistyring III/Foretaksøkonomi I. Sandvika: BI Forlag 1998
Artikler

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Empiriske analyser av etterspørsel.
2. Metoder for tallfesting av pris og inntektselastisiteter med praktiske eksempler.
3. Empiriske kostnadsanalyser.
4. Markedsanalyser i teori og praksis. Konstruksjon av markedsprognoser.
5. Kapasitetsplanlegging i utvalgte case.
6. Driftsplanlegging og resultatbudsjettering med dataverktøy.
7. Likviditetsplanlegging og likviditetsstyring med dataverktøy i utvalgte case.
8. Finansieringsstrategi.
9. Kapitalbehovsberegninger.
10. Case fra investerings og finansieringsfeltet.
11. Spillteori.
12. Bedriftsspill.

Dataverktøy
Dataverktøy i form av regneark vil være et obligatorisk hjelpemiddel i analysene.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med 36 timer foreleserledet undervisning, hvorav 6 timer er organisert gruppearbeid i forbindelse med bedriftsspillet.
Beslutningstreningen blir gjennomført ved casedrøftinger og i bedriftsspillet, der studentene i grupper på 4 - 6 personer skal styre en bedrift i en simulert konkurransesituasjon.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
RLS 94201 Økonomistyring III - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9420, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9428 Internasjonal økonomi

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Kursansvarlig
Solveig Lothe

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Hensikten med kurset er å gi innsikt i internasjonale rammebetingelser for norsk økonomi. Dermed bedres grunnlaget for beslutninger i den enkelte bedrift. Blant temaene som tas opp, kan nevnes: Hva bestemmer type og omfang av det internasjonale varebyttet? Handel med varer og handel med serviceprodukter, hvordan kan handelsteorien anvendes? Handelspolitikk, skatter og avgifter. Penger og valuta. Fordeler og ulemper med felles mynt i Europa ("Euroen"). Ringvirkninger av turisme.

Forkunnskaper
Det forutsettes kunnskaper i matematikk tilsvarende kurset MET 9100 Matematikk for økonomer på bedriftsøkonomstudiet, samt RLS 9312 Markedsøkonomi fra studiets 2. år.

Obligatorisk litteratur
Krugman, P. R. & Obstfeld, M.: International economics: theory and policy. 4th ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley 1997. Utvalgte deler.
Dwyer, L. & Forsyth, P. 1993. "Assessing the Benefits and Costs of Inbound Tourism". *Annals of Tourism Research*, 20 (No 4) 751-768.
Clarke, H.R. & Ng Y-K. 1993. "Tourism, Economic Welfare and Efficient Pricing". *Annals of Tourism Research*, 20 (No 4) 613-632.
Eventuelt annet stoff som det blir opplyst om på forelesningene.

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Handel med varer og handel med tjenester
2. Komparative fortrinn
3. Stordriftsfordeler og imperfekt konkurranse
4. Fordelingsvirkninger av internasjonal handel
5. Skatter, avgifter og handelspolitikk
6. Valutamarkedet
7. Det internasjonale monetære system
8. Ringvirkninger av turisme

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 36 timer i vårsemesteret.
Studentene kan ikke regne med at alle deler av det skriftlige pensum dekkes gjennom forelesningene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en individuell tre timers skriftlig eksamen i vårsemestret.

Eksamenskode
RLS 94281 Internasjonal økonomi - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9428, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ikke-programmerbar kalkulator er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9810 Introduksjon til reiseliv som næring og samfunnssektor

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Kursansvarlig
Sølvi Lyngnes

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
4

Mål
Kurset skal gi en introduksjon til reiselivets mange bransjer, produkter, aktører og rammebetingelser fra et bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk perspektiv. Det blir lagt vekt på å etablere forståelse for vesentlige sider ved reiselivets samfunnsmessige funksjon, samt forståelse for aktørenes innbyrdes avhengighet av hverandre og av den helhet de utgjør på ulike nivå. Foruten å danne basis for øvrige bransjekurs i studiet, skal kurset gi grunnlag for å sette påfølgende økonomisk-administrative kurs i studiet inn i en reiselivsmessig sammenheng.

Forkunnskaper
Grunnfag i bedriftsøkonomi, grunnfag i markedsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Kamfjord, G: Reiselivsproduktet. Oslo: Reiselivskompetanse 1999
Lyngnes, S. : Artikkelsamling: Introduksjon til reiseliv som fenomen og næring, del 1 og 2: Sandvika: Handelshøyskolen BI 1998
Mathieson, A. & Wall, G.: Tourism, economic, physical and social impacts. London: Longman 1982
NORTRA: Markedsdata 1999

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
1. Reiseliv og turisme som fenomen
   - reiselivets utvikling, et historisk perspektiv
   - utdanning og rekruttering
   - sentrale begreper: reiseliv, turisme, rekreasjon, produkt, marked
   - faglige tilnærminger
   - turisten og den reisende, motivasjon og etterspørsel
   - reisen, geografiske mønster
2. Reiseliv og turisme som helhetlig næring
   - introduksjon til reiselivsproduktet
   - reiseliv som attraksjon
   - reiseliv som overnatting/servering og transport
   - reiselivsproduktet som geografisk område
   - pakken- det helhetlige reiselivsproduktet
3. Reiseliv, politikk, rammebetingelser og reiselivsjus
   - planlegging
   - markedsorganisering
   - finansiering; låne-og tilskuddsordninger
   - reiselivsjus
4. Reiseliv og samfunn
   - virkninger for kultur, natur, lokalsamfunn, nasjon
   - økonomiske virkninger
   - miljø og turisme
   - globalt og lokalt perspektiv
   - fremtidsperspektiver

Dataverktøy
Det benyttes ikke dataverktøy i kurset

Gjennomføring

Kurset foreleses over 84 timer inkludert indivduelle og gruppebaserte studentfremlegg. Introduksjon og gjennomgang av obligatorisk prosjektarbeid inngår i forelesingene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en 5 timers individuell skriftlig eksamen. Adgang til å avlegge eksamen krever godkjent deltagelse i prosjektarbeid presentert ved kursets oppstart.

Eksamenskode
RLS 98101 Introduksjon til reiseliv som næring og samfunnssektor - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9810, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9814/15 Intercultural Communication for Travel and Tourism

Program
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Responsible
Brian Groth

Department
Intercultural Communication and Languages

Term
Fall, Spring

Credits/ECTS Credits
4

Intercultural Communication for Travel and Tourism consists of the following courses:
RLS 9814 Intercultural Communication for Travel and Tourism 2 credits
RLS 9815 International Negotiations and Business Presentations 2 credits

Intercultural Communication for Travel and Tourism

Objective
This course seeks to provide students with intercultural understanding and writing skills necessary to function as managers in the international travel and tourism industry. These skills include the ability to understand and respect cultural differences and to write professional business letters and reports using correct structures, register, and specialist vocabulary.

Prerequisites
English from upper secondary school or equivalent.

Compulsory literature
Gesteland, R.: Cross-cultural business behavior: marketing, negotiating and managing across cultures. 2nd ed. Copenhagen: Handelshøjskolens forlag 1999
Mole, J.: Mind your manners: managing business cultures in Europe. London: Nicholas Brealey 1995
Articles and other hand-outs to be distributed in class

Recommended literature
Bennie, M.: Mastering business English: how to sharpen up your communication skills at work. 4th ed. Oxford: How to Books 1998
Hansen, E.: Bedre engelsk forretningsspråk: norsk-engelsk/engelsk-norsk: spesialordbok i økonomisk administrativt fagspråk. 3. utg. Oslo: Bedriftsøkonomens Forlag 1995

Course outline
1. Intercultural understanding and communication
2. Business correspondence
3. Essay writing
4. Vocabulary for travel and tourism

Computer-based tools
No computer-based tools are used in this course, but students are encouraged to use the Internet.

Course structure
The course is 42 hours in duration. Teaching will be partly in the form of lectures and partly as group work. Students are expected to attend all lessons, participate actively in class, and hand in written work.

Evaluation
An individual five-hour written examination completes the course.

Evalutation code(s)
RLS 98141 Intercultural Communication for Travel and Tourism - Written exam, accounts for 100% of the final grade in the course RLS 9814, 2 credits.

Aids at the examination
English-English dictionary

INTERNATIONAL NEGOTIATIONS AND BUSINESS PRESENTATIONS

Objective
The course is designed to give students a better understanding of and training in international negotiations. The question of ethical conduct in negotiation will also be addressed . Furthermore, the course provides students with training in how to make effective business presentations in English, especially within travel and tourism management.

.

Prerequisites
English from upper secondary school or equivalent

Compulsory Literature
Fisher, R. & Ury, W.: Getting to yes: negotiating an agreement without giving in. 2nd ed. London: Business Books 1991
Gesteland, R.: Cross-cultural business behavior:marketing, negotiating and managing across cultures. 2nd ed. Copenhagen: Handelshøjskolens forlag 1999
Røkaas, F.A.: Business presentations in English. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999
Cases, articles and other hand-outs to be distributed in class.

Course outline
1. International negotiations
2. Business presentations
3. Intercultural oral communication
4. Vocabulary for the travel and tourism industry
5. Ethics in negotiation

Computer-based tools
No computer-based tools are used in this course, but students are encouraged to use the Internet.

Course structure
The course is 42 hours in duration. Teaching will partly be in the form of lectures and partly as group work. All work in class will be in English. Students will be given training both in negotiating and making business presentations in English.

Evaluation
An oral group examination completes the course. The examination consists of a negotiation between two parties and presentations in pairs of approved topics concerning travel and tourism management. The negotiation case (distributed one week before the exam) is the same for all candidates, but pairs are free to choose their presentation topics within certain guidelines. Students are expected to participate actively in classes and attend them every time. Regular attendance on this course is a prerequisite for success in the examination.

Evalutation code(s)
RLS 98151 International Negotiations and Business Presentations - Oral exam, accounts for 100% of the final grade in the course RLS 9815, 2 credits.

Aids at the examination
All aids are allowed at the exam. In the presentation section, however, candidates should not read aloud from prepared notes. They must present their material. Those who merely read aloud will fail.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

RLS 9817 Budsjettering i service- og reiselivsbransjen

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Kursansvarlig
Emanuel Blattner

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Kursets mål er å trene studentene i å lage budsjetter som kan brukes i den økonomiske styringen av reiselivsbedrifter. Studentene skal lære seg å ta beslutninger med økonomiske og finansielle konsekvenser.

Forkunnskaper
Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende. Kurset bygger på BØK 9700 Bedriftsøkonomisk analyse.

Obligatorisk litteratur
Holmengen, H. og Reiersen, D.: Økonomistyring i reiselivsbedrifter. Bergen: Fagbokforlaget 1996
Case og annet utdelt materialet er også pensum.

Anbefalt litteratur
Det er en fordel å ha tilgang på obligatorisk litteratur fra kurset BØK 9700.

Emneoversikt
1. Budsjettering i reiselivsbedrifter (Utvalgte case)
2. Kostnads- og inntektsanalyse for reiselivsbedrifter
3. Investeringsanalyser
4. Finansiering

Dataverktøy
Lufthansa-Simuleringsmodell og regnearkmodeller.
Anbefalt programvare
Lufthansa-Simulering og Excel.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 42 timer med forelesninger, gruppearbeid og casegjennomgang fra reiselivsbransjen. Lufthansasimulering vil foregå under hele semesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en 4 timers skriftlig eksamen

Eksamenskode
RLS 98171 Budsjettering i service-/og reiselivsbransjen - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9817, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9921 Strategisk ledelse i reiselivsnæringen

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Kursansvarlig
Georg Kamfjord, Bente Løwendahl

Institutt
Strategi

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
4

Mål
Kurset skal gi studentene innsikt i strategisk tenkemåte og trening i drøfting av strategiske problemstillinger. Kurset vil vektlegge problemer og metoder knyttet til utvikling innen ulike typer bedrifter og organisasjoner i reiselivsnæringen. Kurset har en integrerende funksjon i forhold til andre fag som økonomistyring, organisasjon, markedsføring og bransjekunnskap. En vesentlig del av kunnskapstilegnelsen vil skje gjennom utstrakt bruk av casebaserte drøftinger.

Forkunnskaper
Kurset forutsetter toårig økonomisk-administrativ utdanning på høyskolenivå samt bransjekursene RLS 9810, RLS 9550 RLS 9316 Norge som reiselivsland, kulturen og folket.

Obligatorisk litteratur
Johnsen, G., Scholes, K.: Exploring Corporate Strategy. 5th ed. London: Prentice Hall 1999
Kamfjord, G., Løwendahl, B. Artikkelsamling: Strategisk ledelse i reiselivsnæringen. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999
Utdelt materiale

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Strategi
1. Introduksjon til strategi
2. Strategisk ledelse i praksis
3. Strategisk analyse av eksterne faktorer og konkurrenter
4. Strategisk analyse av interne faktorer, kompetanse og ressurser
5. Interessentanalyse
6. Områdeanalyse
7. Strategiutvikling på områdenivå
8. Evaluering og valg av strategialternativ
9. Case-drøftinger

Casedrøftingene vil ha forankring i reiselivsnæringens kjerneområder:
- Transport
- Overnatting, servering
- Attraksjoner, aktiviteter
- Markedsføring, distribusjon
- Reisemål

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset går over 72 kurstimer som innbefatter konsentrerte forelesninger over grunnleggende teori samt studentpresentasjoner og drøfting av bedriftscase hentet fra reiselivsnæringens kjerneområder. Integrasjon av relevant pensum fra hele studiet vil være et vesentlig moment i casedrøftingene. Studentene vil bli inndelt i grupper som alle skal ha ansvar for forberedelse av minst ett case. Det forutsettes forøvrig aktiv deltakelse i casedrøftingene.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

I tillegg kommer en 72 timers hjemmeeksamen som kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Adgang til å avlegge eksamen krever godkjent deltagelse i prosjektarbeid presentert ved kursets oppstart.

Eksamenskode
RLS 99211 Strategisk ledelse i reiselivsnæringen - Skriftlig eksamen, teller 25 for å oppnå karakter i kurset RLS 9921, 4 vekttall.
RLS 99212 Strategisk ledelse i reiselivsnæringen - Hjemmeeksamen, teller 75 for å oppnå karakter i kurset RLS 9921, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ved fem-timers skriftlig eksamen tillates ingen hjelpemidler.
Alle hjelpemidler er tillatt ved hjemme-eksamen med unntak av bedriftskontakt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9929 Diplomoppgave i reiseliv

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Kursansvarlig
Georg Kamfjord

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
5

Mål
Hensikten med diplomoppgaven er å anvende pensum i studiet på en konkret problemstilling fra reiselivsnæringen. Oppgaven skal ha forankring i en bedrift eller organisasjon i reiselivet, og sikte mot å frembringe forslag til løsninger på nærmere definerte problem. Som grunnlag for diplomarbeidet vil det innledningsvis i kurset bli gitt en forelesningsrekke i metode.

Forkunnskaper
Basiskunnskaper innen økonomiske og administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Troye,S.V., Grønhaug,K.: Utredningsmetodikk: Hvordan skrive en utredning til glede for både deg selv og andre. Oslo: Tano 1993

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Diplomoppgaven kan skrives innenfor et hvilket som helst fag- og bransjeområde relatert til studiet. Kravet er forankring til en bedrift eller organisasjon, og at det kan formuleres en konkret problemstilling som skal løses. I oppgavetittel/hovedproblemstilling vil derfor normalt begrepene strategi eller plan være sentrale.
Oppgavene skal løses med tanke på at den inngår i en helhetlig strategiprosess (utvikling eller revisjon), fra problemforståelse, via analyse til strategivalg og implementering, men at problemområdet som skal behandles i oppgaven ikke nødvendigvis må omfatte hele bedriftsstrategien. Oppgaven kan ha fokus på ett eller flere av de funksjonelle strategiområder, produkt, marked, distribusjon etc., eller legge hovedvekt på analyse av en eller flere relevante arbeidsbetingelser. Anvendelse av stoff fra flere fagområder vil i alle tilfeller være påkrevet. Oppgaven skal inneholde innsamling av et sett primærdata i forbindelse med situasjonsanalysen.

Dataverktøy
Dataverktøy bør benyttes i tilknytning til bearbeiding av egne data.

Gjennomføring
Forelesninger i metode samt veiledning til diplomoppgaven er kursets undervisningsformer. Nærmere retningslinjer for veiledningen vil bli gitt. Diplomoppgaven løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Det anbefales at flere går sammen om å løse et felles prosjektarbeid.
Problemstilling for diplomoppgaven er selvvalgt. Problemstilling og teorivalg skal imidlertid godkjennes av kursansvarlig etter nærmere retningslinjer som deles ut ved kursets begynnelse.

Eksamen
Diplomoppgaven vil bli bedømt med vekt på følgende kriterier i uprioritert rekkefølge:
- Problemdefinisjon og problemforståelse
- Faglig integrasjon med særlig vekt på økonomi
- Struktur og disposisjon
- Teorivalg og teorianvendelse
- Metodevalg og metodeanvendelse
- Originalitet, kreativitet og selvstendighet i forslag til tiltak

Eksamenskode
RLS 99291 Diplomoppgave i reiseliv, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9929, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9930 Internasjonal reiselivsmarkedsføring

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)

Kursansvarlig
Georg Kamfjord

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
3

Mål
Kurset skal gi innsikt i internasjonal markedsføring generelt og internasjonal markedsføring av reiselivsprodukter spesielt. Som del av kurset vil det bli fokusert på aktuelle problemstillinger i internasjonalt reiseliv.
Introduksjonen til internasjonal reiselivsmarkedsføring vil for en stor del skje gjennom bruk av norske case, og sikter mot å gjøre kandidatene istand til gå inn i konkret problemløsning og strategiutforming på området.

Forkunnskaper
Det forutsettes at studentene har kunnskaper tilsvarende grunnfag i bedriftsøkonomi, reiseliv 2. år og høstsemesteret 3. år på reiselivsstudiet.

Obligatorisk litteratur
Solberg, C. A.: Internasjonal markedsføring. 5.utg. Oslo: Tano Aschehoug 1996
Lillebø, A.: Veien videre for norsk reiseliv: Hva utenlandske ønsker og krav betyr for hver reiselivsmedarbeider. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1994
Dahl, Ø. og Habert, K: Møte mellom kulturer: tverrkulturell kommunikasjon. Stavanger: Universitetsforlaget 1986
Kamfjord, G.(red.): Artikkelsamling: Internasjonal reiselivsmarkedsføring. Sandvika: BI Forlag 2000
Utdelt materiale

Anbefalt litteratur
Ingen.

Emneoversikt
Emnene innenfor Internasjonal markedsføring med vekt på reiseliv organiseres i to deler, hvorav den første delen tar for seg internasjonal markedsføring generelt mens den andre delen tar for seg internasjonal reiselivsmarkedsføring og aktuelle reiselivspolitiske problemstillinger.

1. Markedsanalyse, utvikling av internasjonale markeder, globalisering
2. De eksportstrategiske beslutninger
3. Nasjonale og internasjonale rammebetingelser for norsk reiselivsmarkedsføring
4. Kulturdimensjonen i internasjonal markedsføring
5. Distribusjonskanaler og distribusjonssystemer i internasjonalt reiseliv
6. Organisasjons- og samarbeidsstrategier i internasjonal reiselivsmarkedsføring
7. Utvikling av internasjonal markedsplan
8. Bedriftseksempler
9. Aktuelle problemstillinger knyttet til reiseliv som internasjonal næring

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset blir gjennomført over 54 timer i vårsemesteret med 42 forelesningstimer og studentpresentasjoner, og ca. 12 timer casegjennomgang. NB! Det er obligatorisk fremmøte ved casegjennomgangene, da det her foregår en evaluering av studentene som utgjør en stor del av karakteren i kurset. (Se under eksamen). Det forutsettes aktiv orientering i den offentlige reiselivsdebatten for å få fullt utbytte av kurset.

