

Norges Markedshøyskole

1997
1998

May

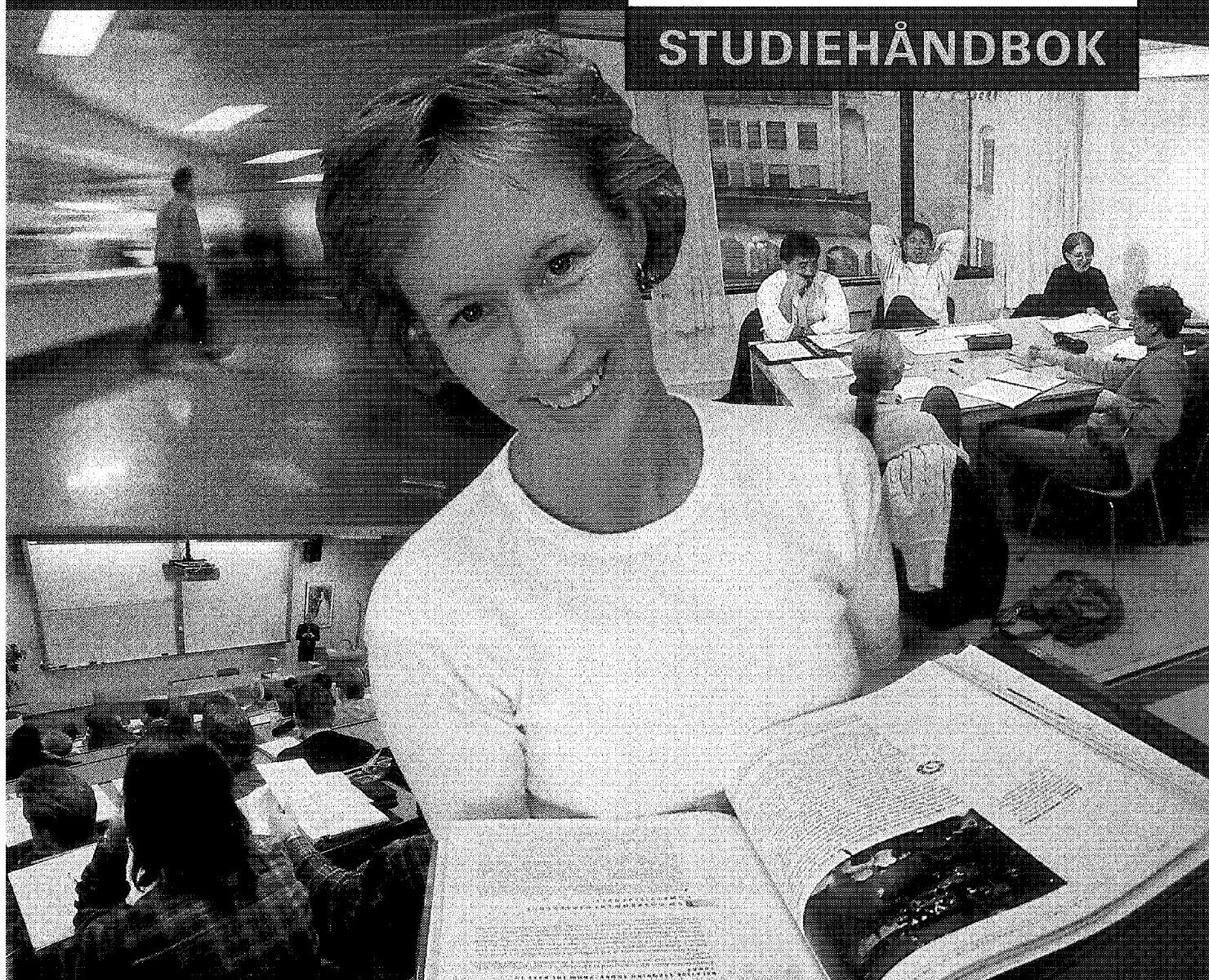
Sivilmarkeds-
førerstudiet



NORGES MARKEDSHØYSKOLE

EN DEL AV BI STIFTELSEN

STUDIEHÅNDBOK



Studiehåndbok 1997–98

Sivilmarkedsførerstudiet



NORGES MARKEDSHØYSKOLE

EN DEL AV BI STIFTELSEN

Utgitt av: Handelshøyskolen BI/Norges Markedshøyskole
Design/layout: Anne Karen Sveen, Grafisk avdeling, BI
Redaktør: May Aas Andersen
Redaksjonen avsluttet: Juni 1997
Trykket hos: PDC, Aurskog

Innhold

Innholdsfortegnelse/innledning	1
BI Stiftelsen og BIs vitenskapelige personale	2
Norges Markedshøyskole	3
NMHS organisasjon	4
Studieadministrativ informasjon	5
Sivilmarkedsførerstudiet	6
Studentorganisasjonen MØSS	7
Reglementer	8
Kurs- og eksamensoversikt. Kursbeskrivelser	9
Instrukser	10

Innhold

Kapittel	1	Innhold	5
		Velkommen til et spennende og utfordrende læringsmiljø.....	8
		Undervisningskalender NMH	9
Kapittel	2	BI Stiftelsen og BIs vitenskapelige personale	10
		Studietilbud studieåret 1997/98	11
		BI Stiftelsen	12
		- Visjon	12
		- Veien mot årtusensskifte	12
		BI Stiftelsen – en vitenskapelig handelshøyskole	12
		- De vitenskapelige instituttene	12
		- Handelshøyskolen BI	13
		- BI Senter for lederutdanning	13
		- BI Høyskolene	13
		- Norges Markeshøyskole (NMH)	13
		- BI Bankakademiet (BI BA)	13
		- BI Fjernundervisningen	13
		BIs samarbeidspartnere	14
		- Internasjonale samarbeidspartnere	14
		Nøkkeltall pr. 1. januar 1997	14
		- Studenter	14
		- Ansatte	14
		- Økonomi	14
		BI Stiftelsens styringsorganer	15
		- Stiftelsens Styre	15
		- Kontrollkomiteen	15
		- Høyskolestyret	15
		- Ledelsen	15
		BIs vitenskapelige personale	16
Kapittel	3	Norges Markedshøyskole	27
		- Høyskolens formål	28
		- Høyskolens samfunnssyn og utdanningside	28
		- Høyskolens samarbeidspartnere i utlandet	29
Kapittel	4	NMHs organisasjon	31
		Organisasjonskart NMH/BI Oslo	32
		Faglige ressurser NMH	33
		Oversikt over administrasjonen ved NMH	34
		- Ledelse	34
		- Studentadministrasjonen	34
		- Fellesadministrasjonen	35
		- International Department	36
		- Etter- og videreutdanning	36

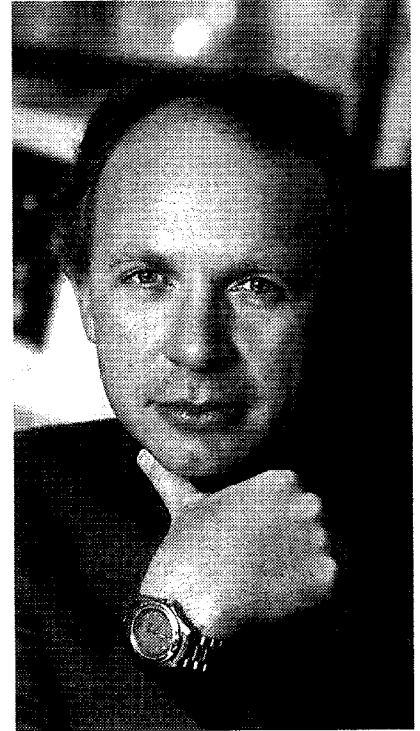
Kapittel	5	Studieadministrativ informasjon	39
		- Informasjonskanaler	39
		- Studieveiledning.....	39
		- Studiebevis	39
		- Kopiering	39
		- Adresseendring/Navneendring	39
		- NMHs adresse	39
		- Åpningstider NMH	40
		- Åpningstider Bibliotek	40
		- Åpningstider studentkantine	40
		Studieavgifter	40
		- Studieavgifter sivilmarkedsførerstudiet 1997-98.....	40
		- Kontinuasjonsavgift 1997-98	40
		Statens lånekasse for utdanning	41
		Studentbokutsalg	41
		Bibliotek tjenester	41
		Bruk av lesesal, terminalrom og grupperom	43
		Undervisning på engelsk.....	43
		Utteksling	43
		Klasserepresentant	43
		Vitnemål	43
		Masterstudier ved BI	44
		- Master of Science	44
		- Master of Business Administration	44
		- Master of Management.....	44
		- Opptak til Master-programmer	44
		Videre studier i utlandet	45
		Oversikt over viktige studieadministrative aktiviteter	46
		Karriere- og rekrutteringsservice	47
		- Formidling av jobber	47
		- Jobbsøkerseminarer	47
		- Jobbpresentasjoner	47
		- Veiledningstjeneste	47
		- Arbeidsmarkedsundersøkelse	47
		- Oppfølging av uteksaminerte kandidater	47
		Viktige opplysninger vedrørende eksamen	48
		- Hjelpemidler til eksamen	48
		- Forlenget tid til eksamen og søknadsfriser	48
		- Kriterier for god oppgaveskriving i studiet	48
		- Formelle krav	49
		- Innholdsmessige krav.....	50
		- Retningslinjer for endring av kurskoder.....	50
		- Retningslinjer for kontinuasjonseksamener	50
		Eksamenspåmelding.....	51
		- Påmeldingsperioder.....	51

	- Påmelding til eksamen	51
	- Utsettelse av eksamen	51
	- Endring av eksamenssted	51
	- Sykdom i forbindelse med eksamen	52
	- Eksamen i utlandet	52
	Godkjenning av tidligere avlagte eksamener eksternt eller ved NMH/BI	53
	- Innpassing av ekstern utdanning	53
	- Fritak for eksamen og søknadsfrister	53
	- Kursoverføring	53
	- Gjenopptak	53
	Offentliggjøring av sensur	54
	- Televoice - Sensurtelefonen	54
	- Klage på sensur	54
Kapittel 6	Sivilmarkedsførerstudiet	55
	Målsetning for studiet	56
	Faglig organisering	56
	Pedagogisk tilnærming	57
	Opptaksvilkår	57
	Valg av spesialisering og siviloppgave	57
	Eksamen	57
	Normalstudieplanen	58
	Forbehold	58
	Normalstudieplaner for sivilmarkedsførerstudie	59
Kapittel 7	Studentorganisasjonen MØSS	61
	Organiseringen av MØSS studieåret 1997-98	62
	- MØSS styret 1997-98	62
	- Eksterne grupper	62
	- Interne grupper	62
	- Faglige grupper	63
	Fadderordning - «Fadderrullan»	63
	MØSS velferd	63
	Medlemskap	63
Kapittel 8	Reglementer	65
	Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen	66
	Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole	70
	Forskrift om begrunnelse og klage ved universitets- og høgskoleeksamener	76
Kapittel 9	Kurs og eksamensoversikt, Kursbeskrivelser 1996-97	77
	Kursoversikt, kursansvarlige, eksamensoversikt 1997-98	78
	Kursbeskrivelser for studieåret 1997-98 i alfabetisk rekkefølge	79
Kapittel 10	Instrukser	141
	Branninstruks	142
	EDB instruks	143

Velkommen til et spennende og utfordrende læringsmiljø

1

Som student ved NMH er du blitt med i et av Norges ledende kompetansemiljøer innen markedsføring. Med på laget har du over 40 dyktige fagfolk som skal hjelpe deg til å utvikle kunnskaper og ferdigheter for å møte fremtidens utfordringer i norsk næringsliv og offentlig forvaltning. Vår ambisjon er at studietiden ved Norges Markedshøyskole også skal inspirere deg til å videreutvikle markedsføring både som yrke og akademisk disiplin.



NMHs visjon om å være det ledende fagmiljø innen markedsføring omfatter både forskning og studier. Gjennom forskning av høy kvalitet og gode kandidater skal NMH fremstå som en viktig leverandør av markedsføringskompetanse til det norske samfunn.

NMH satser betydelige ressurser på å styrke omfanget og kvaliteten på den faglige innsatsen. Blant annet vil vi i inneværende år styrke vår faglige stab med 3-4 nye medarbeidere som hentes fra ledende fagmiljøer i Norge og i utlandet.

Et solid og anerkjent fagmiljø er grunnleggende for NMHs anerkjennelse og dermed også for verdien av den utdanningen du tar ved NMH. Et godt fagmiljø sikrer deg også tilgang til den fremste kunnskapen innen markedsføringsfaget og gjennom deltakelse i forskningsprosjekter vil du også kunne bidra til utviklingen av faget.

I tillegg til rene fagkunnskaper ønsker NMH at du utvikler viktige ferdigheter og egenskaper gjennom studietiden. Det mest sentrale er evnen til selvstendig tenkning og kritisk refleksjon. I tillegg ønsker vi å utvikle gode samarbeidsevner, gode skriftlige og muntlige kommunikasjonsferdigheter og grunnleggende innsikt i bruk av ny informasjonsteknologi.

Både gjennom studiene og gjennom deltakelse i studentaktiviteter får du mange muligheter til å trene og utvikle deg både faglig og personlig. Det er opp til deg og vi håper du vil gripe sjansene, ta utfordringene og engasjere deg. Det vil styrke vårt kompetansemiljø, NMHs renommé og deg selv!

Med vennlig hilsen

Fred Selnes
rektor

Undervisningskalender NMH

Høstsemesteret 1997

Undervisningskalenderen er veiledende.

Måned	Uke	Dato	Aktivitet
August	32	11.	Sensur mai/juni-eksamen 1997
	33		Forkurs i matematikk
	34	18.-22.	Første ordinære undervisningsuke
	34	25.	Frist for anmodning om sensurbegrunnelse for mai/juni-eksamen 1997
September	36	01.	Frist for søknad om fritak for eksamen i høstsemesteret
Oktober	40	29.09.-03.10.	Påmeldingsperiode til eksamen i høstsemesteret
Nov./Des.	47-51	17.11-17.12	Eksamensperiode (ordinær)

Vårsemesteret 1998

Måned	Uke	Dato	Aktivitet
Januar	1 og 2	02.-10.	Gjennomføring av forkurs
	2 eller 3	05.-16.	Første ordinære undervisningsuke
Februar	7	10.	Sensur nov./des.-eksamen 1997
	9	24.	Frist for anmodning om sensurbegrunnelse for nov./des.-eksamen 1997
Februar	6	02.	Frist for søknad om fritak for eksamen i vårsemesteret
Mars	10	02.-06.	Påmeldingsperiode til eksamen i vårsemesteret
April	15-16	06.-13.	Påskeferie
Mai/juni	18-25	27.04-19.06.	Eksamensperiode (ordinær)

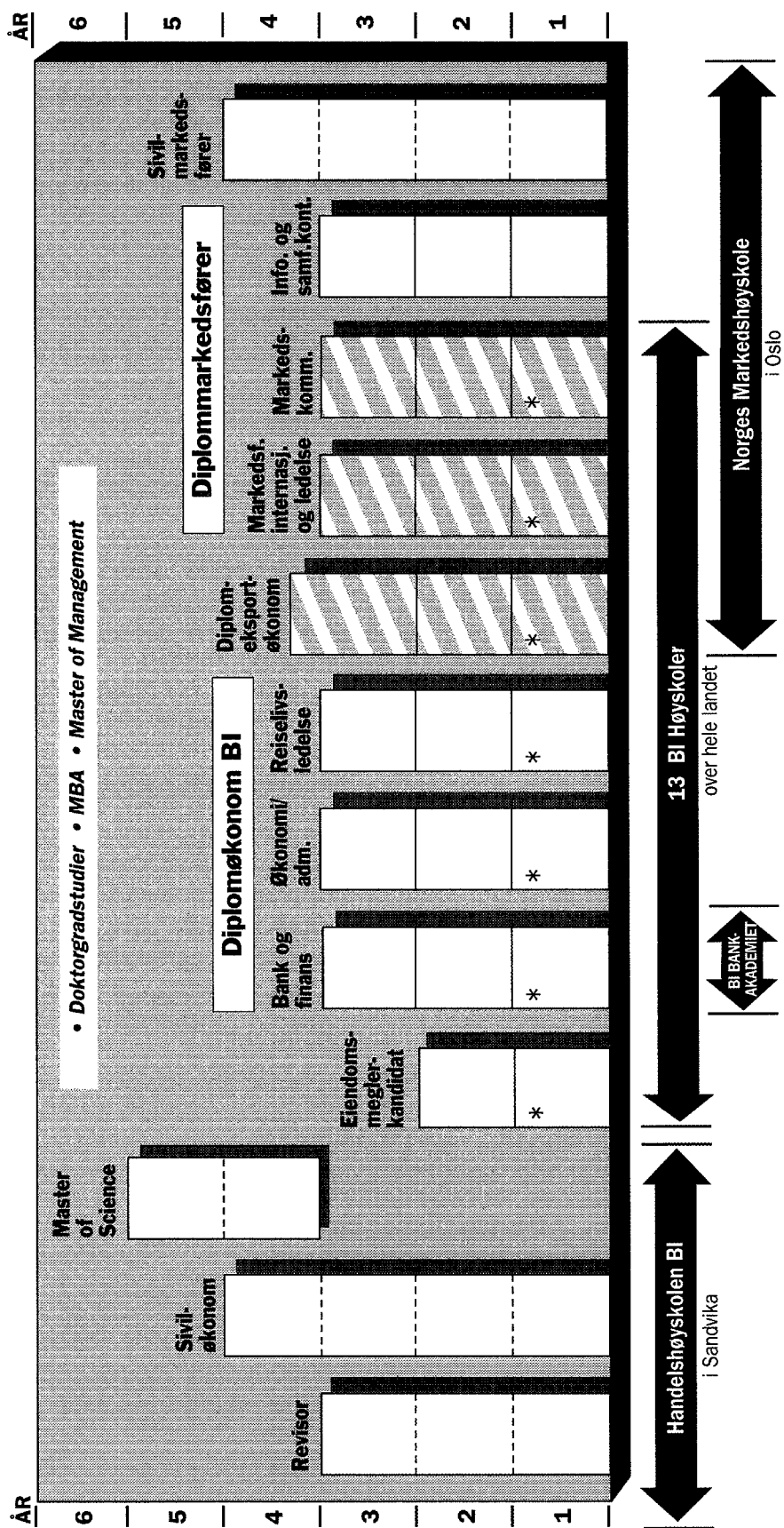
Sensur mai/juni eksamen 1998

August	33	10.	Sensur mai/juni-eksamen 1998
	35	24.	Frist for anmodning om sensurbegrunnelse for mai/juni-eksamen 1998

2 BI Stiftelsen og BIs vitenskapelige personale

Studietilbud studieåret 1997/98	11
BI Stiftelsen	12
- Visjon	12
- Veien mot årtusenskiftet	12
BI Stiftelsen – en vitenskapelig handelshøyskole	12
- De vitenskapelige instituttene	12
- Handelshøyskolen BI	13
- BI Senter for lederutdanning	13
- BI Høyskolene	13
- Norges Markedshøyskole (NMH)	13
- Bankakademiet (BI-BA)	13
- BI Fjernundervisning	13
BIs samarbeidspartnere	14
- Internasjonale samarbeidspartnere	14
Nøkkeltall pr. 1. januar 1997	14
- Studenter	14
- Ansatte	14
- Økonomi	14
BI Stiftelsens styringsorganer	15
- Stiftelsens styre	15
- Kontrollkomiteen	15
- Høyskolestyret	15
- Ledelsen	15
BIs vitenskapelige personale.....	16

Studietilbud 97/98



Alle studier er godkjent av offentlige myndigheter og kvalifiserer derfor for studielån i Statens lånekasse for utdanning. Enkelte studier tilbys også på deltid og som fjernundervisning.

* Valgfritt mellom grunnfag i bedriftsøkonomi eller grunnfag i markedsøkonomi.

BI Stiftelsen

BI Stiftelsens strategi for perioden 1995 – 2000

VISJON

BI skal være en av de mest anerkjente vitenskapelige handelshøyskoler i Europa. Gjennom å utvikle og formidle kompetanse i partnerskap med næringsliv og forvaltning skal BI bygge bro mellom forskning, utdanning og arbeidsliv.

Veien mot årtusenskiftet

2

BI Stiftelsen har i de siste 10 årene blitt en betydelig aktør innenfor utdannings- og forskningssektoren i Norge og yter idag et viktig bidrag til samfunnet gjennom utvikling og formidling av kunnskap.

Over 90.000 nordmenn har tatt hele eller deler av sin utdanning ved BI Stiftelsen. BI har utdanningstilbud innenfor flere viktige samfunnssektorer i landet som eiendomsmegling, reiseliv og bank og finans. I utviklingen av strategien for BI Stiftelsen mot år 2000, har det vært lagt spesiell vekt på å opprettholde og styrke samfunnsbidraget i årene som kommer.