Eksamen
Evalueringen foregår ved at grupper på 4 - 5 studenter skrivet et case. Caset innleveres for sensur. Caset skal

etterpå presenteres for klassen og presentasjonen kan føre til en regulering av casekarakteren på pluss/minus 0,2. Tilsammen utgjør dette 50% av totalkarakteren i kurset. I tillegg skal studentene delta i diskusjonen av tre case. For det faglige bidraget i hver diskusjon får studentene en individuell karakter som teller 16.67% av totalkarakteren.
Det er kun karakteren på den skriftlige casebesvarelsen som kan påklages. Muntligkarakteren er endelig.

Eksamenskode
RLS 99301 Internasjonal reiselivsmarkedsføring, teller 100% for å oppnå karakter i kurset RLS 9930, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

RLS 9950 Reiselivsmarkedsføring: Serviceledelse, konseptutvikling og nye medier

Studium
Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2.år)

Kursansvarlig
Georg Kamfjord

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid: Vår

Vekttall
4

Mål
Kursets *faglige* målsettinger er

- Gi forståelse for utvikling, markedsføring og kvalitetsledelse av tjenester og tjenestebaserte konsepter i reiselivsnæringen.
- Gi en praktisk innsikt i bruken av nye medier, herunder Internett, som integrerte verktøy i markedsføring av reiselivstjenester

Kursets *pedagogiske* mål er å sikre anvendte ferdigheter gjennom utstrakt bruk av case og innleveringsoppgaver i lys av en overordet planforståelse.

Forkunnskaper
Kurset forutsetter at studentene har kunnskaper i markedsføring tilsvarende kurset MRK 8614 Markedsføringsledelse, samt har gjennomgått kurset RLS 9810 Introduk-sjon til reiseliv som næring og samfunnssektor.

Obligatorisk litteratur
Del 1
Lovelock,C.H., Vandermerwe,S., Lewis,B.: Services Marketing: A European Perspective. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1999
Kamfjord,G: Konsepter. Oslo: Reiselivskompetanse 1999

Del 2
Strauss, J., Frost, R.D.: Marketing on the Internet: Principles of Online Marketing. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1999
Kamfjord,G: *Reiselivsmarkedsføring*, Artikkelsamling, BI forlag 1999
Materiale fra Internett og CD-rom

Anbefalt litteratur
Troye, S.V. (1996) *Markedsorientering av servicebedrifter*, Tano, Oslo
Andreassen,T.W (1999) *Serviceledelse*, ad Notam, Oslo
Linn, C. E. (1993) *Metaproduktet,* Bedriftsøkonomens forlag, Oslo
Middleton, V. (1994) *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford
Payne, A, (1993) *The Essence of Services Marketing*.: Prentice Hall, New York
Andreassen, T.W., Bredal, D. (1996) *Kundepleie i praksis : relasjonsmarkedsføring på forbrukermarkedet* , Ad notam Gyldendal, Oslo

Emneoversikt

Del 1
1. Introduksjon til (varer), tjenester og konsepter
2. Forbrukeratferd – segmentering
3. Posisjonering og markedsorientert utvikling av servicekonsepter
4. Servicekvalitet
   - Kundetilfredshet
   - Kvalitetsmåling
5. Serviceledelse og kundebehandling

6. Strategisk og operativ markedsplanlegging

Del 2

1. Introduksjon til de elektroniske medier i reiselivsmarkedsføring
2. Distribusjon i reiselivsnæringens ulike hovedsegmenter
3. Markedsforskning på Internett
4. Internettmarkedsføring på ulike produktnivåer i reiseliv
5. "Internett i markedsplanlegging"

Dataverktøy
Dataverktøy vil bli benyttet i forbindelse med innføring i moderne kommunikasjons- og distribusjonsmåter i reiselivet.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres med totalt 84 undervisningstimer fordelt på ulike presentasjons- og arbeidsformer. Det vil i kurset bli gjort utstrakt bruk av case i undervisningen, og studentfremføringer med påfølgende diskusjon av caseløsninger og artikkelsammen-drag inngår som del av undervisningsopplegget.

Eksamen
Adgang til eksamen krever godkjent deltakelse i casearbeidet i løpet av kurset. Retningslinjer for godkjent deltakelse deles ut ved kursets oppstart.

Eksamen består av to deler

- fagoppgave over en -1- uke som kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter, teller 75%
- 3 timers individuell skriftlig eksamen, teller 25%

Begge deleksamene må være fullført og bestått for å få karakteri kurset RLS 9950 Reiselivsmarkedsføring: serviceledelse, konseptutvikling og nye medier.

Eksamenskode
RLS 99501Reiselivsmarkedsføring: serviceledelse, konseptutvikling og nye medier - Fagoppgave, teller 75% for å oppnå karkater i kurset RLS 9550, 4 vekttall.
RLS 99502 Reiselivsmarkedsføring: serviceledelse, konseptutvikling og nye medier - Skriftlig eksamen, teller 25% for å oppnå karkater i kurset RLS 9550, 4 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler til individuell eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SMF 9740 Siviloppgave

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (4. år)

Ansvarlig
Den ansvarlige for hver spesialiseringsretning

Institutt

Semester
Vår

Vekttall
8

Mål
Siviloppgaven
Studenten skal i løpet av 8. semester skrive en siviloppgave. Oppgaven utføres av to til tre studenter som samarbeider om oppgaven. I spesielle tilfeller kan en student få dispensasjon til å gjøre et individuelt arbeid. Tema hentes fra et selvvalgt problemområde, som oftest tilknyttet studentens spesialiseringsretning. Studenten kan inviteres til å bidra i forskningsprosjekter i regi av NMH eller enkeltmedlemmer av den faglige staben ved Handelshøyskolen BI. Gruppene får veiledning av tilsatte i vitenskaplige stillinger.

Formål med oppgaven
Arbeidet med siviloppgaven skal være en læreprosess hvor studenten gis mulighet til anvendelse av tilegnet kunnskap i forskning og/eller utredning. Arbeidet tar sikte på å gi studenten kunnskaper og ferdigheter i utredningsmetodikk og/eller vitenskapsbasert forskning. Studenten skal kunne utvikle og/eller bearbeide et problem, og kunne legge frem og gjennomføre en utredning som bidrar til problemavklaring , løsning og/eller beslutningsgrunnlag innen gitte tids- og ressursrammer.

Tema for oppgaven
Studenter har selv plikt til å finne problemområder som er egnet til siviloppgaver. Forslag leveres veileder, eventuelt skrives på skjema og veileder godkjenner tema. Studenter i utenlandsk utveksling i 7. semester vil få tilsendt invitasjon til de ulike tematiske opplegg, og forventes å sende inn skriftlige forslag til siviloppgave til foreløpig godkjenning.

Størrelse på arbeidsgrupper
Oppgaven utføres som regel av to eller tre studenter, med mulighet for dispensasjon for individuelt arbeid. Begrunnet søknad må leveres til kursansvarlig. Studentene forventes å delta i tematiske arbeidsgrupper dannet rundt forskningsområder og prosjekter eller spesialiseringsområder. I arbeidsgruppen fremlegges problemstillinger og metodiske utfordringer den enkelte studentgruppe måtte ha til diskusjon.

Tidsplan
Siviloppgaven er en integrert del av selve studiet. Arbeidet med oppgaven representerer en stor del av arbeidsbelastningen i studiets 4. år. Det forventes at oppgaven innleveres innen 1. juni. Muntlig prøving gjennomføres medio/ultimo juni. Begrunnet søknad om utsettelse må være innlevert innen 1. juni. Ny deadline settes av veileder, senest til 15. august. Utsatt muntlig prøving gjennomføres i første uke av september.

Eksamen
Oppgaven skal evalueres av en ekstern sensor og en intern sensor. Siviloppgaven sensureres med en hovedkarakter som skal forsvares gjennom en muntlig eksamen som avholdes 2-3 uker etter innleveringsfristen. Den enkelte må ved denne eksaminasjonen dokumentere sin individuelle innsats. Muntlig eksaminasjon fører normalt kun til justering av karakteren for den skriftlige rapporten.

SPÅ 9856/57 Intercultural Communication in English

Program
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Responsible
Peter Cleaverley

Department
Intercultural Communication and Languages

Term
Fall, Spring

Credits/ECTS Credits
4/12

Intercultural Communication in English consists of the two following courses:
SPÅ 9856 Intercultural Communication in English - Written 2 credits
SPÅ 9857 Intercultural Communication in English - Oral 2 credits

Objective
The course is designed to provide students with an introduction to intercultural communication. Focus is put on how culture impacts on Norway's business relationship with some of its most important trading partners. Developing an understanding of the societies and economies of Britain, and the United States is a central area of emphasis. During the course, students will worke on developing their writting and speaking skills in English with an emphasis on business communication. In addition to negotiating business cases, students will develop their skills in presentation techniques.

Prerequisites
English from upper secondary school or equivalent.

Compulsory literature
SPÅ 9856
Cooper, C.: U.S.Topics : Understanding Contemporary America. 3rd. ed. Oslo: Universitetsforlaget 1999
Gestland, R. R.: Cross-Cultural Business Behavior: Marketing, Negotiating and Managing Across Cultures. 2nd. ed. Copenhagen: Handelshøjskolens forlag 1999
Mole, J.: Mind Your Manners: Managing Culture Clash in the Single European Market. London: Nicholas Brealy 1995
Oakland, J.: British Civilization : An Introduction. 4th. ed. London: Routledge 1998

SPÅ 9857
Fisher, R. and Ury, W.: Getting to Yes : Negotiating an Agreement Without Giving In. 2nd ed. London: Business Books 1991
Rodgers, D.: BusinessCcommunications: International Case Studies in English. New York: Cambridge University Press 1998
Røkaas, F. A.: Business presentations in English. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1996

Recommended literature
Cleaverly, P. and Cooper, C.: SPÅ 9856-57 Intercultural Communication in English: CD-ROM. Sandvika: BI Fjernudervisningen 1999
Cleaverly, P. and Cooper, C.: SPÅ 9856-57 Intercultural Communication in English: Study Guide and Workbook. Sandvika: BI Fjernudervisningen 1999
Hansen, E.: Bedre engelsk forretningsspråk: norsk-engelsk/engelsk-norsk: spesialordbok i økonomisk administrativt fagspråk. 3 utg. Oslo: Bedriftsøkonomens forlag 1995
Mulholland, W.: Contemporary Britain : a brief guide for students. 2nd ed. Oslo: Universitetsforlaget 1995
Sirevåg, T.: American Patterns: The Open Society in Myth and Reality. 3rd. ed. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1994
Bennie, M: Mastering Business English. 4th. ed. Plymouth: How to books 1998
An English-English dictionary, for example: Collins Cobuild, Longman, Webster's or Oxford.
An English-English dictionary in business, for example English: Longman Dictionary of Business English.
Magazines: The Economist, Newsweek or Time.
Students are also recommended to make use of Internet to access information and to keep updated.

Course outline

SPÅ 9856
1. Intercultural Communication
Focuses on concepts used in intercultural communication and examines primarily the American, British, French, German and Japanese business cultures and how they compare with the Norwegian business culture.

2. British and American societies and economies
The main focuse for this section is gaining an understanding of major trends and issues in the British and American societies and economies.

SPÅ 9857
1. Business cases and negotiation techniques
Focuses on problem solving and business negotiations. Cases 4, 5, 6 and 7 from *Business Communications* provide the background for the negotiations, and techniques from *Getting to Yes* should be used as the negotiation strategy.

2. Presentation technique
During the course, students will develop a presentation (approx. seven minutes) on a topic chosen with the help of the course teacher. Students are encouraged to use software tools, such as Power Point, in developing their visual aids.

Computer-based tools
Students are encouraged to use Internet, e-mail and the CD-ROM during the course.

Course structure
The course is 105 hours in duration. Teaching will be partly in the form of lectures and partly in the form of group work. Students are expected to attend all the lessons, participate actively in classroom instruction, and to hand in written work.

Course Structure: Distance learning
The course includes three intensive teaching sessions: one at the start of the term, one during the term and one just before the exam. The distance-learning course makes use of a study guide in addition to the compulsory literature and CD-ROM. The CD-ROM has been produced to provide students with the possibility of working interactively with the major areas of the course. Between the intensive sessions, the course coordinators run the distance-learning course through Internet activities and by providing feedback on assignments sent in through the post or via e-mail.

Evaluation
Students will sit a five-hour written examintaion (SPÅ 98561) and an oral exam of approx. 20 minutes (SPÅ 98571).

The written exam consists of two parts (weigthed equally):
1) intercultural communication
2) the British and American societies and economies
The required tasks may be in the form of a letter, a report or an essay.

The oral exam consists of two parts (weigthed equally):
1) an individual presentation
2)discussion of one of the four cases from *Business Communications* making use of the negotiation strategy in *Getting to Yes.*

Evaluation code(s)
SPÅ 98561 Intercultural Communication in English - Written, accounts for 100% of the final grade in the course SPÅ 9856, 2 credits
SPÅ 98571 Intercultural Communication in English - Oral, accounts for 100% of the final grade in the course SPÅ 9857, 2 credits

Aids at the examination
An English-English dictionary may be used at the written examination. Visual aids are recommended during the presentation part of the oral exam.

Makeup exam
A re-sit is normally held at the end of the next course.

SPÅ 9858/59 Interkulturell kommunikasjon i tysk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Ansvarlig
Egil Schanke

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Deltid: Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Interkulturell kommunikasjon i tysk består av følgende kurs:
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk - Skriftlig 2 vekttall
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk - Muntlig 2 vekttall

Mål
Etter gjennomført kurs skal studentene ha fått et språklig fundament og et kulturelt perspektiv som gir dem grunnlag for å fungere i et tyskspråklig miljø. Kurset skal også gi motivasjon og basis for videre læring.

Forkunnskaper
Tysk fra videregående skole eller tilsvarende. Dersom tyskkunnskapene er fra en tid tilbake, anbefales Forkurs i tysk.

Obligatorisk litteratur
Frønsdal, H.: Tysk grammatikk med øvinger. 4. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1996
Høivik, H. von W. og Schanke, E.: Kompendium i Ausgewählte Themen zur Wirtschafts- und Landeskunde der BRD. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1998
Transparente Landeskunde (skaffes på Handelshøyskolen BI).

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

Briefe gut und richtig schreiben!: Ratgeber für richtiges und modernes Schreiben. 2.aufl. Mannheim: Duden Verlag 1997

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Norwegen, Hamburg: NORTRA. Siste utg. (skaffes på BI)

Anbefalt litteratur
Wahrig, G.: Deutsches Wörterbuch: mit einem "Lexikon der Deutschen Sprachlehre". München: Bertelsmann 1997
Schanke, E.: Norsk-tysk, Tysk-norsk økonomisk - administrativ ordbok. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997

Tillegg til anbefalt litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Materiale til øvingsoppgaver deles ut på kurset.

Emneoversikt for:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

1. Kortfattet oversikt over tysk historie etter 1918
2. Styringsformer, politiske strukturer
3. Massemedia
4. Miljø

5. Kulturkunnskap
6. Arbeids -og næringsliv
7. Økonomiske strukturer, utenrikshandel
8. Et verk fra nyere tyskspråklig skjønnlitteratur, som velges etter avtale mellom kursdeltakere og faglærer

Emneoversikt for:

- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

1. Styrking av allmennspråklige ferdigheter, inklusiv handelskorrespondanse
2. Næringsgeografi
3. Tysk historie, med hovedvekt på tiden etter 1918
4. Politiske strukturer i Tyskland og Norge
5. Litteratur, musikk og arkitektur
6. Tyskland som industri- og handelsnasjon
7. Befolkningsstruktur
8. Arbeidsmarkedet
9. Det offentliges rolle i økonomien
10. Bedriftsstrukturer
11. Organisasjoner i arbeids- og næringsliv

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 105 kurstimer som en kombinasjon av forelesninger og gruppeundervisning. Det forutsettes at studentene er grundig forberedt til kurstimene, da det legges stor vekt på aktiv deltakelse fra hver enkelt. I samråd med foreleser skal studentene presentere et emne fra pensum.

Studietur til Tyskland:
Det arrangeres et kurs i praktisk tysk og interkulturell kommunikasjon i Rendsburg i Tyskland i samarbeid med Nordkolleg Rendsburg. Deltakelse er frivillig, men anbefales sterkt. Kurset varer en uke og er ikke dekket av kursavgiften ved Handelshøyskolen BI.

Eksamen
Kurset har etter 1. semester en fem timers skriftlig eksamen (SPÅ 98581, 2 vekttall) og etter 2. semester en muntlig eksamen (SPÅ 98591, 2 vekttall). Muntlig eksamen består av tre likeverdige deler. Det forutsettes at den kandidatstyrte delen utgjør ca. 1/3 av prøven. De to andre delene består av diskusjon over emner fra Landeskunde og det skjønnlitterære verket.

Eksamenskode
SPÅ 98581 Interkulturell kommunikasjon i tysk - skriftlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9858, 2 vekttall.
SPÅ 98591 Interkulturell kommunikasjon i tysk - muntlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9859, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Tysk-tysk ordbok er tillatt hjelpemiddel under skriftlig eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SPÅ 9860/61 Interkulturell kommunikasjon i fransk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Ansvarlig
Terje Selmer

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Deltid: Høst/Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Interkulturell kommunikasjon i fransk består av følgende kurs:
SPÅ 9860 Interkulturell kommunikasjon i fransk - Skriftlig 2 vekttall
SPÅ 9861 Interkulturell kommunikasjon i fransk - Muntlig 2 vekttall

Mål
Etter gjennomført kurs skal studentene ha fått et språklig fundament og et kulturelt perspektiv som gir dem grunnlag for å fungere i et franskspråklig miljø. Kurset skal også gi motivasjon og basis for videre læring.

Forkunnskaper
Fransk fra videregående skole eller tilsvarende eksamen. Heltidsstudenter som ikke har lest fransk på en stund bør gjennomgå et forkurs på 20 timer. Dette gjennomføres før kursstart på hovedkurset i fransk. Studentene forventes å ha språklige ferdigheter som tilsvarer gjennomgått forkurs før de starter på studiet.

Obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

Le Robert Micro: Dictionnaire d'apprentissage de la langue française. Paris: Le Robert Siste utg.
Ronsjø, E. og Moen, G.: Fransk grammatikk. Rev. utg. Oslo: Gyldendal 1995
Ronsjø, E. og Moen, G.: Arbeidsbok til fransk grammatikk. Rev. utg. Oslo: Gyldendal 1995
Danilo, M., Challe, O. og Morel, P.: Le français commercial. Paris: Presses pocket 1985
Gaspard, G. : Kompendium: Interkulturell kommunikasjon: fransk. Sandvika: BI Forlag Siste utg.
Ca 60 sider skjønnlitterært pensum etter avtale med foreleser

Obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Le Robert Micro: Dictionnaire d'apprentissage de la langue française. Paris: Le Robert Siste utg.
Renner, H., Renner, U. og Tempesta, G.: Le francais du tourisme. CLE International 1993
Veland, B.: Comme ça: aktivitetsgrammatikk i fransk. Oslo: Cappelen 1998
Ca 60 sider skjønnlitterært pensum etter avtale med foreleser

På forkurset benyttes følgende litteratur:
Veland, B.: Comme ça: aktivitetsgrammatikk i fransk. Oslo: Cappelen 1998

Anbefalt litteratur for:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

Michaud, G. og Kimmel, A.: Le nouveau guide France. Paris: Hachette 1996
Selmer, T.: Le français commercial: ordforklaringer - oversettelser - eksamensoppgaver. 4. utg. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1997
Fransk norsk økonomisk administrativ ordbok, Fagbokforlaget, 1999
Norsk-fransk økonomisk ordbok. Oslo: Universitetsforlaget 1993
Et fransk uketidsskrift: f.eks.: L'express, Le Point

Anbefalt litteratur for:

- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Fransk norsk økonomisk administrativ ordbok, Fagbokforlaget, 1999
Norsk-fransk økonomisk ordbok. Oslo: Universitetsforlaget 1993
Selmer, T.: Fransk for reiselivsledelse, BI Forlag, 1998

Emneoversikt for:

- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

1. Fagspråk:
   - økonomisk-administrativt fransk
2. Realia:
   - fransk økonomi, næringsliv, statsforfatning
   - interkulturell kommunikasjon
3. Skjønnlitteratur:

Emneoversikt for:

- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

1. Praktisk fransk grammatikk
2. Skriftlig reiselivskommunikasjon
3. Muntlig kommunikasjon
4. Fransk litteratur

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 105 undervisningstimer. En detaljert fremdriftsplan vil bli forelagt studentene ved kursets begynnelse. Dette gjør det mulig for studentene å være grundig forberedt til kurstimene. Det er en forutsetning, da det legges stor vekt på aktiv deltakelse fra hver enkelt. I samråd med foreleser skal studentene presentere et emne fra pensum til muntlig eksamen.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen (SPÅ 9860, 2 vekttall) og en muntlig eksamen (SPÅ 9861, 2 vekttall).