BI Stiftelsen – en vitenskapelig handelshøyskole

BI har siden etableringen i 1943 vokst til å bli en av Norges største vitenskapelige utdanningsinstitusjoner, og hadde ved årsskiftet 1996/97 ca. 15.100 studenter. BI Stiftelsen har landets største vitenskapelige miljø innen fagområdene økonomi, markedsføring og administrasjon med 252 faglige medarbeidere, hvor av 175 er i vitenskapelige stillinger. I tillegg blir omlag 600 forelesere hentet inn fra næringsliv og forvaltning for faste undervisningsoppdrag. BI Stiftelsen er en privat, selveiende stiftelse som drives på not-for-profit basis.

De vitenskapelige instituttene

Det vitenskapelige personale har ansvaret for både forskningsprogrammene og det faglige innholdet. Det vitenskapelige personale har ansvaret for både forskningsprogrammene og det faglige innholdet i studiene som gjennomføres i BI Stiftelsen. For å oppnå størst mulig nytte for både BI og samfunnet er de faglige ansatte samlet i et kompetansemiljø ved Handelshøyskolen BI i Sandvika. Kompetansen blir formidlet gjennom BIs landsdekkende nett av høyskoler. Dette innebærer at alle studiene i BI Stiftelsen har sin basis i forskningsbasert kunnskap. Det er også BIs vitenskapelige personale som utvikler alle nye studieprogrammer innenfor BI Stiftelsen.

BIs vitenskapelige personale er organisert i fire institutter, samt ved Norges Markedshøyskole:

- Institutt for økonomi
- Institutt for organisasjon og ledelse
- Institutt for strategi, historie og språk
- Institutt for markedsføring og logistikk

Handelshøyskolen BI

har ansvaret for Stiftelsens MBA, MSc og doktorgradsprogram, i tillegg til siviløkonom- og revisorstudiet. Handelshøyskolen BI er lokalisert til Sandvika utenfor Oslo, hvor også BIs vitenskapelige medarbeidere har sitt daglige virke. Her finner man også BI Hovedbiblioteket og det aktive Bedriftsøkonomisk Studentersamfund. BI Stiftelsens vitenskapelige personale, Forskningscenteret og fellesadministrasjonen benytter også Handelshøyskolen BI som enhetsnavn.

BI Senter for lederutdanning

tilbyr etter- og videreutdanning på høyt nivå gjennom bedriftsinterne kompetansehevingsprogrammer for næringsliv og offentlig forvaltning, Management programmer, samt høyeregradsstudiet Master of Management. Lærekreftene hentes fra Stiftelsens vitenskapelige personale, som gjennom forskning, undervisning og konsulentarbeid integrerer kunnskapsutvikling og kunnskapsoverføring. BI Senter for lederutdanning har også det operative ansvaret for driften av BI Partners, Stiftelsens partnernettverk med næringslivet og offentlig sektor.

BI Høyskolene

er Stiftelsens landsdekkende undervisningsnett med 14 læresteder over hele landet i tillegg til fjernundervisningstilbud. Den fleksible strukturen gjør at studentene kan ta sin utdanning over lengre eller kortere tid, og de kan innenfor BI Stiftelsen også bygge på utdanningen helt frem til Master of Science-grad eller doktorgrad. Studietilbudet strekker seg fra grunnfag i bedriftsøkonomi til det treårige diplomøkonomstudiet. I tillegg tilbys bransjerettede, flerårige studier innen bank og finans, reiseliv og eiendomsmegling. Enkelte av BI Høyskolene tilbyr også ett- til treårige nisjestudier innen markedsføring og markedskommunikasjon. Videre tilbys en rekke kurs og opplæringsprogrammer innen etter- og videreutdanning. BI Høyskolenes tilbyr også kompetansehevingsprogram for regnskapsførere. BI har utviklet og gjennomfører et studietilbud som tilfredsstiller myndighetenes krav til regnskapsførergodkjenning.

Norges Markedshøyskole (NMH) tilbyr studieopplegg som henter impulser både fra de tradisjonelle økonomisk-administrative fag og fra de samfunnsvitenskapelige fagdisipliner. Sivilmarkedsførerstudiet er en fireårig utdanning innen markedsføring, diplomeksportøkonomstudiet er internasjonalt rettet hvor de tre siste semestrene av den 3 1/2 årige utdanningen gjennomføres i utlandet. Videre tilbyr NMH studier av inntil tre års varighet innenfor markedsføring, internasjonalisering og ledelse; markedskommunikasjon og informasjon- og samfunnskontakt. Faglig ansatte ved Norges Markedshøyskole er organisert under egen faglig rektor.

BI Bankakademiet tilbyr bransjerettede studier i bankfag på grunnfagsnivå og videre frem til titlene bankkandidat og diplomøkonom i bankfag. Utdanningen er tilrettelagt for deltidsstudier med fjernundervisning. For å sikre at Bankakademiets studietilbud stadig er like aktuelt for bankene, er det opprettet et råd for bankstudier ved BI Bankakademiet. Rådet er rådgivende i faglige spørsmål vedrørende bankstudier og har et flertall av representanter fra banknæringen.

BI Fjernundervisning tilbyr deler av BI Høyskolenes studietilbud; bedriftsøkonomstudiet og høyskolekandidatstudiet samt ledelsesprogrammer og bedriftsinterne programmer. Undervisningen er en moderne form for selvstudium, der studentene har kontakt med hverandre og med foreleser via datakonferanser. Fra studieåret 1997-98 vil hele konferansesystemet skal kunne nås gjennom Internett. Det blir arrangert samlinger der deltakerne får forelesninger og deltar i gruppearbeid. Både enkeltstudenter, næringsliv og offentlige etater benytter seg av denne studieformen.

BIs samarbeidspartnere

Gjennom ulike nettverk er mange av Norges viktigste industri-, handels- og tjenesteytende bedrifter knyttet opp til BI Stiftelsen i forpliktende samarbeid. Sammen med Universitetet i Oslo har BI Stiftelsen i tillegg etablert partnerskap med åtte offentlige etater.

Nettverkene er etablert for oppnå et gjensidig berikende og langsiktig samarbeid innen livslang læring, forskning og utvikling. Samarbeidspartnerne nyter godt av den kompetanse BIs fagmiljø representerer, og BIs vitenskapelige personale får nær kontakt med de utfordringer som næringsliv og forvaltning står overfor. Dette bytte av kunnskap, erfaring og kompetanse bidrar til økt konkurransekraft for alle parter.

Det hele startet med at BI Stiftelsen i 1992 etablerte et unikt partnerskap med noen av Norges største konsern gjennom BI Partners. I dag har dette og flere andre nettverket vokst til 87 bedrifter og etater. I tillegg har flere av BI Høyskolene etablert faglige råd hvor sentrale personer i regionalt næringsliv og forvaltning deltar.

2

Internasjonale samarbeidspartnere

BI Stiftelsen samarbeider med 56 anerkjente universiteter i USA, Canada, Europa og Sør-Amerika og Asia. Avtalene omfatter bl.a. studentutveksling og forskningssamarbeid. Stiftelsen er dessuten med i fem ERASMUS-nettverk som omfatter 58 universiteter i Europa, herunder AMSEC, et nettverk av europeiske handelshøyskoler, samt Nordplus som omfatter 23 høyskoler og universiteter i Norden. MSc og MBA-studiene undervises på engelsk, med studenter fra mer enn 30 land.

Nøkkeltall pr. 1. januar 1996

Studenter

Antall studenter:	15.123
Antall studenter, heltid	8 396
Antall studenter, deltid	6 727

Antall studenter fordelt på enhet:

Handelshøyskolen BI	1 850
BI Senter for lederutdanning*	1 267
BI Høyskolene*	8 215
Bankakademiet	1 558
Norges Markedshøyskole	2 233

(* I tillegg kommer deltakere på bedriftsinterne programmer).

Ansatte

Antall ansatte totalt:.....	568
Antall faglige ansatte:.....	252
Antall vitenskapelige ansatte (prof., 1. am, am + stip.):	175
Antall professorer (inkl perm)	54

Økonomi

Total inntekt i 1996:.....	490 millioner kroner
Forskningsinntekter i 1996:	32 millioner kroner
Statsstøtte i 1996	69 millioner kroner

BI Stiftelsens styringsorganer

STIFTELSENS STYRE er BI Stiftelsens øverste beslutende organ.

Eksterne medlemmer

Tom Veierød, Kommunenes Sentralforbund (leder)
Anne-Lise Bakken, Vision International
Ragnhild Sohlberg, Norsk Hydro

Interne medlemmer

Bjarne Ytterhus, vitenskapelig representant
Bente Løwendahl, vitenskapelig representant
Bente Andreassen, administrativ representant
Trond Karlsen, student representant

KONTROLLKOMITEEN skal følge opp styrets arbeid og påse at dette er i tråd mer lover og regler, samt Stiftelsens egne vedtekter.

Åge Danielsen, Statskonsult (leder)
Erik Engebretsen, Adelsten
Hans Stenberg-Nilsen, advokat

2

HØYSKOLESTYRET har ansvaret for BI Stiftelsens faglige utvikling, herunder godkjenning av fagplaner og ansettelse av vitenskapelig personell.

Leif Frode Onarheim, rektor (leder) *
Rune Sørensen, prorektor *
Pål Korsvold, Institutt I
Jan Grund, Institutt II *
Torbjørn Sirevåg, Institutt III
Carl Arthur Solberg, Institutt IV
Fres Selnes, NMH
Bjørn W. Amundsen, BI Høyskolene
Geir Jangås, Studentrepresentant MØSS

Arne Jon Isachsen, vitenskapelig representant
John Chr. Langli, vitenskapelig representant
Hans Mathias Thjømøe, vitenskapelig representant
Øystein Fjeldstad, vitenskapelig representant
Rigmor Christiansen, administrativ representant
Kaare Dag Vestre, administrativ representant
Per Espen Watle, Studentrepresentant BS
Julie S. Oftedal, Studentrepresentant NBS

LEDELSEN

Rektor Leif Frode Onarheim *
Prorektor Rune Sørensen *
Høyskoledirektør Michael Tetzschner
Direktør Olav Digernes, Handelshøyskolen BI
Direktør Jens Petter Tøndel,
BI Høyskolene/NMH/BA
Direktør Bjørn E. Hviding,
BI Senter for lederutdanning
Info.direktør Arne Bjerke,
informasjon og markedsføring
Professor Rolf Høyer, akademisk rådgiver

Instituttssjefer

Professor Pål Korsvold, Institutt for økonomi
Professor Jan Grund, Institutt for organisasjon og ledelse
Professor Torbjørn Sirevåg, Institutt for strategi, historie og språk
Førsteamanuensis Carl Arthur Solberg,
Institutt for markedsføring og logistikk
Professor Fred Selnes,
Norges Markedshøyskole
Doktorgradsprogrammet:
Professor Fred Wenstøp (leder)

* Fra 1. august 1997 overtar professor Torger Reve som rektor, og professor Jan Grund som prorektor for BI Stiftelsen. Det er pr. 28. april ikke klarlagt hvem som overtar som instituttssjef i Institutt 2.