Skriftlig eksamen består av to oppgaver som vektlegges likt:

1. Oversettelse av en ukjent tekst fra norsk til fransk.
2. Temaoppgaver til valg fra pensum i realia.

Muntlig eksamen består av tre likeverdige deler:

1. Presentasjon av og samtale om kandidatens særemne.
2. Emner fra det faglitterære pensum
3. Skjønnlitteratur

Den kandidatstyrte delen utgjør ca. 1/3 av prøven. De to andre delene består av en diskusjon over et emne valgt av eksaminator (2) og en skjønnlitterær tekst som kandidaten trekker (3).

Eksamenskode
SPÅ 9860 Fransk - skriftlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9860, 2 vekttall.
SPÅ 98611 Fransk - muntlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9861, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Tillatt hjelpemiddel til skriftlig eksamen er: Le Robert Micro: Dictionnaire d'apprentissage de la langue française.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved slutten av påfølgende semester.

SPÅ 9858/59 Interkulturell kommunikasjon i tysk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Markedskandidatstudiet (2.år)

Ansvarlig
Egil Schanke

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Deltid: Vår, Heltid: Høst/Vår

Vekttall
4

Interkulturell kommunikasjon i tysk består av følgende kurs:
SPÅ 9858 Interkulturell kommunikasjon i tysk - Skriftlig 2 vekttall
SPÅ 9859 Interkulturell kommunikasjon i tysk - Muntlig 2 vekttall

Mål
Etter gjennomført kurs skal studentene ha fått et språklig fundament og et kulturelt perspektiv som gir dem grunnlag for å fungere i et tyskspråklig miljø. Kurset skal også gi motivasjon og basis for videre læring.

Forkunnskaper
Tysk fra videregående skole eller tilsvarende. Dersom tyskkunnskapene er fra en tid tilbake, anbefales Forkurs i tysk.

Obligatorisk litteratur
Frønsdal, H.: Tysk grammatikk med øvinger. 4. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1996
Høivik, H. von W. og Schanke, E.: Kompendium i Ausgewählte Themen zur Wirtschafts- und Landeskunde der BRD. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1998
Transparente Landeskunde (skaffes på Handelshøyskolen BI).

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

Briefe gut und richtig schreiben!: Ratgeber für richtiges und modernes Schreiben. 2.aufl. Mannheim: Duden Verlag 1997

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Norwegen, Hamburg: NORTRA. Siste utg. (skaffes på BI)

Anbefalt litteratur
Wahrig, G.: Deutsches Wörterbuch: mit einem "Lexikon der Deutschen Sprachlehre". München: Bertelsmann 1997
Schanke, E.: Norsk-tysk, Tysk-norsk økonomisk - administrativ ordbok. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997

Tillegg tilanbefalt litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Materiale til øvingsoppgaver deles ut på kurset.

Emneoversikt for:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

1. Kortfattet oversikt over tysk historie etter 1918
2. Styringsformer, politiske strukturer
3. Massemedia
4. Miljø
5. Kulturkunnskap
6. Arbeids -og næringsliv

7. Økonomiske strukturer, utenrikshandel
8. Et verk fra nyere tyskspråklig skjønnlitteratur, som velges etter avtale mellom kursdeltakere og faglærer

Emneoversikt for:

- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

1. Styrking av allmennspråklige ferdigheter, inklusiv handelskorrespondanse
2. Næringsgeografi
3. Tysk historie, med hovedvekt på tiden etter 1918
4. Politiske strukturer i Tyskland og Norge
5. Litteratur, musikk og arkitektur
6. Tyskland som industri- og handelsnasjon
7. Befolkningsstruktur
8. Arbeidsmarkedet
9. Det offentliges rolle i økonomien
10. Bedriftsstrukturer
11. Organisasjoner i arbeids- og næringsliv

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 105 kurstimer som en kombinasjon av forelesninger og gruppeundervisning. Det forutsettes at studentene er grundig forberedt til kurstimene, da det legges stor vekt på aktiv deltakelse fra hver enkelt. I samråd med foreleser skal studentene presentere et emne fra pensum.

Studietur til Tyskland:
Det arrangeres et kurs i praktisk tysk og interkulturell kommunikasjon i Rendsburg i Tyskland i samarbeid med Nordkolleg Rendsburg. Deltakelse er frivillig, men anbefales sterkt. Kurset varer en uke og er ikke dekket av kursavgiften ved Handelshøyskolen BI.

Eksamen
Kurset har etter 1. semester en fem timers skriftlig eksamen (SPÅ 98581, 2 vekttall) og etter 2. semester en muntlig eksamen (SPÅ 98591, 2 vekttall). Muntlig eksamen består av tre likeverdige deler. Det forutsettes at den kandidatstyrte delen utgjør ca. 1/3 av prøven. De to andre delene består av diskusjon over emner fra Landeskunde og det skjønnlitterære verket.

Eksamenskode
SPÅ 98581 Interkulturell kommunikasjon i tysk - skriftlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9858, 2 vekttall.
SPÅ 98591 Interkulturell kommunikasjon i tysk - muntlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9859, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Tysk-tysk ordbok er tillatt hjelpemiddel under skriftlig eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SPÅ 9865/66 Spansk

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (2.år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år), Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Ansvarlig
Bente Messel

Institutt
Interkulturell kommunikasjon og språk

Semester
Høst, Vår

Vekttall
4

Spansk består av følgende kurs:
SPÅ 9865 Spansk - Skriftlig 2 vekttall
SPÅ 9866 Spansk - Muntlig 2 vekttall

Studenter på reiselivsstudiet gjennomfører kurset over ett semester (høst), for de øvrige studier gjennomføres kurset over to semester (høst/vår).

Mål
Studentene skal etter gjennomført kurs ha fått god innsikt i det spanske språks formverk, samt grunnleggende kunnskaper om det spanske språkområdets historiske, kulturelle og sosioøkonomiske forutsetninger. Dette grunnlaget skal gjøre studentene i stand til å fungere i et spanskspråklig miljø og gi god motivasjon for videre læring.

Forkunnskaper
Spansk (C-språk) fra videregående skole eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Fernández, J., Fente, R. y Siles, J.: Curso intensivo de español: Ejercicios prácticos: Niveles intermedio y superior. Ed.renovada. Madrid: SGEL 1990
Falk, J., Sjølin, K., och Lerate, D.: Modern Spansk Grammatik. 3. uppl. Stockholm: Almqvist & Wiksell 1994
Falk, J. och Sjølin, K.: Modern spansk grammatik: øvningsbok 1. Solna: Almqvist & Wiksell Læromedel 1973
Falk, J. och Sjølin, K.: Modern spansk grammatik: øvningsbok 2. Solna: Almqvist & Wiksell Læromedel 1974
Kempin, C. C. de: Verbos Españoles. 13th. ed. Lausanne: Payot 1991 (eller annen oversikt over verbalbøyningen)
The Cuthbertson Verb Wheels: Spanish Verbs (kjekk å ha for dem som ikke har verbformene inne).
Masoliver, J. y Vall, B.: Encuentros. Oslo: Gyldendal 1988
Enterría, J. Gómez de : Correspondencia comercial en español. 4a ed. Madrid: SGEL 1995
Uriz, F. y Harling, B.: En España. Edición monolingue. London: Chancerel 1993

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i bank og finans (2.år)*
- *Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering*
- *Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)*

En (kort) roman av en spansk-språklig forfatter, valgt i samråd med foreleser.

Tillegg til obligatorisk litteratur for studenter på:
- *Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (3.år)*

Kompendium: Servicios turísticos

Anbefalt litteratur
Bratli, C.: Spansk - dansk ordbog. København: Munksgaard 1982
Nilsson, K.: Norsk-spansk ordbok. Oslo: Universitetsforlaget 1997
Loennecken, S.: Spansk-norsk ordbok. 2. utg. Oslo: Kunnskapsforlaget 1980
Sopena: Nuevo diccionario de la lengua española, eller tilsvarende spansk-spansk oppslagsverk.
En spansk dags- eller ukeavis, f.eks "El Paìs"
Et spansk uketidsskrift, f.eks. "Cambio 16"

Emneoversikt
1. Allmennspråk: Teoretisk fremstilling av sentral grammatikk, samt skriftlig og muntlig trening av strukturer.
2. Oversettelse: Mest fra norsk til spansk.

3. Fagspråk: Noe forretningsspansk og økonomisk-administrativ spansk (*for reiselivsstudenter:* Handelsspansk med spesiell vekt på språkbruken innen reiseliv).
4. Realia: Bakgrunnskunnskap; historie, kultur og samfunnsforhold.
5. Litteratur: Enkle tekster, ment som grunnlag for språkforståelse og samtale.

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 105 kurstimer, delvis i forelesningsform og delvis som gruppeøvelser. En detaljert fremdriftsplan vil bli utarbeidet til kursets begynnelse, slik at studentene kan være forberedt til hver kurstime. Det legges stor vekt på aktiv deltakelse fra studentenes side i timene. Hver student skal i samråd med foreleser presentere et tema fra realia-pensum ved muntlig eksamen, etter først å ha presentert et selvvalgt tema i klassen i løpet av semesteret. For studenter som ikke har
tilstrekkelige forkunnskaper anbefales BI/NMH`s forkurs i spansk på 100 timer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen (SPÅ 98651, 2 vt.) og en ca 20 minutters muntlig eksamen (SPÅ 98661, 2 vt.).

Skriftlig eksamen består av to deler som vektlegges likt:
1. Ulike grammatiske og/eller andre språklige oppgaver, samt oversettelse av en ukjent tekst fra norsk til spansk. (50%)
2. Tema-oppgaver fra pensum i realia og fagspråk. (50%)

Muntlig eksamen består av tre likeverdige deler:
1. Lesning av og samtale om/med utgangspunkt i en ukjent tekst.
2. Presentasjon av kandidatens valgte tema og spørsmål fra eksaminator..
3. Eksaminatorstyrt samtale om den romanen studenten har valgt.

Eksamenskode
SPÅ 98651 Spansk - skriftlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9865, 2 vekttall.
SPÅ 98661 Spansk - muntlig, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SPÅ 9866, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
En spansk-spansk ordbok er tillatt som hjelpemiddel ved skriftlig eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

STR 9634 Strategisk ledelse

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Kursansvarlig
Fred Wenstøp, Bente Løwendahl

Institutt
Strategi

Semester
Heltid:Høst

Vekttall
3

Mål
Kurset skal gi studentene god innsikt i strategisk ledelse, inkludert ledelse og utvikling av organisasjonens ressurser. I kurset vektlegges problemer og metoder knyttet til utvikling innenfor ulike typer bedrifter, både små og store, og innenfor ulike sektorer og bransjer. Kurset har således en integrerende funksjon i forhold til andre fag som økonomistyring, logistikk, organisasjon og markedsføring. Kurset vil også behandle beslutninger og beslutningsprosesser. Målet er å gi studentene grunnleggende innsikt i praktiske fremgangsmåter i situasjoner med målkonflikter.

Forkunnskaper
Generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur
Roos, G., Krogh, G. von, Roos, J.: Innføring i Strategi. 2.utg. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget 1997
Roos, G. (red.): Casesamling i strategi. Bergen: Fagbokforlaget 1996
Utdelt materiale.

Anbefalt litteratur
Gottschalk, P. og Wenstøp, F.: Kvantitativ beslutningsanalyse for ledere og planleggere. Del 2: Preferanseanalyse. 3. utg. Oslo: Universitetsforlaget 1988

Emneoversikt
1. Oversikt over den strategiske ledelsesprosess. Strategibegrepet
2. Strategi i et historisk og regionalt perspektiv
3. Analyse av ressurser
4. Mål
5. Strategialternativer
6. Strategievaluering og valg
7. Beslutningstaking
8. Planlegging og allokering av ressurser
9. Organisasjonsdesign
10. Kulturutvikling, deltakelse og engasjement
11. Utforming av styrings og kontrollsystemer
12. Gjennomføring av kontroll
13. Strategiske allianser, oppkjøp og samarbeid

Dataverktøy
Det anbefales å bruke dataverktøy.

Anbefalt programvare
Excel, Pro&Con for Excel. Programvaren med bruksanvisning vil bli gjort tilgjengelig for BIs studenter.

Gjennomføring
Kurset gjennomføres over 54 kurstimer. Gjennomføringen skjer med forelesning, diskusjon, prosjektarbeid, studentpresentasjoner og veiledning i forbindelse med prosjektoppgaven.
Studentene skal arbeide i grupper med en selvvalgt organisasjon der de skal utvikle et strategisk rammeverk og foreta en konkret beslutningsanalyse gjerne med støtte av programvare. Retningslinjer og krav til prosjektarbeidet vil deles ut ved kursets begynnelse. Hver gruppe skal på et tidlig tidspunkt presentere sitt forslag til prosjektarbeid for

klassen i form av organisasjon, visjon, forretningside, målhierarki og handlingsalternativ. Hensikten er å skape et aktivt læringsmiljø rundt konkrete problemstillinger, og at studentene som presenterer får konstruktiv kritikk både fra klassen og fra foreleser.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en prosjektoppgave. Inntil tre studenter kan gå sammen om et felles prosjektarbeid. Prosjektarbeidet skal gi studentene anledning til, gjennom eget arbeid, å sette teori inn i en praktisk sammenheng.

Eksamenskode
STR 96341 Strategisk ledelse - Prosjektoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset STR 9634, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjon skjer ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SØK 8400 Makroøkonomi

Studium
Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1. år), Diplomøkonomstudiet i logistikk (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig
Bjarne Ytterhus

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid: Høst/vår, Modul: Vår

Vekttall
2

Mål
Kurset er et innføringskurs i makroøkonomi og skal med basis i sosialøkonomisk tankegang, begrepsapparat og teori gi:

- Grunnlag for lesning og tolkning av samfunnsøkonomiske problemstillinger i fagpresse og media
- Skape forståelse for hvordan samspillet mellom den offentlige og den private sektor i økonomien frembringer det resultatet vi daglig observerer
- Redegjøre for markedsmekanismene (etterspørsel, tilbud), nasjonalregnskap, inntektsteori og sammenhenger mellom real og pengemarkedene samt valutamarkedene

Forkunnskaper
Det er ingen spesiell krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur
Ytterhus, B. E.: Samfunnsstyring og økonomisk politikk.6. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997.
Grønn, E.: Samfunnsøkonomiske emner. 3. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1998

Anbefalt litteratur
Stortingsmelding nr. 1: Nasjonalbudsjettet 2000 (kommer i oktober `99).
Synnestvedt, T. og Ytterhus, B. E.: Oppgavehefte i makroøkonomi. 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997.

Emneoversikt

1. Oversikt over økonomifaget
   - mikro og makroøkonomi
   - marked, tilbud, etterspørsel, likevekt
2. Elementær makroøkonomi
   - nasjonalregnskapsbegreper
   - økonomisk vekst og bærekraftig utvikling
   - Keynes' enkle multiplikatormodell
   - eksport og import
3. Penge- og finanspolitiske begreper
   - om pengemarkedet
   - ISLM-modellen i en lukket økonomi
   - det offentliges budsjettbalanse
   - finans og pengepolitikk i praksis
4. Stabiliseringspolitikk i en åpen økonomi
   - valutamarkedet
   - finans- og pengepolitikk ved fast/flytende valutakurs
5. Utdyping av de enkle makromodellene
   - inflasjon, Phillipskurven
   - AD/AS-modellen

Dataverktøy
Bruk av dataverktøy er ikke obligatorisk i kurset. Dataverktøy kan imidlertid brukes til å eksemplifisere og visualisere en rekke av kursets sentrale problemstillinger. For de studenter som ønsker det, vil det ved eksamen bli anledning til å bruke dataverktøy. Det anbefales at man da disponerer egen PC.

Anbefalt programvare
Vidvei, T. og Ytterhus, B. E.: MAKRO versjon 2.00. Dataverktøy i makroøkonomi. Oslo: Bedriftsøkonomens Forlag 1992 eller senere utgave.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Gjennomføringen baserer seg på forelesninger over 42 timer.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en hjemmeeksamen på 72 timer som løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Det er tillatt å bruke dataverktøy til å løse eksamensoppgavene der det er hensiktsmessig.

Eksamenskode
SØK 84001 Makroøkonomi - Hjemmeeksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SØK 8400, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SØK 9354 Mikroøkonomi

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år), Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Solveig Lothe

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Vår, Fjernundervisning: Vår, Heltid:Høst

Vekttall
2

Mål
Kursets formål er å trene studentene i systematiske analyser av konsumenter og bedrifters atferd i ulike markedsmessige situasjoner ved å vise hvordan samspillet mellom etterspørsel- og tilbudssiden bestemmer markedsprisen og omsatt kvantum. Det legges også vekt på å utvikle metoder til å kunne avgjøre om de forskjellige markedsmessige ordningene utnytter ressursene på en god og effektiv måte.

Forkunnskaper
Grunnfag i bedriftsøkonomi eller grunnfag i markedsøkonomi ved Handelshøyskolen BI eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L.: Microeconomics. 4th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1998. (Utvalgte deler).
Grønn, E.: Norsk og internasjonal luftfart: en mikroøkonomisk case-studie. Sandvika: BI Forlag 1999

Anbefalt litteratur
Grønn, E.: Mikroøkonomi: formler og oppgaver. 4.utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1998

Emneoversikt
1. Introduksjon til mikroøkonomisk analyse
2. Elementær markedsøkonomi: tilbud og etterspørsel
3. Teori om konsumentenes tilpasning
   - Busjettbetingelsen og konsumentens preferanseordning
   - Virkning av pris- og inntektsendringer
   - Etterspørselsfunksjoner og elastisiteter
4. Teori om bedrifters tilpasning
   - Produksjonsteori
   - Optimal bruk av innsatsfaktorer
   - Kostnadsteori
   - Profittmotivet
5. Teorier om hvordan markedene fungerer
   - Fri (perfekt) konkurranse
   - Monopol
   - Oligopol
   - Spill
6. Markedenes allokering av samfunnets ressurser

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
Kurset foreleses over 42 timer.
Studentene kan ikke regne med at alle deler av det skriftlige pensum dekkes gjennom forelesningene.

Fjernundervisning

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
SØK 93541 Mikroøkonomi - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SØK 9354, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
En ikke-programmerbar kalkulator er tillatt.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen neste semester.

SØK 9612 Bank og samfunn

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år)

Ansvarlig
Terje Synnestvedt, Anders Tveit, Sverre Knutsen

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Heltid: Høst

Vekttall
5

Mål
Kurset skal gi studenten perspektiv på næringsutvikling og kunnskap om samfunnsmessige forhold og sammenhenger som er sentrale for en medarbeider i bank. Målsettingen oppnås ved at studentene går igjennom de to delkursene Mikro- og makroøkonomi/offentlig økonomi og Bankenes rolle i samfunnet i et langtidsperspektiv.