BI Stiftelsens vitenskapelige personale

30. april 1997

Rektor Leif Frode Onarheim
Prorektor Professor Rune Sørensen

Institutter

Institutt for økonomi

Instituttssjef professor Pål E. Korsvold

Institutt for organisasjon og ledelse

Instituttssjef professor Jan Grund

Institutt for strategi, historie og språk

Instituttssjef professor Torbjørn Sirevåg

Institutt for markedsføring og logistikk

Instituttssjef førsteamanuensis

Carl Arthur Solberg

Norges Markedshøyskole

Rektor, professor Fred Selnes

Deans - Programdirektører

Dean of Graduate Programs

Professor Charles B. Stabell

Dean of Executive School

Førsteamanuensis Bjørn W. Hennestad

Programdirektør M.B.A.

Studierektor Hermann Kopp

Dean of Doctoral Programs

Professor Fred Wenstøp

Dean for siviløkonomstudiet

Professor Olav R. Spilling

Dean for lavere grads studiet

(For tiden ubesatt)

Professorer

Andersen, Erling S. - Informasjonssystemer/ Prosjektledelse

Cand. oecon. 1966 - Universitetet i Oslo

Andersen, Svein S. - Organisasjonsteori/ Petroleumsøkonomi/Euromanagement

Ph. D. 1986 - Stanford University, USA

Mag. art. 1980 - Universitetet i Oslo

Asbjørnsen, Odd A. (II) - Petroleumsøkonomi

Dr. techn. 1962 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Sivilingeniør 1955 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Bailey, Andrew D. Jr. (II) - Regnskap/Revisjon

CPA, CMA, CIA, CFE

Ph. D. 1971 - The Ohio State University

M.S. 1966 - University of Minnesota

B.S.B. 1964 - University of Minnesota

Bjørnland, Dag (II) - Logistikk

Cand. oecon 1961 - Universitetet i Oslo

Bøhren, Øyvind - Finans

Licentiatgrad i bedriftsøkonomi 1978 - Norges Handelshøyskole

Høyere avdelings siviløkonomeksamen 1976 - Norges Handelshøyskole

Miljøvernstudium 1974 - Norge teknisk-

naturvitenskapelige universitet

Siviløkonom 1973 - Norges Handelshøyskole

Eliassen, Kjell A. - Offentlig lederskap/ Europeiske studier

Cand. polit. 1971 - Universitetet i Bergen

Gjems-Onstad, Ole - Skatterett

Dr. juris 1984 - Universitetet i Oslo

Lic. jur. 1980 - Universitetet i Oslo

Cand. jur. 1979 - Universitetet i Oslo

Gripsrud, Geir - Markedsføring, distribusjon, markedsanalyse, internasjonalisering.

Cand. oecon. 1971 - Universitetet i Oslo

Grund, Jan - Helseledelse

Cand. oecon. 1972 - Universitetet i Oslo

Heide, Jan B. (II) - Markedsføring

Ph. D. 1987 - University of Wisconsin

M.B.A. 1982 - University of Wisconsin

Siviløkonom 1981 - Handelshøyskolen BI

Helgesen, Thorolf (II) - Markedsføring

Ekonomie doktor 1977 - Universitetet i Lund

Cand. oecon. 1952 - Universitetet i Oslo

Hersoug, Tor (II) - Samfunnsøkonomi

Dr. philos. 1985 - Universitetet i Oslo

Lic. philos. 1980 - Universitetet i Oslo

Cand. oecon. 1971 - Universitetet i Oslo

Hervik, Arild (II) - Næringsutvikling

Cand. oecon 1975 - Universitetet i Oslo

Høyer, Rolf - Informasjonsledelse

Tekn. dr. 1974 - Kungliga Tekniska Högskolan, Stockholm (KTH)

Lic. techn. 1973 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Sivilingeniør 1960 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Isachsen, Arne Jon - Samfunnsøkonomi

Ph. D. 1975 - Stanford University, USA

M.A. 1973 - Stanford University, USA

Siviløkonom 1969 - Norges Handelshøyskole

Jessen, Svein Arne (permisjon) - Prosjektledelse

Ph. D. 1990 - Brunel University, England

Cand. real. 1970 - Universitetet i Oslo

Joynt, Patrick (II) - Ledelse

Ph. D. 1979 - Brunel University, England

M. Sc. 1963 - University of Wisconsin, USA

Kaufmann, Geir - Ledelse

Dr. philos 1975 - Universitetet i Bergen

Cand. psychol 1970 - Universitetet i Oslo

King Raymond - Regnskap

Ph. D. 1980 - University of Oregon

M.B.A. 1974 - University of Montana

Korsvold, Pål E. - Finans

D.B.A. 1970 - Indiana University, USA

M.B.A 1966 - Indiana University, USA

B.B.A. 1964 - Clarkson College of Technology, USA

Kruger, Mark - Strategi

D.B.A. 1983 - Graduate School of Business

Administration, Harvard University

M.A 1970 - University of California at Berkeley

M. Sc. 1975 - Massachusetts Institute of Technology

B.A. 1968 - University of Massachusetts at Amherst

Kristianslund, Ivar - Metode

Ph. D. 1972 - Michigan State University

Dr. scient. 1963 - Norges Landbrukshøgskole

Exam. oecon. 1962 - Universitetet i Oslo

Sivilagronom 1959 - Norges Landbrukshøgskole

Lane, Jan-Erik (II)

Fil. Lic 1973 - Umeå Universitet

M.A. 1972 - Umeå Universitet

B.A. 1967 - Umeå Universitet

Lange, Even - økonomisk historie

Dr. philos. 1987 - Universitetet i Oslo

Cand. philol. 1974 - Universitetet i Oslo

Lereim, Jon (II) - Ledelse/Prosjektledelse

M.E. 1978 - McMaster University

Sivilingeniør 1974 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Mork, Knut Anton (II) - Samfunnsøkonomi

Ph. D. 1977 - Massachusetts Institute of Technology, USA

Høyere avdelings siviløkonomeksamen 1974 -

Norges Handelshøyskole

Siviløkonom 1972 - Norges Handelshøyskole

Moxnes, Paul - Organisasjonspsykologi

Dr. philos. 1979 - Universitetet i Tromsø

Godkjent psykolog 1975

Cand. psychol. 1970 - Universitetet i Oslo

Ness, Relar (II) - Strategi

Ph. D. 1984 - Stanford University, USA

M. Sc. 1977 - Stanford University, USA

Siviløkonom 1972 - Handelshøyskolen BI

Nore, Petter (II) - Petroleumsøkonomi

Ph. D. 1979 - Thames University

M. Sc. 1973 - London School of Economics

and Political Science

Noreng, Øystein - FINA Professor i Energi og Økonomi

Docteur de recherches politiques 1972 -

L'Université de Paris

Mag. art. 1967 - Universitetet i Oslo

Nyström, Harry (II) - Markedsføring

Economie dr. 1970 - Handelshögskolan i Stockholm

M.A. 1965 - Handelshögskolan i Stockholm

Siviløkonom 1963 - Handelshögskolan i Stockholm

Olaisen, Johan L - Informasjonsledelse

Ph. D. 1984 - University of California, Berkeley, USA

Cand. scient. 1985 - Universitetet i Oslo

Cand. philol. 1979 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Bibliotekar 1979 - Statens bibliotek-

og informasjonshøgskole

Olsen, Øystein (II) - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon. 1977 - Universitetet i Oslo

Ottesen Otto - Markedsføring

Dr. merc. 1973 - Handelshøjskolen i København

Lic. merc. 1968 - Handelshøjskolen i København

Cand merc. 1959 - Handelshøjskolen i København

Persson, Kurt Göran - Logistikk

Tekn. lic. 1972 - Tekniska Högskolan i Lund

Civilingeniør 1967 - Tekniska Högskolan i Lund

Randers, Jørgen (permisjon) - Samfunnsøkonomi

Ph. D. 1973 - Massachusetts Institute of Technology, USA
Cand. real 1969 - Universitetet i Oslo

Ruud, T. Flemming (permisjon) - Regnskap/Revisjon

Ph. D. 1988 - University of Utah
Statsautorisert revisor 1982
Høyere Revisoreksamen 1981 - Norges Handelshøyskole

Selnes, Fred - Markedsføring

Dr. oecon 1996 - Norges Handelshøyskole
M. Sc. Marketing 1984 - Northwestern University, USA
Siviløkonom 1980 - Handelshøyskolen BI

Sirevåg, Torbjørn - Interkulturell kommunikasjon, engelsk

Dr. philos. 1977 - Universitetet i Oslo
Cand. philol. 1963 - Universitetet i Oslo

Skånland, Hermod (II) - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon 1951 - Universitetet i Oslo

Skaar, Arvid Aage - Skatterett

Dr. juris 1991 - Universitetet i Oslo
Cand. jur. 1976 - Universitetet i Oslo

Sohlberg, Ragnhild (II) - Strategi

Ph. D. 1980 - Rand Graduate School, California
M.A. 1974 - University of Wisconsin
B.A. 1973 - University of Wisconsin

Spilling, Olav R - Næringsutvikling

Sivilingeniør 1970 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Stabell, Charles B. - Strategi

Ph. D. 1974 - Massachusetts Institute of Technology, USA
M.B.A. 1967 - McGill University, Canada
Sivilingeniør 1965 - Ecole Nationale Supérieure d'Electronique et de Radioelectricite de Grenoble, France

Stordrange, Bjørn (II) - forretningsjus

Dr. juris 1988 - Universitetet i Oslo
Cand. jur. 1982 - Universitetet i Oslo

Sørensen, Rune - Offentlig ledelse og styring

Dr. philos. 1986 - Universitetet i Oslo
Cand. polit. 1982 - Universitetet i Oslo

Welch, Lawrence - Internasjonalisering

Ph. D. 1978 - University of Queensland
M. Com. 1972 - University of New South Wales
Dip. Ed. 1967 - University of Newcastle
B. Com. 1966 - University of New South Wales

Welford, Richard (II) - Bærekraftig ledelse

Ph. D. 1990 - Warwick University
M.A. 1985 - Nottingham Trent University
B.A 1982 - Coventry Polytechnic

Wenstøp, Fred - Strategi /Beslutningsanalyse

Ph. D. 1975 - University of California, Berkeley, USA
Cand. real. 1969 - Universitetet i Oslo

Willums, Jan-Olaf (II) - Bærekraftig ledelse

Dr. scient 1975 -MIT
Diplomingenieur 1971 - ETH

Førsteamanuenser

Amdam, Rolv Petter - økonomisk historie

Cand. philol. 1985 - Universitetet i Oslo

Andersen, Espen - Informasjonsledelse

D.B.A. 1995 - Harvard University
Siviløkonom 1986 - Handelshøyskolen BI

Andersson, Leif Christer - Markedsføring

Fil. dr. 1982 - Universitetet i Lund

Austvik, Ole Gunnar (II) - Petroleumsøkonomi

Master of Public Administration 1989 - Harvard
Cand oecon. 1980 - Universitetet i Oslo

Bakken, Tore - Ledelse

Mag. art. sosiologi 1980 - Universitetet i Oslo

Benito, Gabriel Robertstad Garcia - Internasjonalisering

Dr. oecon 1995 - Norges Handelshøyskole
Høyere avdelings eksamen 1992 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1985 - Handelshøyskolen BI

Berthling-Hansen, Pål - Finans

Ph. D. 1994 - University of Southampton
B.B. Economics 1989 - University of Southampton

Blong, Harald - Markedsføring på bedriftsmarkedet/Interorganisatorisk samarbeid/Ledelse av markedsføringskanalen/ Relasjonsmarkedsføring

Siviløkonom 1966 - Norges Handelshøyskole

Bjerke, Rune - Markedsføring

Ph. D. 1996 - University of Otago/
Universita Commerciale Luigi Bocconi
M.B.A. 1988 - Erasmus University
B.A. 1985 - California State University

Brinkmann, Johannes - Ledelse/Etikk

Dr. phil. 1975 - Universitetet i Münster
Mag. art. 1972 - Universitetet i Münster

Brønn, Carl - Strategi

Ph. D. 1990 - Georgia State University
M.Sc. 1982 - Georgia State University
B.S.M.E. 1974 - Georgia Institute of Technology

Bråthen, Tore (II) - Jus/eiendomsmegling

Cand. jur. 1982 - Universitetet i Oslo

Bygnes, Kjell - Ledelse

Siviløkonom 1978 - Universitetet i Lund

Dzever, Samuel - Markedsføring

Ph. D. 1992 - University of Strathclyde
Econ. dr. 1987 - Universitetet i Linköping
M.A. 1984 - University of New South Wales
B.A. 1983 - University of Newcastle

Fjeldstad, Øystein - Strategi

Ph. D. 1987 - University of Arizona, USA
Siviløkonom 1981 - Norges Handelshøyskole

Friedman, Ken - Ledelse og strategisk design

Ph. D. 1976 - United States International University
M.A. 1971 - San Francisco State University
B.A. 1971 - San Francisco State University

From, Johan - Offentlig ledelse

Cand. polit. 1980 - Universitetet i Bergen

Groth, Brian I. - Språk, engelsk

Cand. philol. 1977 - Universitetet i Oslo

Grønn, Erik - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon. 1979 - Universitetet i Oslo

Hagen, Kåre (II) - Offentlig ledelse

Cand. polit. 1987 - Universitetet i Oslo

Hennestad, Bjørn W. - Organisasjonsteori

Dr. oecon 1992 - Norges Handelshøyskole
Cand. sociol. 1977 - Universitetet i Oslo
Siviløkonom 1972 - Handelshøyskolen BI

Høivik, Heidetraut von Weltzien - Interkulturell kommunikasjon, Næringslivsetikk

Ph. D. 1971 - University of Colorado, USA
M.A. 1968 - University of Colorado, USA

Jahre, Marianne - Logistikk

Ekonomie doktor 1995 - Chalmers Tekniska Högskola
Lic oecon 1992 - Chalmers Tekniska Högskola
Siviløkonom 1988 - Handelshøyskolen BI

Kitchen, Deborah - Interkulturell kommunikasjon

Ph. D. 1993 - University of Minnesota
M.A. 1983 - University of Wisconsin, Milwaukee
B.A. 1980 - University of Wisconsin, Milwaukee

Koppang, Haavard - Ledelse/Etikk

Høyere avdelings eksamen 1989 - Norges Handelshøyskole
Cand. theol. 1979 - Universitetet i Oslo

Krokan, Arne - Informasjonsledelse

Mag. art 1982 - Universitetet i Oslo

Lai, Linda M. H. - Organisasjonsteori/Ledelse

Dr. oecon 1991 - Norges Handelshøyskole
Høyere avdelings eksamen i administrasjon 1988 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1987 - Handelshøyskolen BI

Lane Vicki - Markedsføring

Ph. D. 1992 - University of Washington
M.B.A. 1983 - University of Arkansas at Little Rock
B.B.A. 1981 - University of Arkansas at Little Rock

Langli, John Christian - Finansregnskap, internasjonal regnskapsrapportering, analyse av selskapsinformasjon

Dr. oecon 1993 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1988 - Handelshøyskolen BI

Larsen, Tor J. - Informasjonsledelse

Ph. D. 1988 - University of Minnesota, USA
M.A. 1975 - University of Lancaster, England
Siviløkonom 1971 - Handelshøyskolen BI

Løwendahl, Bente R. - Strategi

Ph. D. 1992 - Wharton School, University of Pennsylvania, USA
Siviløkonom 1986 - Norges Handelshøyskole

Manning, Julian - Samfunnsøkonomi

Ph. D. 1993 - University of Rochester
M.A. 1992 - University of Rochester
M.A. 1987 - University of Canterbury, New Zealand
B.A. 1986 - University of Canterbury, New Zealand

Martinsen, Øyvind (II) - Organisasjonspsykologi

Dr. philos 1995 - Universitetet i Bergen
Cand. polit. 1989 - Universitetet i Oslo

Mehlum, Jan (II) - Markedsføring/Ledelse

Cand. sociol. 1977 - Universitetet i Oslo

Michalsen, Dag E. - Finans

M.B.A. 1977 - University of Wisconsin, USA
Siviløkonom 1973 - Handelshøyskolen BI
Ingeniørexamen 1970 - GTI, Gøteborg

Midttun, Atle - Energiledelse, offentlig styring, økonomisk organisering, reguleringsteori

Fil. dr. 1987 - Universitetet i Uppsala
Mag. art. 1979 - Universitetet i Oslo

Moen, Knut Johannes (II) - regnskap

Dr. scient 1995 - Norges Landbrukshøgskole
Høyere avdelings eksamen 1990 - Norges Handelshøyskole
Cand. agric. 1987 - Norges Landbrukshøgskole

Myrtveit, Ingunn - Samfunnsøkonomi

Dr. oecon 1995 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1987 - Handelshøyskolen BI

Nes, Erik - Internasjonalisering

Ph. D. 1981 - University of Wisconsin
M.B.A. 1972 - University of Wisconsin
Siviløkonom 1971 - Handelshøyskolen BI

Nygaard Arne - Markedsføring

Dr. oecon. 1992 - Norges Handelshøyskole
Høyere avdelings eksamen 1988 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1982 - Handelshøyskolen BI

Olson, Erik - Markedsføring

Ph. D. 1992 - Case Western Reserve University, USA
M.B.A. 1986 - Indiana University, USA
BA 1983 - Augustana College, South Dakota, USA

Olsson, Ulf Henning - Metode

Dr. scient 1996 - Norges Landbrukshøgskole
Cand. mag. 1981 - Universitetet i Oslo
Cand. scient 1981 - Universitetet i Oslo

Ongena, Steven - Samfunnsøkonomi

Ph. D. 1995 - University of Oregon
M.A. 1988 - University of Alberta
M.B.A. 1986 - Katholieke Universiteit Leuven
Hir, 1985 - Katholieke Universiteit Leuven

Overskeid, Geir

Dr. psychol 1995 - Universitetet i Oslo
Cand. psychol 1989 - Universitetet i Oslo

Pettersen, Arve (II) - Markedsføring

Dr. ing. 1993 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet
Siviløkonom 1987 - Handelshøyskolen BI

Revang, Øivind - Ledelse

Ekonomie doktor 1985 - Universitetet i Linkøping
Siviløkonom 1976 - Handelshøyskolen BI

Roberts, Hanno. - Regnskap

Ph. D. 1993 - Universitetet i Maastricht
M.A. 1986 - Rotterdam Handelshøyskole

Rydqvist, Kristian

Ph. D. 1987 - Handelshögskolan i Stockholm
M.B.A. 1983 - Handelshögskolan i Stockholm

Sagmo, Knut - Finans

Ph. D. 1993 - University of Wisconsin
M.B.A. 1984 - University of Wisconsin
Siviløkonom 1982 - Handelshøyskolen BI

Selmer, Terje W. L. - Språk - fransk

Cand. philol. 1974 - Universitetet i Oslo

Skjerstad, Tronn Å. (II)

Dr. ing. 1994 - Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Siviløkonom 1991 - Norges Handelshøyskole

Smith, David C. - Finans

Ph. D. 1993 - Indiana University
B.S. 1988 - University of Delaware

Solberg, Carl Arthur - Internasjonalisering

Ph. D. 1994 - University of Strathclyde
Licencié ès sciences économiques 1969 - L'Université de Neuchâtel, Sveits

Stranden, Eldrid Aashaug - Finans/Bankøkonomi

Høyere avdelings eksamen 1972 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1971 - Norges Handelshøyskole

Sundquist, Åsebrit - Språk, engelsk

Dr. philos. 1984 - Universitetet i Oslo
Cand. philol. 1976 - Universitetet i Oslo

Tellefsen, Brynjulf - Markedsføring

Ph. D. 1977 - Columbia University
M. Phil. 1974 - Columbia University
B.A. 1969 - Manchester University

Thjømøe, Hans Mathias - Markedsføring

Ph. D. 1996 - Handelshøjskolen i København
Høyere avdelings siviløkonomeksamen 1995 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1967 - Handelshøjskolen i Århus
Bedriftsøkonomisk kandidat 1964 - Handelshøyskolen BI

Trapani, Teresa - Regnskap/Revisjon

Ph. D. 1990 - University of Kansas
M.S. 1981 - University of Kansas
B.S. 1978 - University of Colorado

Trondsen, Tor Jarl - Strategi

Ph. D. 1993 - University of Bradford
M. Phil. 1990 - University of Bradford
Siviløkonom 1961 - University of California

Vale, Bent (II) - Samfunnsøkonomi

Dr. polit. 1992 - Universitetet i Oslo
Cand. oecon 1982 - Universitetet i Oslo

Virum, Helge - Logistikk

Sivilingeniør 1963 - Heriot-Watt University, Edinburgh

Welch, Denise - International Management

Ph. D. 1991 - Monash University
M. Ph. 1985 - Brunel University
B. Bus. 1979 - University of Southern Queensland