Forkunnskaper
Kurset bygger på kunnskaper tilegnet på bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende studium.

Obligatorisk litteratur
DELKURS 1: Mikro- og makroøkonomi/offentlig økonomi

Mål
Målet med kursets del 1 er å gi studenten innsikt i konsumenters og bedrifters tilpasning i ulike markedsmessige situasjoner, og vurdere konsumenters og bedrifters innvirkning på allokeringen av samfunnets ressurser, samt velferdsmessige konsekvenser av ulike markedsformer. Det tas sikte på å drøfte behovet for offentlige inngrep i en markedsøkonomi, redegjøre for konsekvensene av markedssvikt og gi innsikt i metoder til bruk i samfunnsplanlegging.

Kurset skal videre utdype studentens kunnskaper innen sentrale samfunnsøkonomiske problemstillinger fra bedriftsøkonomstudiet, blant annet penge- og kredittmarkedenes innvirkning på realøkonomiske forhold, ulike anbefalinger om økonomisk politikk i en åpen økonomi og dessuten valutakurspolitikk.
Kurset inneholder også en makroøkonomisk simulasjonsmodell hvor studentene "overtar" ledende stillinger i regjering, sentralbank, bank, bedrift, miljøorganisasjon og fagforening.

Obligatorisk litteratur
Dedekam, A. jr.: Makroøkonomi. 2. utg Oslo: Universitetsforlaget 1996
Pindyck, R.S. and Rubinfeld, D.L.: Microeconomics. 4th ed. Saddle River, N.J.: Prentice-Hall 1998
Dessuten samfunnssimulasjonsmodellens manual og artikler som blir oppgitt ved semesterstart.

Emneoversikt
Emnene er organisert i tre deler:

1. Mikroøkonomi
   - introduksjon til mikroøkonomisk analyse
   - Etterspørrere, tilbydere og markeder
   - Teori om konsumenters tilpasning
   - Virkning av pris- og inntektsendringer
   - Teori om bedrifters tilpasning
   - Optimal bruk av innsatsfaktorer
   - Kostnadsteori
   - Profitmotivet
   - Teori om hvordan markedene fungerer
   - Fri konkurranse
   - Monopolistisk konkurranse
   - Monopol
   - Markedenes allokering av ressurser
2. Makroøkonomi
   - IS-LM-modellen

- Mundell-Flemmingmodellen
- AD-AS-modellen
- Phillipskurven
- Makroøkonomisk politikk i åpne økonomier

3. Offentlig økonomi
   - Den offentlige sektors rolle i en økonomi som den norske
   - Frikonkurransemodellens optimalitetsegenskaper
   - Markedsimperfeksjoner (Eksternaliteter, Kollektive goder, Imperfekt informasjon, Naturlig monopol m.v.)
   - Skatteteori

DELKURS 2: Bankenes rolle i samfunnet i et langtidsperspektiv

Mål
Kursets del 2 har som mål å gi studentene kunnskap og innsikt om bank- og finansinstitusjonenes rolle i samfunnsøkonomien i historisk perspektiv.

Obligatorisk litteratur
Bergh, T. et. al.: Norge fra u-land til i-land: vekst og utviklingslinjer 1830-1980. Oslo: Gyldendal 1983 (Side 7-70, 106-235)
Knutsen, S.(red.): Artikkelsamling: Bank og samfunn del 2. Sandvika: Handelshøyskolen BI. Senter for finansutdanning 1999
Amdam, R.P., Knutsen, S. og Thue, L..: Bedrift og Samfunn. Bergen: Fagbokforlaget 1998. (Kap.2,3,4 og 5).
Dessuten artikler som oppgis ved semesterstart. Det tas forbehold om pensumendring hvis det skjer endring fra forlag mv.

Emneoversikt
1. Langtidslinjer i norsk økonomisk historie
2. Fremveksten av moderne bank- og finansinstitusjoner 1850-1920
   - utviklingen av norske forretnings- og sparebanker 1850-1920
   - utviklingen av ulike typer banksystemer: " universal-banking" vs. " Deposito-banking"
   - hvorfor har vi banker ?
3. Bank, bedrift og økonomisk utvikling
   - institusjoner, innovasjoner og økonomisk vekst
   - bank- og industrifinansiering
   - Kredittvurdering og utlånspraksis i historisk perspektiv
4. Pengepolitikk og valutaregimer
   - Den klassiske gullstandarden og gullstandarden i mellomkrigstiden
   - Finansinstitusjonene, Bretton Woods og endringene i etterkrigstidens valutaregimer
5. Finansielle kriser
   - bank- og forsikringskrisen i 1920-årene og bankkrisen 1987-1992. En sammenligning
6. Regulering og tilsyn:
   - Hovedlinjer og vendepunkter i norsk banklovgivning
   - Det offentlige tilsynet med finansinstitusjonene
7. Det regulerte marked. Bankene og norsk kredittpolitikk 1945-85
   - bankene og avtalesystemet
   - kartellisering og prisavtaler
   - styringen av kapitalmarkedene, kredittrasjonering
8. Internasjonalisering og omstilling i bank- og finansnæringen
   - konsentrasjon, fusjoner
   - globalisering av finansnæringen
   - dereguleringen av finansmarkedene
   - bankkrisen 1987-1992
   - finansielle supermarked, bransjeglidning
   - bankvesenets fremtidsmuligheter i historisk perspektiv

Dataverktøy
Det gjøres bruk av samfunnssimulasjonsmodell i delkurs 1.

Gjennomføring
Kurset foreleses i totalt 105 kurstimer.
Kurset gjennomføres med to delkurs:

Delkurs 1:	Mikro- og makroøkonomi/offentlig økonomi	3 vekttall
Delkurs 2:	Bankenes rolle i samfunnet i et langsiktig perspektiv	2 vekttall

Eksamen
SØK 9612 Bank og samfunn avsluttes med en fire timers individuel skriftlig eksamen i delkurs 1 og innlevering av fagoppgave over en uke i delkurs 2. Fagoppgaven løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode
SØK 96123 Bank og samfunn - Skriftlig eksamen, teller 60% for å oppnå karakter i kurset SØK 9612, 5 vekttall.
SØK 96122 Bank og samfunn - Fagoppgave, teller 40% for å oppnå karakter i kurset SØK 9612, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Tillatt hjelpemiddel til eksamen er en ikke-programmerbar kalkulator.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SØK 9624 Makroøkonomi

Studium
Sivilmarkedsførerstudiet (2. år)

Kursansvarlig
Bjarne Ytterhus

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
NMH: Vår

Vekttall
2

Mål
Makroøkonomisk teori tar for seg modeller for den samlede økonomiske virksomheten i samfunnet. Med utgangspunkt i makroøkonomiske totalstørrelser som produksjon, sysselsetting, konsum, prisnivå o.l. studeres sentrale makroøkonomiske problemer, samt hvordan myndighetene kan påvirke den økonomiske utviklingen gjennom økonomisk politikk. Teorier for konjunkturbevegelser, forbruksetterspørsel og utenriksøkonomi er eksempler på deler av makroøkonomien som er høyst relevant for markedsførere. Målet med kurset er å gi studentene en grunnleggende forståelse og innsikt i sentrale makroøkonomiske problemstillinger.

Forkunnskaper
Ingen spesielle.

Obligatorisk litteratur
Dornbusch R., S. Fischer & R. Startz. 1998. *Macroeconomics.* 7th.ed. New York: Irwin/MacGraw-Hill.

Anbefalt litteratur
Ytterhus, B.E. *Samfunnsstyring og økonomisk politikk.* 6. utg. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag 1997.
Synnestvedt T., B.E. Ytterhus. *Oppgavehefte i Makroøkonomi.* 2. utg. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag 1997.

Emneoversikt
1. Introduksjon
2. Nasjonalregnskap
3. Økonomisk vekst
4. Ledighet, inflasjon og tilpasning på lang sikt
5. Enkle Keynesmodeller
6. IS-LM i en lukket økonomi
7. Økonomiens tilpasning i en åpen økonomi
8. Tilbudssiden i økonomien
9. Makroøkonomisk politikk

Dataverktøy
Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring
Kurset foreleses over 45 timer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode
SØK 96241 Makroøkonomi - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset SØK 9624, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

SØK 9711 Offentlig økonomi

Studium
Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon - (ARF), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2.år)

Kursansvarlig
Erik Grønn

Institutt
Samfunnsøkonomi

Semester
Deltid: Vår, Fjernundervisning: Vår, Heltid: Vår

Vekttall
2

Mål
Målet med kurset er å utvikle en forståelse for hvorfor vi har en offentlig sektor i en økonomi som den norske. Kurset vil starte med å gi en kort beskrivelse av hva den offentlige sektor i Norge faktisk gjør - hvor stor den offentlige sektor er og hvilke oppgaver den utfører. Deretter blir det en grundig gjennomgang av normative problemstillinger; som hvor stor bør den offentlige sektor være og hvilke oppgaver er den offentlige sektor spesielt godt rustet til å ha ansvaret for? Utgangspunktet for å gi begrunnelser for offentlige inngrep i en økonomi er forskjellige former for markedsimperfeksjoner, som eksterne virkninger, kollektive goder, imperfekt informasjon og naturlig monopol. Kurset vil også prøve å legge grunnlaget for en debatt om avveiningene mellom effektivitetshensyn og fordelingshensyn. Av mer spesielle emner som tas opp i kurset kan en trekke frem forståelsen av markedsøkonomiers funksjonsmåte, privatiseringsdebatten, miljøøkonomi, skatteøkonomi og nyttekostnadsanalyse.

Forkunnskaper
For å kunne avlegge eksamen i SØK 9711 Offentlig økonomi bør studenten ha fullført grunnfag i bedriftsøkonomi BI eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur
Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L.: Microeconomics. 4th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1998 (Part IV, Ch. 16, 17, 18 og deler av Ch. 10 og 11)
Grønn, E.: Nytte-kostnads-analyse. 2.utg. Oslo: Bedriftsøkonomens forlag 1991. (Utvalgte deler)
Førsund, F. og Strøm, S.: Miljø-økonomi. 3.utg. Oslo: Universitetsforlaget 1996. (Utvalgte deler)

Anbefalt litteratur
Grønn, E. og Synnestvedt, T.: Oppgaver i offentlig økonomi: med løsninger. 2.utg. Oslo: Cappelen akademiske forlag 1998

Emneoversikt
1. Generelt om den offentlige sektor
2. Frikonkurransemodellens optimaliseringsegenskaper
3. Markedssvikt (Eksternaliteter, Kollektive goder, Imperfekt informasjon, Naturlig monopol m.v.)
4. Kan offentlig styring og inngrep erstatte markedet? (Offentlige imperfeksjoner vs. private imperfeksjoner)
5. Nyttekostnadsanalyse
6. Skatteøkonomi
7. Miljøøkonomi

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid
42 timers forelesninger med regneøvelser.

Fjernundervisning
Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Fjernundervisningen benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med

fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinsendingsprogram.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
SØK 97111 Offentlig økonomi - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset SØK 9711, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ikke-programmerbar kalkulator

Kontinuasjon
Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Spesialisering: Prosjektadministrasjon

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år), Etter- og videreutdanningen

Ansvarlig
Erling S. Andersen

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 2530	Prosjektadministrasjon	5 vekttall
DIP 2530	Diplomoppgave i prosjektadministrasjon	5 vekttall

Mål
Målet med spesialiseringen er å gi fremtidige prosjektledere og prosjektdeltakere en konkret innføring i hva det vil si å planlegge, organisere og følge opp prosjekter slik at de lykkes i å nå sine mål. Innføring i vanlig metodeverktøy for å planlegge, organisere og vurdere ulike typer prosjektarbeid vil utgjøre sentrale deler av undervisningen.

Obligatorisk litteratur
Andersen, E.S., Grude, K. V. og Haug, T.: Målrettet prosjektstyring. 4. utg. Bekkestua: NKI-forlaget 1998
Graham, R.J.: Project management as if people mattered. Bala Cynwyd, Pa.: Primavera Press. 1989
Jessen, S.A.: Mer effektivt prosjektarbeid i offentlig og privat virksomhet. Oslo: Tano Aschehoug 1998
Lockyer, K. & Gordon, J.: Project management and project network technicques. 6th ed. London: Pitman Publishing 1996

Emneoversikt
Emnene i spesialiseringen og forelesningene er organisert i åtte deler. De to første delene omhandler prosjektkonseptet og den overordnede strukturering og målsetting av prosjektarbeid. De to neste omfatter den detaljerte prosjektplanleggingen. De to etterfølgende tar for seg prosjektgjennomføringen og -kontrollen. De to siste omhandler prosjektorganisering og samarbeid, med særlig vekt lagt på rapportering og oppfølging av prosjektarbeid.

Et særtrekk ved opplæringen er at studentene skal følge og evaluere et igangværende prosjekt gjennom hele undervisningsperioden. Diplomoppgaven skal være selvvalgt og i prinsippet bringes inn i programmet av studenten selv. Inntil tre studenter kan gå sammen om en slik oppgave.

1. Prosjektkonseptet
2. Prosjektstrategi
3. Prosjektplanleggingsteknikk
4. Den detaljerte prosjektplanleggingen
5. Prosjektgjennomføring og -kontroll
6. Risikovurderinger
7. Prosjektorganisering
8. Prosjektledelse

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen består av to kurs:

DST 2530	Prosjektadministrasjon	5 vekttall
DIP 2530	Diplomoppgave i prosjektadministrasjon	5 vekttall

- **DST 2530 Prosjektadministrasjon**

Kurset undervises med 128 kurstimer over to semestre. Gjennomføringen skjer ved en blanding av forelesninger, gruppearbeid og gruppepresentasjoner. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- DST 2531 Prosjektadministrasjon 1 - høst
- DST 2532 Prosjektadministrasjon 2 - vår

Eksamen

Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen. Eksamen vil omfatte alle forhold som er forelest og drøftet i undervisningen, slik at studentene må forvente å bli prøvet i alle emneområdene som inngår i spesialiseringen.

Eksamenskode:

DST 25301 Prosjektadministrasjon, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 2530, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Programmerbar kalkulator.

- **DIP 2530 Diplomoppgave i prosjektadministrasjon**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "Vitenskapsteori" og 12 timer "Utredningsmetodikk". De resterende 32 timene benyttes til veiledning. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- DIP 2531 Diplomoppgave i prosjektadministrasjon 1 - høst
- DIP 2532 Diplomoppgave i prosjektadministrasjon 2 - vår

Eksamen

Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Grupper på inntil tre studenter kan levere en felles diplomoppgave.

Eksamenskode:

DIP 25301 Diplomoppgave i prosjektadministrasjon, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 2530, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialisering 10 vekttall 1999/2000

Kurs-kode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset:	Eksamens-form	Semester
DST 2530	DST 25301	Prosjektadministrasjon	100%	E 5t	Vår
DIP 2530	DIP 25301	Diplomoppgave i prosjektadministrasjon	100%	D	Vår

D = Diplomoppgave, E = Skriftlig eksamen

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Markedsføring

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Etter- og videreutdanningen

Ansvarlig
Erik B. Nes, Harald Biong

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 1930	Markedsføring	5 vekttall
DIP 1930	Diplomoppgave i markedsføring	5 vekttall

Mål
Målet med spesialiseringen er å gi studentene kunnskaper og innsikt i markedsføring som funksjonsområde i bedrifter og organisasjoner. Markedsføringens betydning øker i takt med økende internasjonal konkurranse. Spesialiseringen dekker sentrale områder i markedsføringsfaget. Den gir et godt grunnlag for utøvelse og ledelse av markedsføringen og kompetanse i markedsorientert ledelse.

Emneoversikt og obligatorisk litteratur
Emnene i spesialiseringen organiseres slik at markedsføring på bedriftsmarkedet, forbrukeratferd og det innledende arbeidet med diplomoppgaven finner sted i høstsemesteret. Markedskommunikasjon og distribusjonsledelse foreleses i vårsemesteret.

Del 1 Markedsføring på bedriftsmarkedet (32 timer)
1. Markedsinndelinger, produktkarakteristika
   - Spesielle trekk ved bedriftsmarkedet
2. Organisasjoners kjøpsatferd
3. Relasjoner og partnerskap
4. Industriell segmentering og posisjonering
5. Bruk av konkurransemidler på bedriftsmarkedet
   - Personlig salg og salgsledelse
6. Strategi og innovasjon

Obligatorisk litteratur
Webster, F.E.: Industrial Marketing Strategy. 3rd ed. New York: Wiley 1991.

Del 2 Forbrukeratferd (32 timer)
1. Forbrukeratferd - grunnleggende begreper
   - Historisk utvikling av området, * Praktisk bruk av teori, *Markedssegmentering
2. Individuelle faktorer i forbrukeratferden
   - Motivasjon og personlighet, *Livsstil, *Persepsjon, *Læring, *Innstillinger
3. Gruppeinnflytelser på forbrukeratferden
   - Referansegrupper, *Familien som beslutningsenhet, *Samfunnsklasse, *Kulturforhold
4. Forbrukerne
   - Personlige innflytelse og opinionslederskap
   - Innovasjonsspredning
   - Stadier i beslutningsprosessen

Obligatorisk litteratur
Thjømøe, H.M.: Forbrukeratferd. 6. utg. Tano eller Singularis 1999

Del 3 Markedskommunikasjon (32 timer)
1. Innledning til markedskommunikasjon
2. Markeder og aktørgrupper
3. Generell kommunikasjonsteori
4. Psykologiske, sosiologiske og økonomiske teorier om kommunikasjonsprosessen
5. Markedssegmentering og målgruppeanalyser
6. Budskapet; idègrunnlag og utforming

7. Effektmålinger og resultatkontroll
8. Medievalg og mediebruk
9. Samfunnsinformasjon og politisk reklame
10. Fremtidsperspektiver på markedskommunikasjon

Obligatorisk litteratur
Helgesen, T.: Markedskommunikasjon: prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning. 4. utg. Oslo: Cappelen Akademisk forlag 1998

Del 4 Distribusjonsledelse (32 timer)
1. Distribusjonsfunksjonene
2. Detalj- og engrosleddet
   - Struktur, lokalisering og informasjonssystem
3. Vertikal organisering, kjeder og maktfordeling
4. Ledelse av vertikale relasjoner

Obligatorisk litteratur
Gripsrud, G. og Nygaard, A.: Markedsføringskanaler. 2.utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1997

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Spesialiseringen, 10 vekttall har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen består av to kurs:

DST 1930	Markedsføring	5 vekttall
DIP 1930	Diplomoppgave i markedsføring	5 vekttall

- **DST 1930 Markedsføring**

Kurset undervises med 128 kurstimer over to semestre. Mellom samlingene vil studentene arbeide med pensum og caseoppgaver. Gjjennomføringen skjer ved en blanding av forelesninger, seminarer, gruppearbeid og gruppepresentasjoner. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DST 1931 Markedsføring 1 - høst
- DST 1932 Markedsføring 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen. Til eksamen vil studentene bli prøvet i alle emneområder som inngår i spesialiseringen.

Eksamenskode:
DST 19301 Markedsføring, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 1930, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt.

- **DIP 1930 Diplomoppgave i markedsføring**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "Vitenskapsteori" og 12 timer "Utredningsmetodikk". De resterende 32 timene benyttes til veiledning. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DIP 1931 Markedsføring 1 - høst
- DIP 1932 Markedsføring 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Diplomarbeidet skal gi studentene anledning til, gjennom eget arbeid, å sette teori inn i en praktisk sammenheng. Grupper på inntil tre studenter kan gjennomføre et felles diplomarbeid.

Eksamenskode:
DIP 19301 Diplomoppgave i markedsføring, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 1930, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialisering 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamenskode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset	Eksamen	Semester
DST 1930	DST 19301	Markedsføring	100%	E 5t	Vår
DIP 1930	DIP 19301	Diplomoppgave i markedsføring	100%	D	Vår

D = Diplomoppgave E = Skriftlig eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Logistikk - Supply Chain Management

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år), Etter- og videreutdanningen

Ansvarlig
Helge Virum

Institutt
Logistikk og markedsføring

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 1730	Logistikk- Supply Chain Management	5 vekttall
DIP 1730	Diplomoppgave i Logistikk- Supply Chain Management	5 vekttall

Mål
Spesialiseringen skal gi studentene dyptgående, ledelsesorientert kunnskap om utvikling og ledelse av interorganisatoriske leveringskjeder og om bedriftsintern logistikk. Kurset fokuserer på de fysiske og administrative prosesser som er knyttet til det å anskaffe, håndtere, lagre, planlegge produksjon, transportere og levere vare på en måte som oppfyller kundenes servicekrav på en kostnadseffektiv måte.

Forkunnskaper
Studentene skal på forhånd ha bestått MAD 9214 Logistikk eller ha tilegnet seg tilsvarende logistikkunnskaper på en annen måte.

Obligatorisk litteratur
Arnold, J.R.T.: Introduction to materials management. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall 1998
Christopher, M.: Marketing logistics. Oxford: Butterworth-Heinemann 1997
Gattorna, J.L. og Walters, D.W.: Managing the supply chain: a strategic perspective. Hampshire: Macmillian 1996
Weele, A.J. van: Purchasing management: analysis, planning and practice. London: Chapman & Hall 1994
Artikler, forelesningsnotater

Anbefalt litteratur
Grønland, S.E.: Logistikkledelse. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1998.

Emneoversikt
Emnene i spesialiseringen og forelesningene organiseres i fem deler:
1. Interorganisatoriske leveringskjeder - Supply Chain Management - 44 timer
2. Innkjøp og materialforsyning - 36 timer
3. Markedsorientert logistikk - 20 timer
4. Strategisk logistikk - 14 timer
5. Planlegging og kontroll av produksjonsprosesser - 14 timer

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen består av to kurs:

DST 1730	Logistikk - Supply Chain Management	5 vekttall
DIP 1730	Diplomoppgave i Logistikk - Supply Chain Management	5 vekttall

- **DST 1730 Logistikk - Supply Chain Management**

Kurset undervises med 128 kurstimer over to semestre. Gjennomføringen skjer ved en blanding av forelesninger, gruppearbeid og gruppepresentasjoner. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DST 1731 Logistikk- Supply Chain Management 1 - høst
- DST 1732 Logistikk- Supply Chain Management 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen. Til eksamen vil studentene bli prøvet i alle emneområder som inngår i spesialiseringen.

Eksamenskode:
DST 17301 Logistikk- Supply Chain Management, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 1730, 5 vekttall

Hjelpemidler til eksamen
Ikke-programerbar kalkulator.

- **DIP 1730 Diplomoppgave i Logistikk - Supply Chain Management**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "Vitenskapsteori" og 12 timer "Utredningsmetodikk". De resterende 32 timene benyttes til veiledning. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DIP 1731 Diplomoppgave i Logistikk- Supply Chain Management 1 - høst
- DIP 1732 Diplomoppgave i Logistikk- Supply Chain Management 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Diplomarbeidet skal gi studentene anledning til, gjennom eget arbeid, å sette teori inn i praktisk sammenheng. Grupper på inntil tre studenter kan gjennomføre et felles diplomarbeid.

Eksamenskode:
DIP 17301 Diplomoppgave i Logistikk- Supply Chain Management, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 1730, 5 vekttall

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurs-kode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosent-andel av kurset:	Eksamens-form	Semester
DST 1730	DST 17301	Logistikk- Supply Chain Management	100%	E 5t	Vår
DIP 1730	DIP 17301	Diplomoppgave i Logistikk- Supply Chain Management	100%	D	Vår

D = Diplomoppgave, E = Skriftlig eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Menneskelig ressursforvaltning (Human Resource Management)

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år), Etter- og videreutdanningen

Ansvarlig
Geir Kaufmann

Institutt
Kompetanseledelse

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 1440 Menneskelig ressursforvaltning	5 vekttall
DIP 1440 Diplomoppgave menneskelig ressursforvaltning	5 vekttall

Mål
Spesialiseringen i menneskelig ressursforvaltning har som mål å gi studentene innsikt i og oversikt over de viktigste ideer og praktiske teknikker innenfor området menneskelig ressursforvaltning. Kurset har til hensikt å øke studentenes interesse og kunnskap for arbeid innen personalfeltet, uavhengig av bransje, offentlig eller privat sektor. Kurset tar sikte på å gi forståelse for betydningen av den "menneskelige kapital" for verdiskapingen i moderne virksomheter.

Emneoversikt
Emnene i spesialiseringen organiseres i fem deler. Den første delen omhandler strategisk personalledelse. Andre del omhandler kompetanse og ytelse, tredje del samspill og relasjoner i arbeidslivet, fjerde del endring og omstilling, og femte del omhandler lederrollen og dens betydning for iverksetting av kunnskaper om menneskelig ressursforvaltning.

Del 1. Strategisk personalledelse (28 timer)

- Strategisk personalledelse - oversikt over temaet
- Strategi og personalpolitikk
- Lederens nye personalansvar
- Sentrale menneskelig ressursstrategier
- Etikk og relasjoner i arbeidslivet

Obligatorisk litteratur
Leopold, J., Harris, L., & Watson, T.: Strategic human resourcing. London: Pitman Publishing 1999
Nordhaug, O.: Strategisk personalledelse: utvalgte emner. 4. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 1, 2, 3, 5, 11)
Nordhaug, O.: Målrettet personalledelse: en grunnleggende innføring. 2. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap.1, 2, 3, 4)

Del 2. Kompetanse og ytelse (25 timer)

- Personalplanlegging og kompetanseanalyse
- Mobilisering av eksisterende kompetanseressurser
- Læring og utvikling av ny kompetanse
- Anskaffelse, rekruttering og utvelgelse
- Outsourcing
- Evaluering og oppfølging av kompetansetiltak

Obligatorisk litteratur
Lai, L.: Strategisk kompetansestyring. Bergen: Fagbokforlaget 1997
Nordhaug, O..: Strategisk personalledelse: utvalgte emner. 4. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 6, 7, 8, 13)
Nordhaug, O.: Målrettet personalledelse: en grunnleggende innføring. 2. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 5, 7, 9)
Arnold, J., Cooper, C.L., & Robertson, I.T.: Work psychology: understanding human behavior in the workplace. 3rd ed. London: Pitman Publishing 1998 (Kap. 5, 7, 8, 10, 11, 15)

Del 3. Samspill og relasjoner i arbeidslivet (25 timer)

- Selvoppfatning og opplevelse av andre mennesker
- Individet i gruppen
- Team og teambygging
- Psykososialt arbeidsmiljø

- Organisasjonskultur
- Etikk og spilleregler i arbeidslivet

Obligatorisk litteratur
Arnold, J., Cooper, C.L., & Robertson, I.T.: Work psychology: understanding human behavior in the workplace. 3rd ed. London: Pitman Publishing 1998 (Kap. 9, 12, 13, 17, 18)
Bang, H.: Organisasjonkultur. 3. utg. Oslo: Tano 1995 (Kap. 1, 2, 4, 5, 6,)
Nordhaug, O.: Strategisk personalledelse: Menneskelige ressurser i omstilling. 4. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 10, 12)
Nordhaug, O.: Målrettet personalledelse: en grunnleggende innføring. 2. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 8)
Storeng, N.H., Beck, T.H. og Due Lund: Praktisk arbeidsrett. 2. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1996

Del 4. Endring og omstilling (25 timer)
- Jobbombygging og ny teknologi
- Organisasjonskultur og endring
- Modeller for organisasjonsendring
- Fusjoner og nedbemanning
- Organisasjonslæring
- Etikk og spilleregler i arbeidslivet

Obligatorisk litteratur
Arnold, J., Cooper, C.L., & Robertson, I.T.: Work psychology: understanding human behavior in the workplace. 3rd ed. London: Pitman Publishing 1998 (Kap. 19, 20)
Bang, H.: Organisasjonkultur. 3. utg. Oslo: Tano 1995 (Kap. 7, 8, 9)
Nordhaug, O.: Strategisk personalledelse: utvalgte emner. 4. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 9, 15)
Nordhaug, O.: Målrettet personalledelse: en grunnleggende innføring. 2. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 11)
Storeng, N.H., Beck, T.H. og Due Lund: Praktisk arbeidsrett. 2. utg. Oslo: Tano 1996

Del 5. Lederrollen og menneskelig ressursforvaltning (25 timer)
- Lederroller og lederfunksjoner
- Kompetansestyring og målrettet ledelse
- Relasjonsledelse
- Endringsledelse
- Strategisk ledelse
- Etikk og ledelse

Obligatorisk litteratur
Grønhaug, K., Hellesøy, O.H., & Kaufmann, G.: Ledelse i teori og praksis. Bergen: Fagbokforlaget 1999
Arnold, J., Cooper, C.L., & Robertson, I.T.: Work psychology: understanding human behavior in the workplace. 3rd ed. London: Pitman Publishin, 1998 (Kap. 14)
Nordhaug, O.: Strategisk personalledelse: utvalgte emner. 4. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 16)
Nordhaug, O.: Målrettet personalledelse: en grunnleggende innføring. 2. utg. Oslo: Tano 1998 (Kap. 10)
Storeng, N.H., Beck, T.H. og Due Lund: Praktisk arbeidsrett. 2. utg. Oslo: Tano Aschehoug 1996

Dataverktøy
Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring
Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen består av to kurs:

DST 1440	Menneskelig ressursforvaltning	5 vekttall
DIP 1440	Diplomoppgave menneskelig ressursforvaltning	5 vekttall

- **DST 1440 Menneskelig ressursforvaltning**

Kurset undervises med 128 kurstimer over to semestre. Gjennomføringen skjer ved en blanding av forelesninger, gruppearbeid og gruppepresentasjoner. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DST1441 Menneskelig ressursforvaltning 1 - høst (emneoversiktens del 1 og 2)
- DST1442 Menneskelig ressursforvaltning 2 - vår (emneoversiktens del 3, 4 og 5)

Eksamen
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen. Til den skriftlige eksamen vil studentene bli prøvet i alle emneområder som inngår i spesialiseringen.

Eksamenskode:
DST 14401 Menneskelig ressursforvaltning, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 1440, 5 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Arbeidsmiljøloven.

- **DIP 1440 Diplomoppgave menneskelig ressursforvaltning**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "Vitenskapsteori" og 12 timer "Utredningsmetodikk", disse timene gjennomføres i høstsemesteret. De resterende 32 timene benyttes til veiledning. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- DIP 1441 Diplomoppgave i menneskelig ressursforvaltning 1 - høst
- DIP 1442 Diplomoppgave i menneskelig ressursforvaltning 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Ved kursets begynnelse starter studentene en valgprosess. Hver enkelt skal selv velge oppgavetema innenfor pensum. Utgangspunktet kan være et problem tilknyttet egen organisasjon eller en interesse for fordypelse i et faglig, teoretisk tema. Studentene skal presentere en problemstilling og disposisjon som en del av undervisningen. Grupper på inntil tre studenter kan gjennomføre et felles diplomarbeid.

Eksamenskode:
DIP 14401 Diplomoppgave i menneskelig ressursforvaltning, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 1440, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialisering 10 vekttall 1999/2000

Kurs-kode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset:	Eksamens-form	Sem-ester
DST 1440	DST 14401	Menneskelig ressursforvaltning	100%	E 5t	Vår
DIP 1440	DIP 14401	Diplomoppgave i menneskelig ressursforvaltning	100%	D	Vår

E = Skriftlig eksamen, D = Diplomoppgave

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Bedriftsutvikling

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Ansvarlig
Niels Jørgen Andersen

Institutt
Innovasjon og økonomisk organisering

Semester
Høst, Vår

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 9730	Bedriftsutvikling 1	2 vekttall
DST 9723	Bedriftsutvikling 2	3 vekttall
DIP 9730	Diplomoppgave i bedriftsutvikling	5 vekttall

Vekttall
10

Mål
Spesialiseringen skal gi studentene en helhetsforståelse av hvordan mindre og mellomstore bedrifter (SMB) eller enheter i næringslivet fungerer, og hvordan en rekke faktorer samvirker for å oppnå/begrense resultatene. Med basis i slik forståelse, søker kurset å trene inn gode, praktiske metoder til hjelp for å skape ny forretningsvirksomhet eller for å videreutvikle bestående bedrifter. Bedriftsgruppen omfatter mer enn 90% av bedriftene i Norge.

Forkunnskaper
En grunnleggende kjennskap til økonomiske, markedsmessige og stategiske analyser forventes.

Obligatorisk litteratur
Samlet pensum vil være på ca 2200 sider.

Spilling, O.R. (red): Perspektiver på næringsutvikling. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget 1996
Spilling, O.R. (red.): Entreprenørskap på norsk. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget 1998
Fogler, H.S. & LeBlanc, S.E.: Strategies for creative problem solving. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall 1995
Cooper, R.G.: Winning at new products: accelerating the process from idea to launch. 2nd ed. Reading, Mass.:Addison-Wesley 1993
Kubr, M.(ed.): Management consulting: a guide to the profession. 3rd rev. ed. Geneva: International Labour Office 1996
Wig, B. B. : Kvalitetsforbedring som håndverk: håndbok for praktikere. 2.utg. Stavanger: Norsk forening for kvalitet 1996
Forelesningsnotater og aktuelle artikler.

Anbefalt litteratur
deBono, E.: Serious creativity: using the power of lateral thinking to create new ideas. New York: Harper Business 1992
Crawford, C.M.: New products management. 5th ed. Chicago, Ill.: Irwin 1997

Emneoversikt
Emnene og forelesningene organiseres i fem deler: "SMB-forståelse" og "Ideutvikling" foreleses i høstsemesteret, "Produktutvikling", "Virksomhetsetablering" og "Vitalisering av eksisterende virksomheter" foreleses i vårsemesteret.

1. SMB (små og mellomstore bedrifter) – 26 timer
   - Omfang og betydning av SMB i næringslivet
   - Entreprenørskap
   - Ledelse, organisering i SMB
   - Finansiering
   - Lokale næringsmiljøer, veiledningsapparatet, virkemidler

2. Idéutvikling – 20 timer
   - Metoder og teknikker i kreativ problemløsning
   - Trening i metoder og roller
   - Prosjekt som arbeidsform

3. Produktutvikling - 26 timer
   - Produktutviklingsprosessen
   - Konseptgenerering
   - Behovskartlegging og interessentanalyse
   - Teknisk produktutvikling, testing
   - Kommersialisering

4. Bedriftsetablering - 34 timer
   - Forretningsplanprosessen
   - Idégrunnlag og produkter
   - Markedsvurdering og markedsføring
   - Logistikk, lokalisering, personell, juridiske spørsmål
   - Økonomi og finansiering. Planlegging og oppstart

5. Vitalisering av bedrifter – 30 timer
   - Målrettet markedsorientering, resultatrettet styring
   - Utvikling av vinnerkultur
   - Produkt som sammensatt begrep
   - Utvikling av konkurransefordeler, valg av strategi
   - Kvalitetssikring og profilering
   - Resultatforbedringsanalyse og ressursbruk

Dataverktøy
Det forventes at studentene skaffer seg relevant informasjon bl.a. ved bruk av internett og søk i databaser, samt at dataverktøy benyttes for å analysere, strukturere og presentere informasjon og fremme løsning av oppgaver.

Gjennomføring

Spesialiseringen gjennomføres innenfor en undervisningsramme på 180 timer. Kunnskapsoppbyggingen skjer dels gjennom forelesninger, gruppearbeid og arbeid med case dels ved en betydelig egeninnsats i individuell problembasert læring ved arbeid med fagoppgaven og diplomoppgaven. Spesialiseringen består av tre kurs:

DST 9730	Bedriftsutvikling 1	2 vekttall
DST 9723	Bedriftsutvikling 2	3 vekttall
DIP 9730	Diplomoppgave i bedriftsutvikling	5 vekttall

- **DST 9730 Bedriftsutvikling 1**

Kurset gjennomføres med 46 kurstimer i høstsemesteret, inklusive et metodeopplegg. I dette kurset bygges det opp en generell forståelse for SMB. Dessuten trenes idegenerering og problemløsningsteknikker. Samtidig legges grunnlaget for arbeidet med diplomoppgaven.

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en individuell fagoppgave. Studentene skal kartlegge en typisk SMB's situasjon ved bedriftsbesøk og intervju av ledelsen i en mindre eller mellomstor bedrift (SMB). På grunnlag av innsamlet informasjon skal studenten i en individuell fagoppgave beskrive en typisk SMB's arbeidsvilkår, ressursbruk og samspill med omgivelsene.

Eksamenskode:
DST 97301 Bedriftsutvikling 1 - Fagoppgave, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 9730, 2 vekttall.

- **DST 9723 Bedriftsutvikling 2**

Kurset gjennomføres med 90 kurstimer. Vårsemesteret gir en handlingsorientert innføring i de tre delområdene: "Produktutvikling", "Forretningsetablering" og "Vitalisering av eksisterende virksomhet". Uavhengig av valg av diplomoppgave skal alle tilegne seg nødvendige kunnskaper innen de tre delområder.

Eksamen
Kurset avsluttes med en fire timers individuell, skriftlig eksamen.

Eksamenskode:
DST 97231 Bedriftsutvikling 2 - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 9723, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler er tillatt til skriftlig eksamen med unntak av en enkel, ikke-programmerbar kalkulator.

- **DIP 9730 Diplomoppgave i bedriftsutvikling**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "vitenskapsteori", disse timene gjennomføres i høstsemesteret. De resterende 36 timene benyttes til

veiledning i diplomoppgaven. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Diplomoppgaven skal omfatte en forretningsetablering, en produktutviklingsprosess eller en vitalisering av en eksisterende virksomhet. Oppgaven startes opp så tidlig som mulig i høstsemesteret bl.a. i forbindelse med delkurset "Ideutvikling". Prosjektgruppe, oppgavedefinisjon, rammer og handlingsplan skal foreligge før høstsemesteret avsluttes. Gjennomføring finner sted i vårsemestret. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- DIP 9731 Diplomoppgave i bedriftsutvikling 1 - høst
- DIP 9732 Diplomoppgave i bedriftsutvikling 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med en innlevering av en diplomoppgave. Grupper på inntil tre studenter kan levere en felles diplomoppgave innenfor ett av retningens delområder: "produktutvikling", "virksomhetsetablering" eller "vitalisering av en eksisterende virksomhet". Arbeidet starter så snart oppgave og gruppe er avklart. Veiledning vil bli gitt i tilknytting til undervisningen.

Eksamenskode:
DIP 97301 Diplomoppgave i bedriftsutvikling, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 9730, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset:	Eksamen	Semester
DST 9730	DST 97301	Bedriftsutvikling 1: Individuell fagoppgave i bedriftsanalyse	100%	F	Høst
DST 9723	DST 97231	Bedriftsutvikling 2: Skriftlig eksamen i bedriftsutvikling	100%	E 4t	Vår
DIP 9730	DIP 97301	Diplomoppgave	100%	D	Vår

F= Fagoppgave, E= Skriftlig eksamen, D= Diplomoppgave

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Regnskap og skatt

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Ansvarlig
Hans Kristian Høyvarde

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Høst, Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 1830	Videregående regnskap, skatt og avgift	2 vekttall
DST 1835	Selskapsomdannelser, foretaksintegrasjon og regnskapsorganisasjon	3 vekttall
DIP 1830	Diplomoppgave i regnskap og skatt	5 vekttall

Mål
Spesialiseringen har som målsetting å gi studentene den kompetanse innen finansregnskap og skatt som er nødvendig for en lederstilling i en økonomiavdeling.
Ved gjennomføring av en diplomoppgave i grupper, skal studentene kunne utføre og presentere skriftlig et større fordypningsarbeid innen de sentrale fagområder i spesialiseringen.