Wiig, Roberta - Språk, engelsk

Ph. D. 1985 - University of Washington
M.A. 1971 - University of Washington
B.A. 1965 - Grinnell College

Ødegaard, Bernt A. - Finans

Ph. D. 1992 - Carnegie Mellon University
M. Sc. 1989 - Carnegie Mellon University
Høyere avdelings eksamen 1987 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1985 - Norges Handelshøyskole

Amanuenser

Berg, Morten Emil - Ledelse

Cand.mag. 1978 - Universitetet i Oslo
Diplomeksamen 1971 - FM, Oslo
Siviløkonom 1969 - Handelshøyskolen BI

Brookes, David Edward - Markedsføring, Strategi, Internasjonalisering

Høyere avdelings siviløkonomeksamen 1992 - Norges Handelshøyskole
M. Sc. - Clinical Pharmacology 1978 - University of Oslo
Senior Course Diploma in Pharmacology 1962 - Leicester School of Pharmacy
2nd MB, Ch.B. 1958 - University of Sheffield

Foss, Tron - Metode

Cand. real. 1970 - Universitetet i Oslo

Gaspard, Georges D. - Språk, fransk

Cand. philol. 1973 - Universitetet i Oslo

Haug, Magne - Informasjon og samfunnskontakt

Cand. philol. 1975 - Universitetet i Oslo

Haanæs, Knut - Strategi

Ph. D. kandidat 1996 - Handelshøyskolen i København
Siviløkonom 1989 - Norges Handelshøyskole

Kunø, Gorm - Markedsføring

M. Sc. 1976 - Handelshøyskolen i København

Lippe, Berit von der - Massekommunikasjon

Cand. philol. 1974 - Universitetet i Oslo

Lothe, Solveig

Doctoral student - Norges Landbrukshøyskole
M.S. Agricultural Economy 1994 - University of Illinois
Siviløkonom 1992 - Handelshøyskolen BI

Lyngnes, Sølvi - Reisellv

Cand. philol. 1980 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Sannes, Ragnvald - Informasjonsledelse

Ekonomie licentiat 1992 - Handelshögskolan i Stockholm
Siviløkonom 1986 - Handelshøyskolen BI

Schanke, Egil - Språk, tysk

Cand. philol. 1967 - Universitetet i Oslo

Synnestvedt, Terje - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon. 1991 - Universitetet i Oslo

Syring, Ingvil - Språk, engelsk

Cand. philol. 1972 - Universitetet i Oslo

Sørensen, Tom - Bedriftsøkonomisk analyse

Siviløkonom 1975 - Handelshøyskolen BI

Tangen, Dag - Offentlig ledelse

Cand. polit. 1974 - Universitetet i Oslo

Aakre, Pål - Metode

Bedriftsøkonomisk kandidat 1965 - Handelshøyskolen BI

Aarønæs, Lasse - Markedsføring

Siviløkonom 1977 - Universität Mannheim
Hovedfagseksamen 1987 - Høyskolen i Buskerud- Ringerike

Studierektorer

Andersen, Niels Jørgen (II) - Strategi

Sivilingeniør 1962 - Danmarks Tekniske Høyskole

Bjercke, Gay - Asia-ledelse

M.B.A. 1974 - Washington State University
B.A. in Business Administration 1972 - Washington State University

Bø, Eirill - Logistikk

Siviløkonom 1987 - Handelshøyskolen BI

Christensen, Bo Hjort - Informasjonsledelse

Bedriftsøkonom 1977 - Handelshøyskolen BI
Sivilingeniør 1974 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Dahlberg, Bjørn Erik (II) - Etikk og ledelse

Cand. med 1974 - Universitetet i Wien

Eriksen, Bjørn - Forretningsjus

Cand. jur. 1977 - Universitetet i Oslo

Evensmo, Jan - Metode

Førsteamanuensis 1982 - Handelshøyskolen BI
Siviløkonom 1978 - Handelshøyskolen BI
Cand. real. 1965 - Universitetet i Oslo

Framnes, Runar - Internasjonalisering

Siviløkonom 1971 - Norges Handelshøyskole

Faafeng Jr., Sverre - Forretningsjus

Cand. jur. 1974 - Universitetet i Oslo

Gravdahl, Anne Bøhmer - Regnskap/Revisjon

Statsautorisert revisor 1986
Registrert revisor 1983 - Høyskolen i Oslo
Høyskolekandidat 1980 - Telemark Distriktshøgskole

Gulden, Bror Petter - Regnskap/Revisjon

Statsautorisert revisor 1978
Høyere revisorstudium 1977 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1974 - Norges Handelshøyskole

Hetland, Per Willy (II) - Prosjektledelse

Ph. D. 1996 - Ålborg Universitetssenter

Hveem, Dag Jørgen

Cand. jur. 1995 - Universitetet i Oslo
Diplomøkonom Bankfag 1990 - Bankakademiet/
BI Høyskolene

Jepsen, Brian - Ledelse

M.B.A. 1991 - Henley the Management College,
England
Cand. scient. 1981 - Aarhus Universitet, Danmark

Johnsen, Arne Stokke - Markedsføring

Siviløkonom 1959 - Handelshøyskolen i København

Kamfjord, Georg - Reiseliv

Mag. art 1977 - Universitetet i Troms
Siviløkonom 1972 - Handelshøyskolen BI

Kildal, Tor S. - Revisjon

Statsautorisert revisor 1990
Registrert revisor 1986
Siviløkonom 1968 - Hochschule St. Gallen, Sveits

Kjærstad, Trond - Ledelse/Organisasjonpsykologi

Cand psychol. 1988 - Universitetet i Oslo

Kopp, Hermann - Internasjonalisering

Pedagogisk seminar 1968 - Universitetet i Oslo
M.B.A. 1961 - Harvard University, Graduate School of
Business Administration
A.B. i statsvitenskap 1957 - Harvard College

Løken, Svein A. - IT-revisjon

Siviløkonom 1970 - Norges Handelshøyskole

Naug, Trygve - Regnskap

Exam. oecon. 1965 - Universitetet i Oslo
Bedriftsøkonomisk kandidat 1961 -
Handelshøyskolen BI

Omtvedt, Petter C. - Logistikk

Mag. art. 1961 - Universitetet i Oslo

Roos, Nils Göran (II) - Strategi

M.B.A. 1989 - Fontainebleau
M. Sc. (Engineering Physics) 1982 - Chalmers
Tekniska Högskola

Schwencke, Hans Robert - Regnskap

Cand. jur. 1992 - Universitetet i Oslo
Statsautorisert revisor 1980
Høyere revisoreksamen 1979 -
Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1977 - Norges Handelshøyskole

Sending, Aage - Økonomistyring

Siviløkonom 1968 - Norges Handelshøyskole

Svindland, Eirik (II)

Økonomi, statsvitenskap, jus, 1968 - Saar Universität,
Tyskland

Tellefsen, Jan Terje - Regnskap

Cand. jur. 1976 - Universitetet i Oslo
Siviløkonom 1972 - Norges Handelshøyskole

Thompson, Geir (II) - Ledelse

Cand. polit. 1986 - Universitetet i Oslo

Ytterhus, Bjarne E. - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon. 1969 - Universitetet i Oslo

Forskere

Andresen, Kathrine

M. Sc. 1996 - Handelshøyskolen BI
B.A. in International Relations 1993 - Tufts University,
Boston

Flagestad, Arvid - Konkurransestrategi i reiselivet

Siviløkonom 1962 - Handelshøyskolen i København

Glimstedt, Henrik - Økonomisk historie

Fil. dr. 1993 - Gøteborgs Universitet, Historiska
institutionen
Fil. kand. 1983 - Humanistiska fakulteten, Gøteborgs
Universitet
Honorary Fellow, Industrial Relations Research Centre,
University of Wisconsin-Madison 1996-97

Heiberg, Espen Oust - Forsvarsindustri/ sikkerhetspolitikk

M. Sc. Euromanagement 1994 - Handelshøyskolen BI
BA Honours History 1992 - University of Durham

Kili, Terje - Økonomisk historie

Cand. philol. 1993 - Universitetet i Oslo

Knutsen, Sverre - Økonomisk historie

Førsteamanuensis II 1996 - Handelshøyskolen BI
Cand. philol. 1990 - Universitetet i Oslo
Bedriftsøkonom 1984 - BI Høyskolene

Rinde, Harald - Økonomisk historie

Cand. philol. 1992 - Universitetet i Oslo

Skeie, Jon - Økonomisk historie

Cand. philol. 1992 - Universitetet i Oslo

Sogner, Knut - Økonomisk historie

Dr. philos 1996 - Universitetet i Oslo
Cand. philol. 1989 - Universitetet i Oslo

Thue, Lars - Økonomisk historie

Førsteamanuensis II 1991 - Handelshøyskolen BI
Cand. philol. 1977 - Universitetet i Oslo

Stipendiater

Andreassen, Tor Wallin - Markedsføring/ Internasjonal økonomi

Master of Science, International Marketing and Strategy 1994 - Handelshøyskolen BI
Siviløkonom 1981- Norges Handelshøyskole

Bjønnes, Geir Høidal - Samfunnsøkonomi

Høyere avdelings eksamen 1994 -
Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1992 - Handelshøyskolen BI
Økonomisk-administrativ kandidat 1990 -
Østfold Distriktshøgskole

Blindheim, Trond - Markedskommunikasjon

Cand. sociol. 1984 - Universitetet i Oslo
Diplom markeds kommunikasjon 1989 - IFM

Djuvpik, Olav A. - Markedsføring

Siviløkonom 1993 - Handelshøyskolen BI

Flagstad, Anne W. - Offentlig ledelse

Cand. sociol. 1996 - Universitetet i Oslo

Hansen, Svein Olav - økonomisk historie

Cand. philol. 1990 - Universitetet i Oslo
Cand. mag. 1987 - Universitetet i Oslo

Hvidsten, Harald - Strategi (permisjon)

M. Sc. 1993 - Handelshøyskolen BI

Hærem, Thorvald - Informasjonsledelse

M. Sc. 1993 - Handelshøyskolen BI
Handeløkonom 1992 - Handelshøyskolen BI

Kristoffersen, Line - Markedsføring

Master of Science in International Marketing and Strategy 1995 - Handelshøyskolen BI
Sivilmarkedsfører 1993 - Norges Markedshøyskole
Diplomeksportøkonom 1992 - Norges
Markedshøyskole