Forkunnskaper
Det forutsettes at studentene har forkunnskaper i BØK 9805 Årsregnskap og skatt tilsvarende kurset i andre året på diplomøkonomstudiet.

Emneoversikt
Emnene organiseres i fire deler, to i høstsemesteret og to i vårsemesteret. I tillegg kommer diplomoppgaven. I høstsemesteret foreleses det i Videregående regnskap samt Videregående skatt og avgift. I vårsemesteret foreleses det i Regnskapsorganisasjon samt Selskapsomdannelser og foretaksintegrasjon.

Delkurs 1 **Videregående regnskap (32 timer)**

- Ny regnskapslov
- Utvikling av god regnskapsskikk
- Ekstraordinære poster
- Valuta
- Varelager og prosjekter
- Varige driftsmidler
- Immaterielle eiendeler
- Utsatt skatt
- Andre emner

Obligatorisk litteratur
Huneide, J.-E. et al.: Årsregnskapet i teori og praksis 1998. Rasta: Økad forlag 1998. Det vil bli opplyst på første forelesning hvilke deler som er pensum.
Sørensen, T.(red.): Årsregnskapet: oppgavesamling med løsningsforslag. 3. utg. Rasta: Økad Forlag 1999
Mulig litteratur om ny regnskapslov vil bli opplyst ved kursstart.

Delkurs 2 **Videregående skatt og avgift (32 timer)**

- Valg av selskapsform. En innføring i norsk selskapsrett.
- Beskatning av næringsvirksomhet (fellesregler for all næring)
- Beskatning av aksjonærer og aksjeselskaper
- Beskatning av personlig næringsdrivende og deltakere i ansvarlige selskaper
- Kort om ligningsbehandlingen
- Merverdiavgift
- Kort om arbeidsgiveravgift og skattetrekk

Obligatorisk litteratur
Gjems-Onstad, O.: Valg av selskapsform: en innføring i norsk selskapsrett. 4.utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1999
Gjems-Onstad, O.: Norsk Bedriftsskatterett. Oslo: Ad Notam Gyldendal. Siste utg.

Gjems-Onstad, O., Kildal, T. S.: Skatterett: spørsmål og svar. Oslo: Ad Notam Gyldendal. Siste utg.
Gjems-Onstad, O., Kildal, T. S.: Merverdiavgift: spørsmål og svar. 2.utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal 1997
Gjems-Onstad, O., Kildal, T. S.: Lærebok i merverdiavgift. Oslo: Ad Notam Gyldendal. Siste utg.
Gjems-Onstad, O., Kildal, T. S.: Skattelovsamlingen inkl. ajourføringsheftet. Oslo: Ad Notam Gyldendal. Siste utg.

Delkurs 3 **Regnskapsorganisasjon (28 timer)**

- Formelle krav til regnskapet
  - omfang av regnskapsplikt (omfang, innhold, dokumentasjon m.m.)
  - opplysnings- og oppgaveplikt til offentlige myndigheter
- Regnskapssystemer og regnskapsorganisasjon
  - EDB-systemer for regnskapsføring
  - intern kontroll

Obligatorisk litteratur
Se under Videregående regnskap, delkurs 1.
I tillegg:
Havstein, B. og Kyllingstad, T.- G.: Regnskapsorganisasjon. 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag. 1999
Intern kontroll: et integrert rammeverk: oversettelse av COSO-rapporten. Oslo: Cappelen akademisk forlag 1996

Delkurs 4 **Selskapsomdannelser og foretaksintegrasjon (36 timer)**
Delkurset vil belyse både de regnskapsmessige og skattemessige sider ved:

- Omdannelse og omorganisering
- Fusjon og fisjon
- Foretaksintegrasjon herunder begrenset konsolidering

Obligatorisk litteratur
Litteratur: Se under Videregående regnskap, delkurs 1 og Videregående skatt og avgift, delkurs 2. Hvis Stortinget skulle vedta vesentlige endringer i løpet av året, kan det oppstå behov for å anskaffe ny litteratur. Dette vil det opplyses om så snart det er praktisk mulig.

Anbefalt litteratur
Vil bli opplyst ved oppstarten av hvert forelesningsemne.

Dataverktøy
Det anbefales at dataverktøy benyttes i så stor grad som mulig. En rekke cases og oppgaver vil bli tilrettelagt for bruk av dataverktøy.

Gjennomføring

Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen undervises med 128 kurstimer og gjennomføres med forelesninger og oppgavegjennomgang. Nærmere forelesningsdisposisjon vil foreligge ved semesterstart. Spesialiseringen består av tre kurs:

DST 1830	Videregående regnskap, skatt og avgift	2 vekttall
DST 1835	Selskapsomdannelser, foretaksintegrasjon og regnskapsorganisasjon	3 vekttall
DIP 1830	Diplomoppgave i regnskap og skatt	5 vekttall

- **DST 1830 Videregående regnskap, skatt og avgift**

Kurset gjennomføres med 64 kurstimer i høstsemesteret. Innenfor delområdet Videregående regnskap undervises det med 32 kurstimer, og i delområdet Videregående skatt og avgift undervises det med 32 kurstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell, skriftlig eksamen. Eksamensoppgaven kan i tillegg til pensumlitteraturen også bygge på case som skal løses i løpet av høstsemesteret. Det vil bli oppgitt hvilke case som er aktuelle minimum en måned før eksamen.

Eksamenskode
DST 18301 Videregående regnskap, skatt og avgift - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 1830, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt.

- **DST 1835 Selskapsomdannelser, foretaksintegrasjon og regnskapsorganisasjon**

Kurset gjennomføres med 64 kurstimer i vårsemesteret. Innenfor delområdet Selskapsomdannelse og Foretaksintegrasjon undervises det med 36 kurstimer, og i Regnskapsorganisasjon undervises det med 28 kurstimer.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers individuell, skriftlig eksamen. Eksamensoppgaven kan i tillegg til pensumlitteraturen også bygge på case som skal løses i løpet av vårsemesteret. Det vil bli oppgitt hvilke case som er aktuelle minimum en måned før eksamen.
Eksamenskode
DST 18351 Selskapsomdannelser, foretaksintegrasjon og regnskapsorganisasjon - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 1835, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt.

- **DIP 1830 Diplomoppgave i regnskap og skatt**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "Vitenskapsteori" og 12 timer "Utredningsmetodikk", disse timene gjennomføres i høstsemesteret. De resterende 32 timene benyttes til veiledning. Diplomoppgaven skal normalt skrives av grupper på to-tre studenter (en student kan skrive en diplomoppgave alene bare unntaksvis etter søknad). Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs (slik det er definert i Handelshøyskolen BIs studieadministrative system - BANNER):

- DIP 1831 Diplomoppgave i regnskap og skatt 1 - høst
- DIP 1832 Diplomoppgave i regnskap og skatt 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Grupper på inntil tre studenter kan levere en felles diplomoppgave.
Eksamenskode:
DIP 18301 Diplomoppgave i regnskap og skatt, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 1830, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamens-kode	Kursbetegnelse	Prosentandel av kurset	Eksamen	Semester
DST 1830	DST 18301	Videregående regnskap, skatt og avgift	100%	E 3t	Høst
DST 1835	DST 18351	Selskapsomdannelser, foretaksintegrasjon og regnskapsorganisasjon	100%	E 3t	Vår
DIP 1830	DIP 18301	Diplomoppgave i regnskap og skatt	100%	D	Vår

E = Skriftlig eksamen, D = Diplomoppgave

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Økonomistyring og investeringsanalyse

Studium
Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Ansvarlig
Espen Skaldehaug

Institutt
Regnskap - revisjon og jus

Semester
Høst, Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 9530	Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori	2 vekttall
DST 9535	Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder	3 vekttall
DIP 9530	Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse	5 vekttall

Mål
Spesialiseringsretningen er beslutningsorientert og skal gi studentene god innsikt i å kombinere og anvende markedsdata, regnskapsdata og økonomisk teori.

Forkunnskaper
Studentene forutsettes å ha forkunnskaper i matematikk, investering og finansiering og bedriftsøkonomisk analyse, mikroøkonomi og markedsanalyse fra studier på høyskole- eller universitetsnivå.

- **Emneoversikt**

Del 1 Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori
- Lineær programmering
- Strategisk kostnadsanalyse
- Kontraktsteori
- Matematisk analyse

Obligatorisk litteratur
Adler, R.:*Management Accounting.* Butterworth Heinemann 1999.
Lapin, L.: *Quantitative Methods for Business Decisions.* 6th ed. Forth Worth: Dryden Press 1994
I tillegg vil materiale utdelt under forelesningene være å anse som pensum.

Del 2 Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder
- Statistiske optimeringsmetoder
- Realinvesteringer
- Verdifastsettelse
- Matematisk analyse

Obligatorisk litteratur
Benninga, S.Z. og Sarig, O.H.: *Corporate Finance, A valuation approach.* McGraw-Hill 1997
Johnson, H.:*Capital Budgeting Decision.* Financial Times Pitman Publishing 1999
Sydsæter, K.: Matemetisk analyse. 6. utg. Oslo. Universitetsforleget 1994

Dataverktøy
Regneark, CD-ROM.

Gjennomføring

Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen undervises med 136 kurstimer inklusive et eget metodeopplegg. Spesialiseringen består av tre kurs:

DST 9530	Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori	2 vekttall
DST 9535	Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder	3 vekttall
DIP 9530	Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse	5 vekttall

- **DST 9530 Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori**

Kurset undervises med 54 kurstimer i høstsemesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen innenfor emnene i emneoversiktens del I.

Eksamenskode
DST 95301 Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 9530, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

- **DST 9535 Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder**

Kurset undervises med 74 kurstimer i vårsemesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen innenfor emnene i emneoversiktens del II.

Eksamenskode
DST 95351 Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 9535, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

- **DIP 9530 Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "vitenskapsteori". De resterende 36 timene benyttes til veiledning i forbindelse med diplomoppgaven. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene.
Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DIP 9531 Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse 1 - høst
- DIP 9532 Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave. Oppgaven kan besvares individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Studentene skal løse en reell problemstilling innenfor ett av de emneområder som vil fremgå av oppgaveteksten. Studentene har selv ansvar for å finne en aktuell virksomhet for å få løst oppgaven.

Eksamenskode
DIP 95301 Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 9530, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamens-kode	Kursbetegnelse	Prosentandel av kurset	Eksamen	Semester
DST 9530	DST 95301	Strategisk kostnadsanalyse og beslutningsteori	100%	E 3t	Høst
DST 9535	DST 95351	Realinvestering og statistiske optimeringsmetoder	100%	E 3t	Vår
DIP 9530	DIP 95301	Diplomoppgave i økonomistyring og investeringsanalyse	100%	D	Vår

D = Diplomoppgave E = Skriftlig eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Finans

Studium
Diplomøkonomstudiet i bank og finans (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år)

Ansvarlig
Pål E. Korsvold, Knut Sagmo

Institutt
Finansiell økonomi

Semester
Høst, Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 2021	Verdipapir- og porteføljeanalyse	2 vekttall
DST 2022	Risikostyring og internasjonal finans	3 vekttall
DIP 2020	Diplomoppgave i finans	5 vekttall

Mål
Spesialiseringen har som målsetting å gi studentene utvidet kompetanse innen verdipapir- og porteføljeanalyse, internasjonal finans og risikostyring. I de aller fleste finansfunksjoner i bedrifter og organisasjoner er kunnskap om nettopp disse emnene viktige. For det første er stadig flere bedrifter opptatt av finansielle investeringer, om ikke annet enn for å søke bedre avkastning på overskuddslikviditet. For det andre møtes det internasjonale aspektet av stadig flere bedrifter, enten det bare dreier seg om import eller eksport eller direkte investeringer i utlandet. Jo mer engasjert bedrifter blir med verdipapirinvesteringer og internasjonal virksomhet, desto viktigere blir også aktiv styring av de nye risiki bedriftene eksponeres for.

Forkunnskaper
Det forutsettes at studentene har forkunnskaper i investering og finansiering tilsvarende kurset i diplomøkonomstudiets første år. Dessuten forutsettes at studenter, som ikke har kurset BØK 9432 Finansiell styring, følger kurset i høstsemesteret parallelt med spesialiseringen, eventuelt at studenten har tilsvarende forkunnskap.

Emneoversikt
Emnene i spesialiseringen i finans er organisert i to kurs, Verdipapir- og porteføljeanalyse i høstsemesteret og Risikostyring og internasjonal finans i vårsemesteret. I tillegg kommer Diplomoppgaven.

DST 2021 Verdipapir- og porteføljeanalyse (54 timer)
Kursansvarlig: Knut Sagmo

1.	Innledning	T kap. 1
2.	Porteføljeanalyse	T kap. 2-8
3.	Verdsettelse av verdipapirer	T kap. 9-11
4.	Empirisk vurdering av verdsettelsesmodellene	T kap. 12
5.	Markedseffisiens	T kap. 13
6.	Renterisiko og obligasjonsporteføljer	T kap. 14-15
7.	Porteføljeledelse	T kap. 20

Obligatorisk litteratur
Tucker, A. L...et. al.: Contemporary Portfolio Theory and Risk Management. St.Paul, Minn.: West Publishing Company 1994

Anbefalt litteratur
Bøhren, Ø. og Michalsen,D.: Finansiell økonomi: teori og praksis. Oslo: Skarvet forlag 1994. Spesielt kap. 3 og 4.

DST 2022 Risikostyring og internasjonal finans (74 timer)
Kursansvarlig: Pål E. Korsvold

1.	Styring av porteføljerisiko	T 16-19, M 5
2.	Styring av valutarisiko	M 9-12, K 7-9
3.	Internasjonal prosjektanalyse	M 16-17
4.	Internasjonal finansiering	M 18, 20

Obligatorisk litteratur
Korsvold, P. E.: Valutastyring. Oslo: Bedriftsøkonomens Forlag 1995
Madura, J.: International financial management. 5th ed. Cincinnati, Oh.: South-Western College Publishing 1998
Tucker, A.L...et al.: Contemporary portfolio theory and risk management. St. Paul, Minn.: West Publishing Company 1994

Dataverktøy
Det anbefales at dataverktøy brukes i kurset. Dataverktøy relevant for kurset vil bli gjort tilgjengelig for den enkelte student. Dataverktøy kan imidlertid ikke benyttes til eksamen.

Gjennomføring
Spesialiseringen, 10 vekttall, har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen undervises med 136 kurstimer inklusive et eget metodeopplegg. Spesialiseringen består av tre kurs:

DST 2021	Verdipapir- og porteføljeanalyse	2 vekttall
DST 2022	Risikostyring og internasjonal finans	3 vekttall
DIP 2020	Diplomoppgave i finans	5 vekttall

- **DST 2021 Verdipapir- og porteføljeanalyse**

Kurset undervises med 54 kurstimer i høstsemesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
DST 20211 Verdipapir- og porteføljeanalyse, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 2021, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler bortsett fra rentetabell og kalkulator er tillatt på eksamen.

- **DST 2022 Risikostyring og internasjonal finans**

Kurset undervises med 74 kurstimer i vårsemesteret.

Eksamen
Kurset avsluttes med en tre timers skriftlig eksamen.

Eksamenskode
DST 20221 Risikostyring og internasjonal finans, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DST 2022, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen hjelpemidler bortsett fra rentetabell og kalkulator er tillatt på eksamen.

- **DIP 2020 Diplomoppgave i finans**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "vitenskapsteori". De resterende 36 timene benyttes til veiledning i diplomoppgaven. Diplomoppgaven skal skrives i grupper på 2-3 studenter. Studentene har selv plikt til å definere et oppgavetema. Noen forslag til tema vil imidlertid bli offentliggjort i begynnelsen av høstsemesteret. Studentene står fritt til å velge andre temaer, men disse må i så fall først godkjennes av veileder. Det forutsettes at studentenes arbeid med diplomoppgaven fordeles med 1 vekttall i høstsemesteret og 4 vekttall i vårsemesteret. Veiledning på diplomoppgaven foregår ved den enkelte skole. Diplomoppgaven skal innleveres i midten av juni (dato vil bli oppgitt i løpet av høstemesteret).
Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- DIP 2021 Diplomoppgave i finans 1 - høst
- DIP 2022 Diplomoppgave i finans 2 - vår

Eksamen
Kurset avsluttes med innlevering av en diplomoppgave.

Eksamenskode
DIP 20201 Diplomoppgave i finans, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 2020, 5 vekttall

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset	Eksamen	Semester
DST 2021	DST 20211	Verdipapir- og porteføljeanalyse	100%	E 3t	Høst
DST 2022	DST 20221	Risikostyring og internasjonal finans	100%	E 3t	Vår
DIP 2020	DIP 20201	Diplomoppgave i finans	100%	D	Vår

D = Diplomoppgave, E = Skriftlig eksamen

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Spesialisering: Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web

Studium
Diplommarkedsførerstudiet (3.år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3.år), Markedsføring - internasjonalisering og ledelse (3.år), Markedskommunikasjon (3.år)

Ansvarlig
Kristina Nilsson, Ragnvald Sannes

Institutt
Teknologiledelse

Semester
Heltid: Høst/Vår

Vekttall
10

Spesialiseringen består av følgende kurs:

DST 1130	Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	5 vekttall
DIP 1130	Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	5 vekttall

Mål
Formålet for spesialiseringen i informasjonsledelse er å utdanne kandidater som kan være en ressursperson for virksomheter i forhold til anvendelse av informasjonssystemer og informasjonsteknologi. Behovet i små og mellomstore virksomheter eller -enheter vektlegges spesielt.
Studentene må tilegne seg både en grunnleggende teoretisk forståelse og praktiske ferdigheter med hensyn til:

- å se virksomhetens forretningsmessige utfordringer i sammenheng med behov for informasjon
- identifisere mulige løsninger som ivaretar informasjonsbehovene
- virksomhetsutvikling gjennom praktisk prototyping og CASE-verktøy
- forståelse av utviklingsprosessen for å realisere en slik løsning
- samarbeid med leverandører og konsulenter

Studentene skal kjenne godt til moderne sluttbrukerverktøy. Denne kunnskapen formidles gjennom aktiv verktøybruk i kursgjennomføringen. Som et tidsriktig høyskolestudium av denne art er opplæring i IT-verktøy ikke et tema i seg selv, men et hjelpemiddel i studentenes læringsprosess. Studentene vil i løpet av studiet ikke bli utdannet til spesialister (f.eks. systemutviklere, driftsansvarlige og nettverksadministratorer), men få en solid forståelse for koblingen mellom det forretningsmessige og den teknologiske plattformen.

Forkunnskaper
Studentene bør ha ferdigheter i personlig databehandling som minimum tilsvarer kurset Introduksjon i personlig databehandling, samt kunnskaper som tilsvarer kurset INF 9650 Informasjonsledelse.