Kuvaas, Bård - Ledelse/Kognitiv psykologi

Siviløkonom 1990 - Handelshøyskolen BI

McHenry Joyce E.H. -

Doctoraal Bedrijfskunde (Master) 1987 - Rotterdam
School of Management, Erasmus University
Kandidaat Andragogy og Kandidaat Pedagoggy 1983 -
Royal University Leiden

Norli, Øyvind - Finans

Høyere avdelings eksamen 1994 - Norges
Handelshøyskole
Siviløkonom 1992 - Handelshøyskolen BI

Olsen, Per I. - Energiledelse

M. Sc. 1994 - Handelshøyskolen BI
Siviløkonom 1992 - Handelshøyskolen BI

Rime, Dagfinn - Samfunnsøkonomi

Predoctoral Master of Science 1995 -

Handelshøyskolen BI

Siviløkonom 1995 - Handelshøyskolen BI

Bedriftsøkonom 1988 - Handelshøyskolen BI

Rønqvist, Morten - Markedsføring

Høyere avdelings eksamen 1994 - Norge
Handelshøyskole

Siviløkonom 1989 - Handelshøyskolen BI

Sheehan, Norman Thomas - strategi

M.B.A. 1994 - Handelshøyskolen BI
C.M.A. 1988 - The Society of Management
Accountants of Alberta, Canada
B.Comm.. 1985 - University of Alberta

Sjøvaag, Marit - Euromanagement

M. Sc. Euromanagement 1995 - Handelshøyskolen BI
Cand. mag. 1992 - Universitetet i Oslo

Strønen, Fred - Strategi

M. Sc. 1993 - Handelshøyskolen BI

Wathne, Kenneth - Markedsføring

Master of Science 1994 - Handelshøyskolen BI
Diplomøkonom 1992 - BI Høyskolene

Zang LiQun

Cand. oecon 1994 - Universitetet i Oslo
Exam. oecon 1994 - Universitetet i Oslo
Ingeniør 1988 - Shanghai Jiao Tong University

Høyskolelektorer

Ander-Trønsdal, Kerstin - Markedsføring/ økonomistyring

Siviløkonom 1969 - Handelshögskolan i Stockholm

Backer, Lars Georg (II) - Bedriftsøkonomi

Siviløkonom 1985 - Handelshøyskolen BI

Bjartveit, Steinar - Ledelse/Organisasjonspsykologi

Cand. psychol. 1988 - Universitetet i Oslo

Blattner, Emanuel - Bedriftsøkonomi

Siviløkonom 1981 - Universitetet i Fribourg

Borge-Andersen, Carl (II) - Markedsføring

Lektor 1981 - Høyskolen i Buskerud- Ringerike
Siviløkonom 1972 - Handelshøyskolen BI

Bugge, Bjørn - Markedsføring

Siviløkonom 1967 - Norges Handelshøyskole

Cleaverley, Peter (II) - Språk - engelsk

Cand. Philol, 1993 - Universitetet i Oslo

Cooper, Charles J. - Språk - engelsk

Cand. philol. 1979 - Universitetet i Oslo
B.A. 1969 - Occidental College

Falck, Elisabeth - Markedsanalyse/

Samfunnsvitenskapelig metode/Kvalitativ metode

M.B.A. 1980 - University of Denver
B.S.B.A. 1979 - University of Denver

Goksør, Gro - Markedsføring

Cand. polit. 1992 - Universitetet i Oslo
Diplom markeds kommunikasjon 1981 - IFM
Diplomøkonom 1969 - Handelshøyskolen BI

Gran, Haakon Herman - Ledelse

Cand. merc. 1972 - Handelshøyskolen i København

Grastveit, Irene

Hovedfagseksamen 1994 - Høyskolen i Buskerud - Ringerike

Grenness Tor

Cand. polit 1971 - Universitetet i Oslo

Hansen, Robert G.

Cand. oecon 1995 - Universitetet i Oslo

Hansen, Rune J. - Bedriftsøkonomi

Faglærereksamen 1979 - Høyskolen i Buskerud - Ringerike
Siviløkonom 1976 - Handelshøyskolen BI

Hanssen, Per Gunnar (II) - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon 1978 - Universitetet i Oslo

Høyvarde, Hans Kr. (II) - Regnskap

Statsautorisert revisor 1995
Registrert revisor 1983 - Handelshøyskolen BI

Jacobsen, Per - Bedriftsøkonomi

M.B.A. 1986 - University of Wisconsin
Siviløkonom 1985 - Handelshøyskolen BI

Jørgensen, Erik Tidemann (II) - Organisasjon og ledelse

Cand. sociol. 1989 - Universitetet i Oslo
Siviløkonom 1986 - Handelshøyskolen BI
Cand. mag. 1983 - Høyskolen i Buskerud - Ringerike

Knutsen, Geir - Markedsføring

Siviløkonom 1993 - Agder Distriktshøgskole

Kolderup, Erik (II) - Informasjonsledelse

Faglærereksamen 1981 - Høyskolen i Buskerud - Ringerike
Diplomøkonom 1973 - Handelshøyskolen BI

Larsen, Silje

Cand. philol. 1994 - Universitetet i Bergen

Lauritzen, Pål - Metode

Cand. scient. 1983 - Universitetet i Oslo

Lavik, Stein - Organisasjon og ledelse

Siviløkonom 1976 - Norges Handelshøyskole

Lie, Sverre - Språk, engelsk

Cand. philol. 1977 - Universitetet i Bergen

Lilleberg, Olav - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon 1979 - Universitetet i Oslo

Lund, Svein - Metode/Logistikk

Sivilingeniør 1974 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Lunnan, Erling (II) - Metode

Cand. real 1978 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet

Løvholt, Thor - Markedsføring

Studier i International Marketing, Service Management and Public Relations

Messel, Bente - Språk, spansk

Cand. philol. 1984 - Universitetet i Oslo

Michelsen, Bjørn (II) - Bedriftsøkonomi

Siviløkonom 1976 - Handelshøyskolen BI

Nilsen, Svein - Språk, tysk

Cand. philol. 1973 - Universitetet i Oslo

Olesen, Johnny

Høyere avdelings eksamen 1993 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1991 - Norge Handelshøyskole

Osmundsen, Dag - Bedriftsøkonomi

Cand. jur. 1984 - Universitetet i Bergen
Høyere revisoreksamen 1978 - Norges Handelshøyskole
Siviløkonom 1977 - Universitetet i Lund

Ramberg, Bengt (II) - Markedsføring/Organisasjon

M.B.A. 1975 - University of Wisconsin
Siviløkonom 1974 - Handelshøyskolen BI

Rosendahl, Tom

Doktorgradsstudent - Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Lektor 1991 - Høyskolen i Buskerud - Ringerike

Skaldehaug, Espen Roy - Finans

Sivilingeniør 1983 - Universitetet i Linköping
DH-kandidat 1981 - Agder Distriktshøgskole

Stephansen, Beverly Arnold - Kommunikasjon

M. Sc. 1985 - Boston University
B.B.A. 1983 - Grove City College, Pennsylvania

Stiklestad, Trond - Markedsføring

Cand. Polit. 1997 - Norge teknisk-naturvitenskapelige universitet
Siviløkonom 1990 - Høgskolan i Växjö

Strand, Rolf Gunnar - Bedriftsøkonomi

Cand. polit. 1985 - Universitetet i Oslo
Høyere avdelings siviløkonomeksamen 1974 - Norges Handelshøyskole

Siviløkonom 1970 - Norges Handelshøyskole

Sætrang, Gunnar - Markedsføring

Diplomstudium i markedskommunikasjon 1986 - IFM
Cand. psychol. 1981 - Universitetet i Oslo

Tollefsen, Tor A - Bedriftsøkonomi

Siviløkonom. 1972 - Norges Handelshøyskole

Tomassen Sverre - Markedsføring og strategi

M. Sc in International Marketing and Strategy 1996 -
Handelshøyskolen BI
Diplomøkonom 1991 - BI Høyskolene
Barnevernspedagog 1982 - Norges Kommunal- og
Sosialhøgskole

Tveit, Anders - Samfunnsøkonomi

Cand. oecon. 1989 - Universitetet i Oslo

Undall, Pål - Finans

M.B.A. 1983 - University of North Carolina
B.A. 1980 - University of Wisconsin

Vardøen, Thor (II) - Språk, engelsk

Cand. philol. 1991 - Universitetet i Oslo

Andre faglige medarbeidere

Vitenskapelig assistent

Aslesen Sigmund - næringsutvikling

M.A. 1995 - Universitetet i Oslo

Internasjonal prosjektjunkt NIM

Brønn, Peggy Simcic

M.B.A. 1982 - Georgia State University
B.A. 1977 - University of Georgia

Prosjektkonsulent NiM

Houge Cynthia - Markedsføring (NiM)

Master in International Business 1995 -
Norges Handelshøyskole
B. Sc. in Marketing 1993 - College of Business
Administration, University of South Florida, Tampa

Nasjonalt kursansvarlig

Høiland, Hildur (II) - EiendomsMegling

Statsautorisert eiendomsMegler 1980
Øk.adm.-kandidat 1976 - Økonomisk College Oslo

Vitenskapelig assistent

Jordfald, Bård - Næringsutvikling

Siviløkonom 1995 - Handelshøyskolen BI
Hovedfagsstudent i sosiologi - Universitetet i Oslo
Cand. mag. 1994 - Universitetet i Oslo

Prosjektleder NiM

Lindestad, Liv Bodil - Markedsføring

M.B.A. 1994 - University of South Carolina
Siviløkonom 1993 - Norges Handelshøyskole

Prosjektleder NiM

Lorentzen, Bengt G. - Markedsføring

Siviløkonom 1993 - Handelshøyskolen BI

Prosjektkonsulent NiM

Lostad, Lene

Siviløkonom 1994 - Handelshøyskolen BI

Prosjektleder NiM

Løland, Tor Morten

Siviløkonom 1993 - Handelshøyskolen BI

Vitenskapelig assistent

Møll, Trude Holthe - næringsutvikling

Siviløkonom 1995 - Handelshøyskolen BI
Ex. phil 1989 - Universitetet i Oslo

Høyskoleforeleser

Nikolaisen, Per - Metode

Faglærerkompetanse i matematikk
Pedagogisk eksamen 1976 - Statens lærerkurs
Matematikkstudier - Universitetet i Oslo

Vitenskapelig assistent

Nilsen, Yngve Skjærseth - økonomisk historie

Cand. philol. 1995 - Universitetet i Oslo
Cand. mag. (realfag) 1991 - Universitetet i Oslo

Undervisningsassistent

Ramnefjell, Per Espen - skatterett

Siviløkonom 1995 - Handelshøyskolen BI

Røkaas, Felicia A. - interkulturell kommunikasjon, engelsk

Cand. philol. 1993 - Universitetet i Oslo

Prosjektmedarbeider

Skau, Irene

Cand. polit. 1989 - Universitetet i Oslo

Vitenskapelig assistent

Stillerud, Bård

Siviløkonom 1995 - Handelshøyskolen BI

Prosjektkonsulent NiM

Strand, Birthe

M. Sc. 1996 - Handelshøyskolen BI
Diplomøkonom 1993 - Handelshøyskolen BI

Prosjektleder NiM

Tranås, Janneke - Markedsføring

Handelsøkonom 1992 - Oslo Handelshøyskole

Prosjektleder NiM

Vogt-Svendsen, Annicka - Markedsføring

Siviløkonom 1994 - Handelshøyskolen BI

Oversikten over Bls vitenskapelige personale er godkjent og
utgitt av Bls personalavdeling pr. 30.04.1997.