Obligatorisk litteratur
Birchall, D. and Lyons, L.: Creating Tomorrows Organization: Unlocking the Benefits of Future Work. London: Pitman Publishing 1995
Keen, P. G. W.: The Process Edge: Creating Value where it Counts. Boston, Mass.: Harvard Business School Press 1997
Watson, H. J. et. al.: Building Executive Information Systems and other Decisions Support Applications. New York: John Wiley & Sons 1997
Nilsson, K. og Sannes, R.: Artikkelsamling for spesialisering i informasjonsledelse på diplomøkonomstudiet. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1999 (artikkelsamlingen fra 1998 kan også benyttes)

Anbefalt litteratur
Keen, P. G. W.: Shaping the Future: Business Design through Information Technology. Boston, Mass.: Harvard Business School Press 1991
Laudon, K.C. og Laudon, J.P.: Information Systems and the Internet: A Problem Solving Approach. Forth Worth, Tex.: The Dryden Press. 1998
Larsen, T.J. og Jørgensrud, K.: Datamodellering og relasjonsdatabaser for linje-ledere. Sandvika: Handelshøyskolen BI 1994

Emneoversikt

1. Informasjonsbehandling i en moderne organisasjon
   Bedrifters bruk av informasjonssystemer
   IS som "motor" i forretningsprosesser
   Informasjon, koordinering og arbeidsflyt
2. Kunnskapsarbeid og IT-støtte

Innovasjon og nyskapning
Informasjonsressursforvaltning
3. Endringsprosesser
Effekter ved bruk av IS
Ledelse av endringsprosesser
Prosjektledelse
4. Utvikling av IS-løsninger
Teknikker for utvikling av IS-løsninger
Utvikling av interaktive web-løsninger

Dataverktøy
Kurset er basert på aktiv bruk av dataverktøy. For tiden består verktøykassen av følgende:
- tekstbehandling (Microsoft Word)
- bruk av internett for e-post, news, www, ftp (Netscape Navigator/Communicator eller Microsoft Internet Explorer, WS_FTP)
- presentasjonsverktøy (Microsoft Powerpoint)
- CASE-verktøy (Action Workflow, USoft Developer/Usoft Webruler, Oracle)

Gjennomføring
Spesialiseringen har en ramme på 180 kurstimer. Spesialiseringen undervises med 136 kurstimer inklusive et eget metodeopplegg. Spesialiseringen består av to kurs:

DST 1130	Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	5 vekttall
DIP 1130	Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	5 vekttall

- **DST 1130 Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web**

Kurset gjennomføres over to semestre og undervises med 128 kurstimer. Gjennomføringen skjer ved en blanding av forelesninger, gruppearbeid og løsning av (case-) oppgaver. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:
- DST 1131 Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 1 - høst
- DST 1132 Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 2 - vår

Eksamen
Kurset evalueres med en individuell fagoppgave i høstsemesteret og en individuell skriftlig eksamen på fem timer i vårsemesteret. Fagoppgaven og den skriftlige eksamen har til hensikt å teste studentenes forståelse for den faglige tematikk i retningen.

Eksamenskode
DST 11301 Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 1 - Fagoppgave, eksamen teller 40% for å oppnå karakter i kurset DST 1130, dvs. 2 vekttall.
DST 11302 Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 2 - Skriftlig eksamen, eksamen teller 60% for å oppnå karakter i kurset DST 1130, dvs. 3 vekttall.

- **DIP 1130 Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web**

Kurset gjennomføres over to semestre. I tilknytning til diplomoppgaven gjennomføres en obligatorisk del med 8 timer undervisning i "vitenskapsteori". De resterende 36 timene benyttes til veiledning i forbindelse med diplomoppgaven. Det vises til egen kursbeskrivelse av Diplomarbeid for nærmere informasjon om gjennomføringen av disse timene. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs (slik det er definert i Handelshøyskolen BIs studieadministrative system - BANNER):
- DIP 1131 Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 1 - høst
- DIP 1132 Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web 2 - vår

Eksamen
Diplomarbeidet gjennomføres som et prosjektarbeid . Hensikten er å teste studentenesferdigheter i å koble faglig tematikk med et konkret prosjekt. Rammene for diplomoppgaven gis ved kursstart. Studentene må selv finne en oppdragsgiver for diplomoppgaven. Grupper på inntil tre studenter kan levere en felles diplomoppgave.

Eksamenskode
DIP 11301 Diplomoppgave i informasjonsledelse, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset DIP 1130, 5 vekttall.

Kurs- og eksamensoversikt for spesialiseringen 10 vekttall 1999/2000

Kurskode	Eksamens-kode	Eksamensbetegnelse	Prosentandel av kurset	Eksamen	Semester
DST 1130	DST 11301	Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	40%	F	Høst
DST 1130	DST 11302	Informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web	60%	E 5t	Vår
DIP 1130	DIP 11301	Diplomoppgave i informasjonsledelse - foretaksutvikling og Web: Prosjektrapport og prototype (100%)	100%	D	Vår

F = Fagoppgave, E = Skriftlig eksamen, D = Diplomoppgave

* I forbindelse med diplomoppgaven i informasjonsledelse gjennomføres det en forprosjektrapport som evalueres bestått/ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon
Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

Studiereglementer for Handelshøyskolen BI **År: 1999/2000**

1. Kapittel I - Generelle regler

§1 Hvem reglementet gjelder for

Dette reglementet gjelder for alle studenter ved Handelshøyskolen BI. Med student menes i dette reglementet en person med en skriftlig, bindende og ikke avsluttet studiekontrakt med Handelshøyskolen BI.

§2 Studentenes undersøkelses- og opplysningsplikt

Enhver student plikter å sette seg inn i gjeldende reglementer ved Handelshøyskolen BI og de særskilte reglene som gjelder det studietilbudet studenten følger. Videre plikter studenten å sette seg inn i studieplaner, eksamensplaner, rutiner for eksamenspåmelding og nødvendige forutsetninger for å gå opp til eksamen. Studenten plikter å underrette Handelshøyskolen BI om navn- og adresseendring

§3 Opptak

a) En søker som aksepterer tilbud om studieplass, må innen en nærmere angitt frist returnere en undertegnet studiekontrakt. Ved slik aksept er søkeren med bindende virkning registrert som student ved Handelshøyskolen BI med de forpliktelser dette medfører. Det er likevel anledning til å trekke seg fra studiet før studiestart dersom melding om dette blir gitt i rekommandert brev innen de frister som fremgår av studiekontrakten. Komplementært gjelder at Handelshøyskolen BI står fritt til å avlyse programmer der det ved studiestart ikke er nok kandidater til å sikre en forsvarlig gjennomføring av programmet.

b) Innen rammen av ovenstående gjelder egne opptakskrav for de ulike studiene.

c) Det gis anledning til bytte av studium dersom studenten har akseptert plass på ett av studietilbudene ved Handelshøyskolen BI og senere fått tilbud om og akseptert plass på et annet studium ved skolen.

d) Denne paragrafen gjelder ikke opptak til bedriftsinterne kurs. For opptak til slike kurs gjelder særskilte regler, jfr. kap.IV.

e) Klage over formelle feil ved saksbehandlingen ved opptak fremsettes overfor en særskilt nemnd oppnevnt av styret ved Handelshøyskolen BI, eller den styret bemyndiger.

§4 Studieavgift

a) Enhver student er forpliktet til å betale studieavgift for normert studietid for det aktuelle studium, jfr. dog §5. Studieavgiften betales ved begynnelsen av hvert semester. Normert studietid for det enkelte studium er oppgitt i de særskilte reglene for de ulike studietilbudene. Studenten må betale studieavgift for normert studietid selv om han/hun gjennomfører studiet på kortere tid. Studenter som, på grunnlag av eksamener avlagt ved andre institusjoner, etter søknad innvilges fritak for eksamen på et av Handelshøyskolen BI's studietilbud, innrømmes ikke reduksjon i studieavgiften. Vitnemål utstedes først når studentens økonomiske forpliktelser overfor Handelshøyskolen BI er oppfylt.

b) Manglende betaling av studieavgift medfører tap av studieplass og ordinær rettslig inndrivelse.

§5 Utmelding, studieavbrudd og permisjon

a) Dersom en student ønsker å melde seg ut underveis i et studium, kan utmelding skje innen de frister som fremgår av særskilte regler for de ulike studietilbudene. Utmelding må skje i rekommandert sending, først da vil studenten bli registrert som sluttet og være fri for videre betalingsforpliktelser.

b) Dersom spesielt tungtveiende grunner tilsier det, f.eks alvorlig sykdom, kan en student søke om å få melde seg ut av studiet i løpet av studieåret og bli fri for videre betalingsforpliktelser. Utmeldingen må dokumenteres med legeerklæring eller annen relevant dokumentasjon. På grunnlag av denne dokumentasjonen avgjør Handelshøyskolen BI om det foreligger utmeldingsgrunn.

c) Studenter som har meldt seg av et studium må eventuelt søke om opptak på nytt dersom de senere ønsker studieplass.

d) Det gis anledning til å søke om inntil ett års permisjon (opphold i studiet) i løpet av studietiden ved f.eks avtjening av førstegangstjeneste eller andre tungtveiende grunner. Ved svangerskap kan studenter etter søknad få innvilget permisjon med inntil ett år per svangerskap. Begrunnet søknad om permisjon og ønsket varighet må sendes rekommandert.

§6 Forlenget studietid (fullføringsfrister)

Denne bestemmelsen gjelder ikke deltakere på MBA- og MSc-programmene.
Fullføringsfristen er to år utover normert studietid slik denne er angitt i studiekontrakten. For deltakere på enkeltkurs gjelder en tilsvarende fullføringsfrist på ett år. Etter dette må kandidater som ønsker å forbedre karakterer/fullføre studiet søke om nytt opptak ved nødvendige enkeltkurs eller hele studium. Handelshøyskolen BI vurderer da på fritt grunnlag om tidligere avlagte eksamener kan inngå i grad/tittel.

§7 Disiplinærbestemmelser

a) En student som har gjort seg skyldig i grovt brudd på de bestemmelser som gjelder ved Handelshøyskolen BI, eller som har utvist uverdig atferd som skader eller er egnet til å skade det allmenne omdømmet til Handelshøyskolen BI, kan idømmes disiplinærstraff. Styret kan med 2/3 flertall beslutte å utvise en student for en viss tid eller for alltid. Vedtaket kan påklages til en klagenemnd oppnevnt av styret i hvert enkelt tilfelle.

b) For brudd på eksamensreglene (fusk) vises det til egne bestemmelser i kapittel II.

§8 Vitnemål

Etter fullført studium, utstedes et vitnemål som viser at kandidaten har oppfylt de krav som stilles for angjeldende studium, og hvilke karakterer kandidaten har oppnådd på de foreskrevne eksamener. Kandidaten må ha oppfylt alle sine økonomiske forpliktelser overfor Handelshøyskolen BI før vitnemålet utstedes, jfr §4.

2. Kapittel II - Eksamen

§9 Definisjoner

a) Med eksamen menes i dette reglementet et arrangement hvor studentens ferdigheter og kunnskaper vurderes systematisk i samsvar med faglige normer i den hensikt å fastlegge en karakter som mål på studentens kunnskaps- og ferdighetsnivå.

b) En eksamen kan gjelde for hele eller deler av ett kurs eller for flere kurs.

c) Med kontinuasjon menes i dette reglementet en fornyet prøve.

§10 Eksamensformer

a) De for tiden gyldige eksamensformer er:

1) Skriftlig eksamen
2) Muntlig eksamen
3) Innleveringsoppgaver
4) Klasseprestasjon

Nærmere bestemmelser fremgår av særskilte regler for de aktuelle studier der slike regler er gitt.

b) Eksamensform, tillatte hjelpemidler og eventuelt gruppestørrelse til eksamen fremgår av kurs- eller emneområdebeskrivelse.

c) Når spesielt tungtveiende grunner tilsier det kan kandidaten søke den aktuelle studiesjef om å få arrangert muntlig i stedet for skriftlig eksamen.

§11 Pensum

Alle eksamener baseres på det til enhver tid gjeldende pensum.

§12 Fritak for eksamen

Handelshøyskolen BI kan etter søknad gi fritak for eksamen i et bestemt kurs på grunnlag av eksamener avlagt ved Handelshøyskolen BI eller andre høyskoler eller universitet. Søknad rettes til den aktuelle studieadministrative enhet.

§13 Adgang til å gå opp til eksamen

Adgang til å gå opp til en eksamen har de studenter som tilfredsstiller følgende betingelser:

1) Har en studiekontrakt som hjemler adgang til den aktuelle eksamen.
2) Oppfyller eventuelle, spesielle faglige eller andre krav som gjelder deltagelse i den aktuelle enkelteksamen.
3) Er registrert som eksamenspåmeldt ved fristens utløp.
4) Har gjennomført færre eksamensforsøk i den aktuelle enkelteksamen enn studiekontrakten hjemler, jfr § 18.
5) Har betalt forfalt studieavgift.

§14 Eksamensdeltagelse og eksamensfremmøte

a) Et eksamensforsøk er gjennomført hvis studenten er påmeldt den aktuelle eksamen innen utløpet av avmeldingsfristen og ikke har dokumentert legitimt fravær, f.eks sykdom, ved eksamen innen to uker etter eksamensdato.

b) Eksamenskandidater må ved fremmøte til eksamen fremvise gyldig legitimasjon med bilde. Kandidater som ikke kan legitimere seg kan bortvises fra lokalet, jfr. §23 c).

§15 Eksamensavgift

a) Eksamensavgift for første eksamensforsøk er normalt inkludert i studieavgiften, jfr. §13 pkt. 5. Unntak kan imidlertid forekomme og vil i så fall bli opplyst i hvert enkelt tilfelle.

b) Kontinuasjonsavgift betales særskilt.

§16 Forlenget tid til eksamen
Kandidaten kan, innen angitte frister, søke studiestedet skriftlig om forlenget tid til eksamen. Søknaden må inneholde en dokumentert begrunnelse fra sakkyndig person, datert det semester kandidaten skal avlegge eksamen. Eget skjema benyttes.

§17 Fusk
Dersom en kandidat gripes i fusk, eller forsøk på fusk, blir saken innberettet for den aktuelle enhetsdirektør, som i hvert enkelt tilfelle tar stilling til eventuell reaksjon. Avgjørelsen meddeles kandidaten og rapporteres i form av et anonymisert sammendrag til direksjonssekretæren, som fører et presedensarkiv.
Enhetsdirektørens avgjørelse kan ankes. Ankefristen er tre uker etter at avgjørelsen er meddelt kandidaten. Anken rettes til direksjonssekretæren, som forbereder saken for styret.

Normal reaksjon på fusk er annullering av alle innleverte eksamensbesvarelser i det aktuelle semester/termin, samt ett års utvisning fra Handelshøyskolen BI. Ved gruppebesvarelser har alle deltakerne et selvstendig ansvar for hele besvarelsen.

§18 Kontinuasjonseksamen
a)Kandidaten kan gjennomføre maksimalt tre eksamensforsøk.

b) Når et kurs utgår uten å bli erstattet, avholdes normalt ytterligere to eksamener.

c) Bestemmelsene i a) og b) gjelder ikke for titlene Master of Business Administration, Executive Master of Business Administration og Master of Science. Kontinuasjonsordningen for studenter ved disse studiene fremgår av de særskilte reglene for disse studietilbudene, jfr. kap. IV.

§19 Sensur
a) Eksamensbesvarelser skal ordinært sensureres av to uavhengige sensorer, hvorav den ene ikke har fast tilknytning til Handelshøyskolen BI.

b) Det er adgang til å gi ulike deler av eksamen spesielle vekter. Vektene skal oppgis i oppgaveteksten og benyttes i sensureringen.

c) Ved fornyet eksamen gjøres den beste karakteren gjeldende.

d) Kandidater som trekker seg fra eksamen etter §23 f), får karakteren Ikke Bestått.

§20 Klage over sensurvedtak
a) Forskrift for begrunnelse og klage ved universitet og høyskoler fastsatt av Kirke- og Undervisningsdepartementet, 19.januar 1973, gjelder tilsvarende.

b) Er det gitt sensorveiledning skal denne være tilgjengelig for kandidatene samtidig med at sensuren for den aktuelle eksamensperiode er avsluttet.

c) Kandidaten har rett til å få en redegjørelse for sensurvedtaket. Redegjørelsen gis muntlig eller skriftlig av en av sensorene. Kravet om slik redegjørelse må være saklig begrunnet og fremsettes innen to uker fra det tidspunkt nevnt i punkt b) over.

d) Innholdet av sensurvedtaket kan påklages. Slik klage må fremsettes skriftlig innen en uke etter at redegjørelse for sensurvedtaket er avgitt. Ved gruppebesvarelser skal klagen signeres av alle kandidatene. Klagen skal behandles av en nemnd som opprettes av styret, eller den styret bemyndiger.

e) Finner nemnda et påtakelig misforhold mellom eksamensprestasjon og sensurvedtak, fastsetter den ny karakter. Påtakelig misforhold foreligger når nemnden finner at den opprinnelig fastsatte karakter må endres med minst 0.3. Unntatt er eiendomsmeglerstudiets andre år der endringen må være minst 0.5 og Master of Science studiet der endringen må være minst 0.2. Endringen kan skje til gunst eller ugunst for kandidaten. Nemndas avgjørelse er endelig.

f) Muntlige eksamener og klasseprestasjoner kan ikke påklages.

g) Styret kan gi nærmere regler om begrunnelse, om klagens form og innhold, om frist for klagen, om klagenemndas sammensetning, hvilket organ klagen skal fremsettes for og hva som regnes som påtakelig misforhold etter denne reglen.

h) Forøvrig gjelder reglene i Forvaltningslovens kapittel VI.

§21 Karakterer og vitnemål

a) Karakterskalaen for enkelteksamener er 1.0, 1.1, 1.2 osv. inntil 6.0 med 1.0 som beste karakter. Dårligste karakter som godkjennes for bestått enkelteksamen er 4.0. Karakterintervallene for enkelteksamener er:

1.0 - 1.9 Særdeles god
2.0 - 2.5 Meget godt
2.6 - 3.2 Godt
3.3 - 4.0 Nokså godt
4.1 - 6.0 Ikke bestått

b) Kandidaten får ikke oppgitt tallkarakteren ved ikke bestått eksamen.

c) Hovedkarakteren for avsluttet studium fastsettes med to desimalers nøyaktighet. For å få tildelt tittel/ avgangsvitnemål må hovedkarakteren ikke være dårligere enn 3.25. Unntaket er eiendomsmeglerstudiets andre år der kravet til hovedkarakter er 4.00. På vitnemålet vil karakterintervallene for hovedkarakter være:

1.00 - 1.99	Særdeles god
2.00 - 2.50	Meget godt
2.51 - 3.25	Godt

Skalaen 3.26 - 4.00 nyttes på eiendomsmeglerstudiet etter særskilte forskrifter.

d) Hovedkarakteren beregnes på grunnlag av de vekttall som er fastsatt for de aktuelle studietilbud. For Handelshøyskolen BI - Senter for finansutdanning og revisorstudiet gjelder i tillegg spesielle krav som fremgår av de særskilte reglene for disse studiene.

e) Dersom mer enn 20% av det normerte antall vekttall for gjeldende studium er godkjent fra andre undervisningsinstitusjoner, vil hovedkarakter normalt ikke bli gitt.

f) For titlene Master of Business Administration, Executive Master of Business Administration, Master of Science og Master of Management in Change Management benyttes andre karakterskalaer slik det fremgår av de særskilte reglene for disse studietilbudene, jfr. kap. IV.

§22 Særlige regler for flervalgseksamen

a) Kandidaten skal benytte det utleverte svarark og følge den vedlagte veiledningen.

b) Sensur av flervalgseksamen består i å kontrollere kandidatens valgte svaralternativ mot fasit. Sensorveiledning utarbeides ikke ved denne type eksamen.

c) Ved klage over sensurvedtak skal kandidatens svarark på nytt kontrolleres mot fasit. Resultatet av kontrollen skal meddeles kandidaten skriftlig sammen med eventuell ny og endelig karakter.

§23 Ordensbestemmelser ved eksamen

a) Kandidaten skal være på plass i eksamenslokalet senest 15 minutter før tidspunktet for eksamensstart. Kandidater som møter etter at eksamen har begynt, eller som har fått skriftlig beskjed om å møte i et annet eksamenslokale, kan nektes adgang.

b) Kandidater som har fått innvilget forlenget tid til eksamen, jfr. §16, må medbringe skriftlig bekreftelse på dette. Denne skal fremlegges på eksamen. Kandidater med forlenget tid må møte 20 minutter før eksamen begynner.

c) Kandidater skal på oppfordring vise gyldig legitimasjon, jfr. §14b). Som gyldig legitimasjon regnes studiekort m/foto, førerkort, pass eller annet dokument med foto som godtas som offentlig legitimasjon. Kandidater uten gyldig legitimasjon kan vises bort fra eksamen.

d) Bruk av hjelpemidler som ikke er tillatt, er å betrakte som fusk, jfr. §17. Kandidatene kan heller ikke låne hverandres hjelpemidler. Kandidaten er forpliktet til selv å orientere seg om hvilke hjelpemidler som er lovlige. Medbragte vesker etc. settes på anvist plass. Mobiltelefoner, personsøkere, pc, etc. tillates ikke i eksamenslokalet.

e) Eksamenssettets forside beskriver hva settet inneholder. Det er kandidatens ansvar å kontrollere at disse opplysningene stemmer overens med det utleverte oppgavesettet. Kandidaten skal kun benytte de kladdeark og innføringsark som utdeles av eksamensinspektørene. Hvert innføringsark skal fylles ut med registreringsnummer, eksamenskode og sidenummerering. På første side skal i tillegg kursnavn og eksamenssted angis. Ved ordinære skriftlige eksamener kan blyant ikke benyttes til innføring. Innlevert kladd godtas ikke som besvarelse.

f) Kandidater som trekker seg fra eksamen etter at oppgaven er utdelt, kan ikke forlate lokalet før en time er gått og fremmøtelisten er signert. Kandidaten vil i slike tilfeller få karakteren Ikke Bestått, jfr §19 d).

g) Når kandidaten ønsker å forlate eksamenslokalet midlertidig, skal en av inspektørene varsles. Kandidaten blir sittende inntil inspektøren har gitt klarsignal. Ingen kan forlate eksamenslokalet før etter en time etter eksamensstart.

h) Ved pause utenfor eksamenslokalet, plikter kandidaten å rette seg etter inspektørens anvisninger. Kandidaten skal ikke kommunisere med andre enn eksamensinspektørene, eller forlate eksamenslokalets nærmeste omgivelser

3. Kapittel III - Andre bestemmelser

§24 Endringer
a) Handelshøyskolen BI har til enhver tid rett til å iverksette endringer i bestemmelser som gjelder for institusjonen, herunder rett til å endre studieopplegg, tid og sted for undervisning, lærerkrefter, studieavgift, m.m., og å fravike de ulike publikasjoner fra de ulike enheter innenfor Handelshøyskolen BI.
b) Endring av studieavgift skal godkjennes av styret ved Handelshøyskolen BI.
c) Endringer i reglementer og andre bestemmelser skal godkjennes av styret ved Handelshøyskolen BI eller det organ styret bemyndiger.
d) Endringer i studieplaner skal godkjennes av høyskolestyret ved Handelshøyskolen BI eller det organ høyskolestyret bemyndiger.
e) Endringer skal gjøres kjent for studentene så raskt som mulig og på en hensiktsmessig måte.

§25 Forbehold
Handelshøyskolen BI tar forbehold om eventuelle trykkfeil i studieinformasjon, kursbeskrivelser og annen dokumentasjon som gjelder for det enkelte studium.

§26 Ikrafttredelse
Disse reglene trer i kraft den 1. juni 1998

4. Kapittel IV - Særskilte regler: Handelshøyskolen BI - Høyskolene

§28 Særskilte regler for studier ved Handelshøyskolen BI, Høyskolene

Herunder Norges Markedshøyskole, Eiendomsmeglerstudiet og Fjernundervisningen

28.1 Opptakskrav

a) Handelshøyskolen BI, Høyskolene følger reglene for studiekompetanse slik disse fremgår av det til enhver tid gjeldende rundskriv fra Kirke- utdannings- og forskningsdepartementet "Forskrift om opptak til grunnutdanning ved universiteter og høyskoler" - Samordnet Opptak (SO), med følgende tillegg:

- Kandidater som søker på grunnlag av diplom fra International Baccalaureate (IB) tilfredsstiller norskkravet til generell studiekompetanse når norsk A eller norsk B er tatt på minst subsidiary level
- Handelshøyskolen BI følger reglene i oversikten "Minimumskrav til utenlandsk utdanning ved immatrikulering ved norske universiteter" som er utarbeidet ved Universitetet i Oslo.
- Kandidater som vil velge annet språk enn engelsk der dette er mulig, må i det aktuelle språket ha B-/C-språk fra videregående skole. For opptak til diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse kreves det minst ett B-/C-språk i tillegg til engelsk.

b) Det er adgang til å søke om direkte opptak til henholdsvis andre og tredje studieår i Handelshøyskolen BI, Høyskolene/NMHs studiemodell. For slike opptak gjelder individuell innpassing avhengig av hvilket studium som søkes. Handelshøyskolen BI avgjør om søkeren tilfredsstiller minimumskrav til vekttall innenfor fagområdene i de ulike studiene. For kandidater som søker opptak direkte til de siste tre semestrene på diplomeksportmarkedsførerstudiet (den delen av studiet som gjennomføres i utlandet) kreves minimum fire vekttall i det språk som er aktuelt for det landet kandidaten søker seg til.

28.2 Normert studietid

Normert studietid fremgår av de enkelte studiekontraktene

28.3 Frister for utmelding underveis

Studenten kan ikke melde seg ut før to studieavgifter er innbetalt fra og med det semesteret kontrakten gjelder for. Utmeldingsfrist er uke 25 hvis studentens studiekontrakt ble inngått i høstsemesteret og uke 2 hvis studentens studiekontrakt ble inngått i vårsemesteret.

28.4 Særlig undersøkelsesplikt for studenter ved eiendomsmeglerstudiet

Studenter som går på eiendomsmeglerstudiet plikter å sette seg inn i Forskrift om eiendomsmegling, fastsatt av Finans- og tolldepartementet 20. mars 1990 og eventuelle senere endringer.

28.5 Språkkrav ved diplomeksportmarkedsførerstudiet

Diplomeksportmarkedsførerstudiet gjennomføres med de to første studieårene i Norge og de siste 1,5 studieårene ved et samarbeidende universitet i utlandet. Før utenlandsdelen av studiet tar til, må kandidaten ha minimum fire vekttall i det språk som er aktuelt for det landet kandidaten søker seg til.

Handelshøyskolen BI - Høyskolene
Praktiske opplysninger

STUDIESTED	ÅPNINGSTIDER	KONTAKTPERSON	STILLING
BI Agder Markensgt. 21A Postboks 296 4612 Kristiansand Telefon: 38 12 36 50 Telefax: 38 12 36 51 E-post: BI-Agder@bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/agder	Kontor: Man-fre 0800-1530	Terje Ø. Pettersen Atle Slotnes	Direktør Prosjektkonsulent
BI Bergen Lars Hillesgt. 15 p.b4453 Nygårdstangen 5028 Bergen Telefon: 55 54 67 60 Telefax: 55 54 67 80 E-post: BI-Bergen@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/bergen	Kontor: Man-fre 0900-1600. I forelesningsper. åpent man-fre til 2100. Lesesaler/PC-rom: Man-fre 0800-2100.	Kjell Minken Elisabeth Anfinsen Seim Lisbeth Ljones Aulin Lasse Sætre Erik Førland Monica Bjerkreim Chris Steira Åse Sevaldrud Kristian Pehrson Siri Bjørnstad Ellen Wilthil Svanhild Løkken Wenche Folgerø Geir Knutsen Stein Lavik Johnny Olesen Odd Rydland Olav Innselset Morten William Knudsen	Rektor Studieleder/nestleder Studieleder Prosjektleder EVU Studiekons./IT-ansv. Studieleder EVU Studiekonsulent Studiekonsulent EVU Studieveileder Studieveileder Studieveileder Studiesekretær EVU Sekretariatsmedarbeider Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor
BI Bergen, avdeling Førde Concord Postboks 154 6801 Førde Telefon : 57 82 39 30 Telefax : 57 72 26 01 E-post : BI-Forde@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/forde	Kontor: Man-fre 0800-1530 Lesesal/ PC-rom: Man-fre 0800-2100	Inger-Margrethe Hove Ås	Studieleder
BI Buskerud Wergelandsgt. 10 Postboks 833 3007 Drammen Telefon: 32 26 46 00 Telefax: 32 26 46 06 E-post: BI-Buskerud@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/buskerud	Kontor: Man-fre 0900-1500. I forelesningsper. åpent to kvelder i uken til kl 1800. Lesesal/ PC-rom: man-tors 0830-2100, fre 0830-1500.	Terje Askerud Gunn Akselvoll Atle Ilebekk Inger-Lise Nes Kari Aasheim Johansen Marit Laugerud Eftedal Robert G. Hansen Tor Tangenes	Rektor Studieleder Prosjektleder Prosjektkonsulent EVU Studieveileder Studiesekretær Høyskolelektor Høyskolelektor
BI Gjøvik Teknologiveien 6 2815 Gjøvik Telefon: 61 18 77 50 Telefax: 61 18 77 51 E-post: BI-Gjovik@bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/gjovik	Kontor: Man-fre 0800-1530. i forelesningsperioden i tillegg åpent en kveld i uken til 1800 Lesesal og PC-rom, Man-tors 0800-2100 . fre 0800-15	Edvin A. Tysse Per Kristian Bakken Anne Brit Svensrud Aud Nordeng Fuglerud Anne Vårnes	Rektor Studieleder Konsulent EVU Studieveileder Studieveileder
BI Kristiansund Industriveien 18 6517 Kristiansund Telefon: 71 58 36 77 Telefax: 71 58 14 62 E-post: BI-Kristiansund@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/kristiansund	Kontor: Man-fre 0800-1530. Lesesal: Man-fre 0800-2100. Lørdag etter avtale	Frank Tolcsiner May Britt Berild Rønes Kari Hestnes Lars Backer Jan Dahl	Rektor Studiekonsulent Studieveileder Høyskolektor Prosjektkonsulent EVU

STUDIESTED	ÅPNINGSTIDER	KONTAKTPERSON	STILLING
BI Møre Ålesund Tinghus Nedre Strandgt. 50 6005 Ålesund Telefon: 70 10 15 30 Telefax: 70 10 15 31 E-post: BI-More@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/more	Kontor: Man-fre 0800-1530. Lesesal: Man-fre 0800-2100. Lørdag stengt.	Leif Riksheim Odd Misund Per Arne Orloff	Rektor Studieleder Studieveileder
BI Nordland Strandgt. 14-18 Postboks 74 8601 Mo i Rana Telefon: 75 12 97 00 Telefax: 75 12 97 01 E-post: BI-Nordland@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/nordland	Kontor: Man-fre 0830-1530, Lesesal: Man-tors 0830-2130, fre 0830-1530. I helgene etter avtale	Kåre A. Hanssen Anneke Leenheer Kristin Stålem Irene Bursvik	Rektor Studieleder Studieveileder Studieveileder
BI Oslo Trondheimsveien 2 Postboks 4636 Sofienberg 0506 Oslo Telefon: 22 985050 Telefax: 22 985111 E-post: BI-Oslo@bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/oslo	Resepsjon: Man-tors 0745-1900, fre 0745-1700. Lesesal/ PC-rom: Man-tors 0800-2100 fre 0800-1700, lør 0900-1500 søn 1000-1600	Jan Frode Lien Wenche Nilsen Anja Holter Helge Jensen Tone Løvdal	Rektor Informasjonssjef Markedssjef Internasjonal studiesjef Personalleder
Diplomøkonomstudiet (alle tre år)		Kjersti Gummerson Ragnhild Larsen Unni Andersen Aasheim	Administrativ leder Studieveileder Studieveileder
Diplomøkonomstudiet i Forretningsjus		Kristian Mathisen	Administrativ leder
Diplomøkonomstudiet i Informasjonsteknologi		Bernt Andreas Hennum	Administrativ leder
Diplomøkonomstudiet i Bank og finans		Berit Fjørtoft	Administrativ leder
Diplomøkonomstudiet i Reiselivsledelse		Nina Prestegard Eldri Ulven	Administrativ leder Studieveileder
Eiendomsmeglerstudiet		Line Jorung Marianne Hellvin Hanne K. Railo	Administrativ leder Studieveileder Studieveileder
Bedriftsinterne kurs og programmer, etter- og videreutdanning		Per Erik Johannessen Magni Verlo Odd Pettersen Anna Maria Lund	Videreutdanningssjef Admininistrativ leder Prosjektsjef Programkoordinator
Spesialkurs og bedriftsinterne programmer		Line K. Fjellheim	Studieveileder
Fagområde:	Økonomi	Emanuel Blattner	Høyskolelektor
Fagområde:	Økonomi	Rolf Gunnar Strand	Høyskolelektor
Fagområde:	Samfunnsøkonomi	Anders Tveit	Høyskolelektor
Fagområde:	Metode	Pål Aakre	Amanuensis
Fagområde:	Metode	Pål Lauritzen	Høyskolelektor
Fagområde:	Metode	Tron Foss	Amanuensis
Fagområde:	Finans	Knut Sagmo	Førsteamanuensis
Fagområde:	Engelsk	Charles Cooper	Høyskolelektor
Fagområde:	Tysk	Svein Nilsen	Høyskolelektor
Fagområde:	Markedsføring	Odd Pettersen	Høyskolelektor
Fagområde:	Markedsføring	Tor Grenness	Høyskolelektor
Fagområde:	Logistikk og informasjons-ledelse	Svein Lund	Høyskolelektor
Fagområde:	Strategi	Sverre Tomassen	Høyskolelektor
Fagområde:	Reiseliv	Georg Kamfjord	Studierektor
Fagområde:	Reiseliv	Sølvi Lyngnes	Amanuensis

STUDIESTED	ÅPNINGSTIDER	KONTAKTPERSON	STILLING
BI Skedsmo Hvamstubben 17 2013 Skjetten Telefon: 63 84 06 20 Telefax: 63 84 43 00 E-post: BI-Skedsmo@bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/skedsmo	Kontor: Man-tors 0800-1600. fredag: 0800-1500 Lesesal, gruppe-/PC-rom: Man-tors 0800-2100, fredag: 0800-1700 lørdag: 0900-1700 PC-rom utenom kontortid: kun med nøkkelkort søndag: åpent i eksamens- perioden, ellers etter avtale.	Anne Thorkildsen Espen Sakshaug Kari S. Garnes Marie Spilling Anne Camilla Arnseth Espen Skaldehaug Robert Hansen Svein Lund Birger Landmark Peter Cleaverly	Rektor Studiekonsulent Studieveileder Studieveileder Studiesekretær Førstelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Studierektor
BI Stavanger Håkon VIIs gt. 8 4008 Stavanger Postboks 550 4003 Stavanger Telefon: 51 84 67 00 Telefax: 51 84 67 10 E-post: BI-Stavanger@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/stavanger	Kontor: Man-fre 0800-1500. Lesesal: Man-fre 0730-2100, Grupperom/PC-rom: Man-fre 0730-2100, lør 0800-1800, søn 0900-2200 (nøkkelkort begge dager)	Thomas J. Knutsen Anne Brit Sandberg Trygve Gunnarshaug Dag Egil Alme Hilde Hetland Sylvia D. Skretting Morten Broch Gro Lygre Ingvil Smines Josdal Andreas Knudsen Inger Narvestad Ruth B. S. Nystrøm Pål Berthling-Hansen Per Willy Hetland Bjørn Bugge Irene Grastveit Silje Bull-Njaa Larsen Kjell Jørgensen Randi Skare Håkon Brydøy Tore Nedland Ina Eldøy Helene Ellingsen	Rektor Studieleder Prosjektkonsulent Controller/Adm.leder Studiekonsulent Programkoordinator Prosjektleder Studiekonsulent Prosjektkonsulent IT-konsulent Administrasjonssekretær Administrasjonssekretær 1. amanuensis Professor II Høyskolelektor II Høyskolelektor II Høyskolelektor II Høyskolelektor II Høyskolelektor Høyskolelektor II Høyskolelektor II Høyskolelektor Høyskolelektor
BI Telemark Kjølnes Ring 32 Postboks 1083 3901 Porsgrunn Telefon: 35 93 04 40 Telefax: 35 93 04 41 E-post: BI-Telemark@bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/telemark	Kontor: Man-fre 0800-1530. Lesesal: Man-tors 0800-1800. Fredag 0800-1600. Lør. og søn. etter avtale	Nils Kristian Bogen Kjell Karlsrud Britt Fjelldal Heidi Behring Hansen Jane Asdal Marit Rugset Rune Hansen Terje Røsjorde Hans Kristian Høyvarde Kristin Skjold-Larsen Egil Nordblom	Rektor Studieleder Studiekonsulent Prosjektkonsulent Studieveileder Studieveileder Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor Høyskolelektor
BI Tromsø Nerstranda senter 4.etg. Postboks 973 9260 Tromsø Telefon: 77 66 26 90 Telefax: 77 66 26 99 E-post: BI-Tromso@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/tromso	Kontor: Man-fre 0800-1600	Bjarne Eilertsen Svein Erik Rødvik	Direktør Prosjektleder
BI Trondheim Østre Rosten 4 Postboks 73 Tiller 7475 Trondheim Telefon: 77 88 80 66 Telefax: 72 88 97 03 E-post: BI-Trondheim@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/trondheim	Kontor: Man-tors 0800-1600, fre 0800-1530. Man. og tirs. i forelesn.- perioden åpent til 1730 Lesesal: Man-tors 0800-2100, fre 0800-1800, lørdag etter avtale med studentene.	Bjørn W. Amundsen Steinar Wold Sverre Lie Trond Stiklestad Olav Lilleberg Erna Stiheim Jorun Singsø Christian M. Andersen	Rektor Studieleder Koordinator, reiselivsstudiet Koordinator, markedsf..studiet Koordinator, økonomifag Studieveileder Studieveileder EDB- og markedskoordinator

STUDIESTED	ÅPNINGSTIDER	KONTAKTPERSON	STILLING
BI Vestfold Framnesveien 7 Postboks 1501 Framnes 3206 Sandefjord Telefon: 33 42 87 00 Telefax: 33 42 87 01 E-post: BI-Vestfold@ bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/vestfold	Kontor: Man-tors 0800-1530. fre 0800-1500 Lesesal/PC-rom: Man-tors 0800-2100, fre 0800-1530, lør. og søn. etter avtale med studentene.	Tom Erling Dahl-Hansen Hege Tronsaune Turid Sandnes Anne Cecilie Kleiven	Rektor Prosjektleder Studieveileder Studiesekretær
BI Østfold Rådmann Siras vei 1 Postboks 18 1713 Grålum Telefon: 69 13 84 84 Telefax: 69 12 95 45 E-post: BI-Ostfold @ bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/ostfold	Kontor: Man-fre 0800-1500. Lesesal: Man-tors 0800-2100, fre 0800-1600.	Pelle Valebjørg Nils Øby Lisann Flatem Tor A. Tollefsen Mona Olavessen	Rektor Studieleder Studiekonsulent Høyskolelektor Administrasjonssekretær
BI Fjernundervisning Eivind Lychesvei 19A Postboks 580 1302 Sandvika Telefon: 67 55 75 60 Telefax: 67 55 75 70 E-post: Fjernundervisning@ bi.no Internettadresse: http://www.bi.no/fjernundervisningen	Kontor: Man-fre 0830-1530	Tone U. Lømo Kristin Dahl Christian Falch Boas Krøgh-Nielsen Tormod Lunde Studieveileder Morten Myhre Mari Systad Unn Graff Kjersti P. Hatlevoll	Rektor Prosjektleder Prosjektleder IKT Prosjektleder Studieleder Rebecca Stiefer Studieveileder Programkoordinator Studiesekretær Studiekonsulent
Norges Markedshøyskole Trondheimsveien 2 Pb. 4676 Sofienberg N-0506 Oslo Telefon: 22 98 50 00 Telefax: 22 98 51 11 E-post: nmh@bi.no Internettadresse:http://www.bi.no/nmh	Resepsjon: Man-tors 0745-1900 Fre 0745-1700 Lesesal og PC-rom: Man-tors 0800-2100, fre 0800-1700, lør 0900-1500 søn 1000-1600	Solfrid Lind Wenche Nilsen Anja Holter Helge Jensen	Direktør Informasjonssjef Markedsansvarlig Internasjonal studiesjef