3 Norges Markedshøyskole

Norges Markedshøyskole	28
- Høyskolens formål	28
- Høyskolens samfunnssyn og utdanningsidé	28
- Høyskolens samarbeidspartnere i utlandet	29

Norges Markedshøyskole

Norges Markedshøyskole ble etablert allerede i 1918 som Reklameskolen på Kristiania Børs, og det var den skotskfødte presten og reklamemannen Robert Millar som tok initiativet til etableringen av skolen. Skolen utviklet seg i takt med samfunnet og har tidligere vært inndelt i Markedsføringsskolen, Instituttet for Markedsføring - IFM (igangsatt i 1958) og Stiftelsen Norges Markedshøyskole. 1. juli 1992 ble Stiftelsen Norges Markedshøyskole oppløst og fusjonerte med BI Stiftelsen.

BI Stiftelsen omfatter:

- Handelshøyskolen BI
- BI Senter for lederutdanning
- BI Høyskolene
 - Norges Markedshøyskole
 - BI Bankakademiet
 - BI Fjernundervisning

3

Høyskolens formål

Norges Markedshøyskole skal bidra til å dekke samfunnets behov for kompetanse og ferdigheter i markedsføring. NMH skal drives som en vitenskapelig høyskole med et tverrfaglig, internasjonalt og humanistisk perspektiv på markedsføring som fag og yrke.

Høyskolens samfunnssyn og utdanningsidé

En høyskole skal innsamle, utvikle og formidle tanker, kunnskap og innsikt som den tror er relevant for den virkelighet som ligger foran oss. En utdanning skal bidra til innsikt, kunnskaper og tilpasningsdyktighet.

Norges Markedshøyskole er opptatt av samfunnsutviklingen, både her hjemme og i resten av verden. Økende tverrnasjonal handel og utbredelsen av massemediene gjør at det åpnes nye muligheter. Handel over landegrensene krever innsikt i hvordan andre mennesker tenker og handler.

Vår utdanningstanke tar utgangspunkt i at vi som individer, forbrukere og bedriftsansatte står overfor etiske dilemmaer i vår hverdag. En bedrift må tjene penger for å overleve og for at arbeidsplassene skal forbli trygge. Forurensning og utarming forteller om en annen virkelighet, at penger kan tjenes altfor dyrt. Bevisstgjøring av krav til avkastning og lønnsomhet på den ene side og bevisstgjøring av verdier og etiske dilemma på den annen side, er et sentralt utgangspunkt for vår utdanningsidé.

Høyskoleenheten har et omfattende fagmiljø innenfor markedsføring og omkringliggende fagområder. Til å forske, utvikle studietilbudet og forelese er det over 160 høyt kvalifiserte fagpersoner tilknyttet høyskolen. Ca. 40 sitter i faglige stillinger, og rundt 60 fagfolk fra næringsliv og forvaltning er tilknyttet som forelesere. Ytterligere 60 professorer og høyskolelærere er engasjert i det pedagogiske opplegget i våre utenlandsstudier, tilsammen et tungt fagmiljø innen fagområdet markedsføring.

Høyskolens samarbeidspartnere i utlandet

I utlandet samarbeider NMH i dag med følgende skoler og institusjoner:

STORBRITANNIA:

LBS - Leeds Business School, Leeds Metropolitan University, Leeds
City University Business School, London
South Bank University, London

FRANKRIKE:

ESCG - École Supérieure de Commerce de Grenoble, Grenoble
ESCN - École Supérieure de Commerce de Nantes, Nantes

SPANIA:

ESADE - Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, Barcelona
ICADE - Instituto Universitario de Administración y Dirección de Empresas, Madrid

TYSKLAND:

CDG - Carl Duisberg Gesellschaft e.V., Köln
WAK - Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein, Kiel
DAV - Deutsche Aussenhandels- und Verkehrs-Akademie, Bremen

4 NMHS organisasjon

Organisasjonskart NMH/BI Oslo	32
Faglige ressurser NMH	33
Oversikt over administrasjonen ved NMH	34
– Ledelse.....	34
– Studentadministrasjonen	34
– Fellesadministrasjonen	35
– International Department.....	36
– Etter- og videreutdanning.....	36

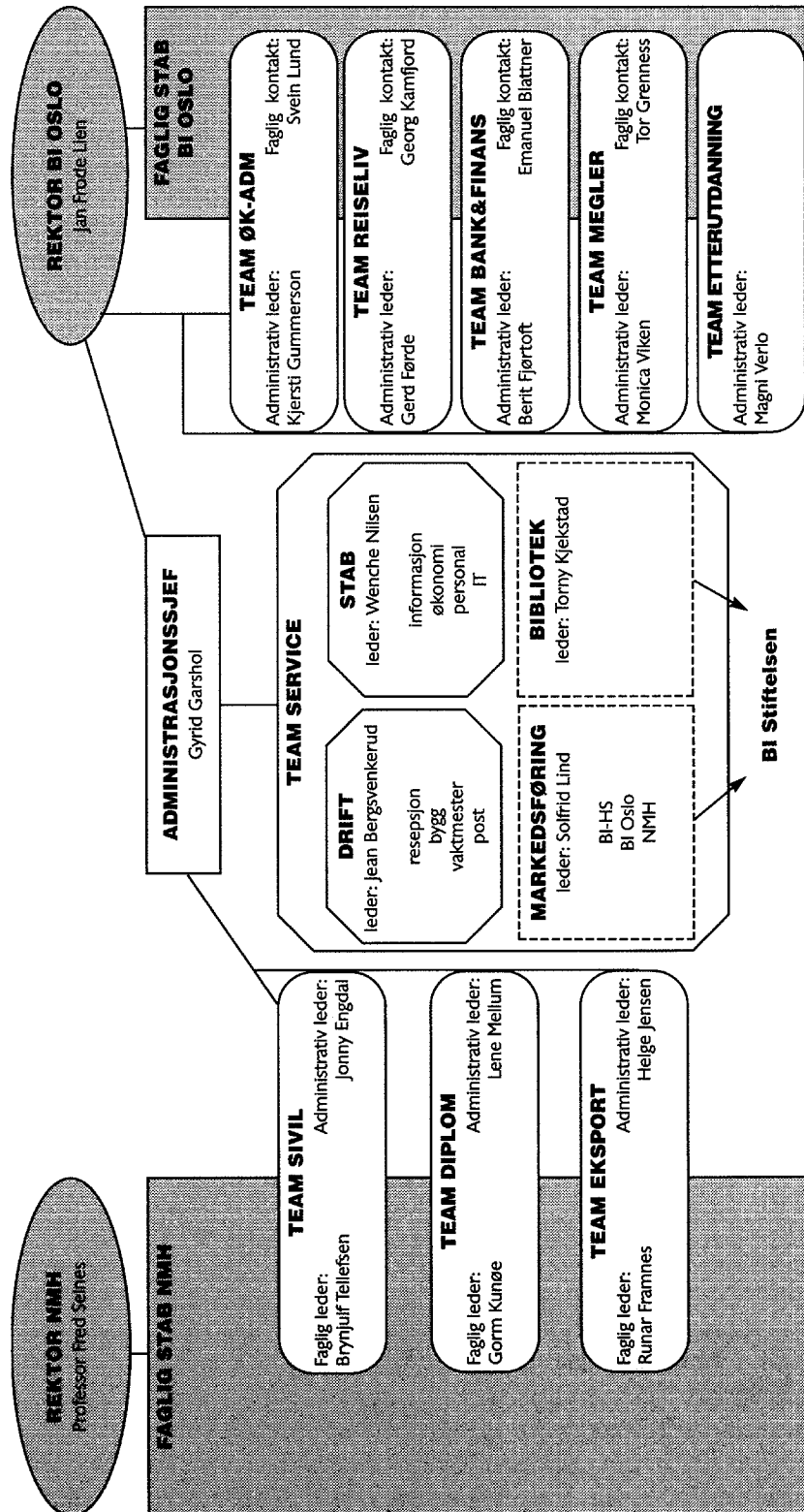
Organisasjonskart NMH/BI Oslo

4

BI

Organisasjonsplan Norges Markedshøyskole & BI Oslo pr. 12. juni 1997

NMH
NORGES MARKEDSHØYSKOLE
EN DEL AV BI STIFTELSE



NMHs organisasjon

Faglige ressurser NMH

De faglig ansatte ved NMH utgjør en egen enhet under ledelse av rektor ved NMH. Sammen med Stiftelsens øvrige faglig ansatte har de ansvaret for NMHs samlede faglige virksomhet. Utgangspunktet for den faglige satsningen ved NMH er utviklingen av faget markedsføring fra praktisk salgsredskap til akademisk universitetsfag. Spesielt i USA har faget oppnådd status som universitetsfag. I Norge har faget i utdanningssammenheng primært blitt behandlet som praktisk salgsredskap. NMH tar sikte på å utforme et utdanningstilbud og etablere et fagmiljø som avspeiler fagets status og potensiale som akademisk disiplin.

NMH har 40 faglige ansatte som sammen med BIs faglige stab forsker og arbeider med utvikling av studietilbudet ved høyskolene. De har faglig ansvar for all undervisning, og for å lage og evaluere eksamensoppgaver og fagoppgaver. Kontinuerlig forskning og videreutvikling sikrer at studentene får et moderne og fremtidsrettet studietilbud.

I tillegg er en rekke fagfolk fra næringsliv og offentlig forvaltning tilknyttet NMH som forelesere. For å sikre kvaliteten gjennomføres kontinuerlig evaluering og faglig videreutvikling av foreleserne.

I utlandet har NMH 60 professorer og høyskoleforelesere engasjert i det faglig-pedagogiske opplegget ved NMHs utenlandsstudier i Tyskland, Frankrike, Spania og England.

Ved å kombinere en fast akademisk stab med forelesere fra næringslivet, tar NMH sikte på å gi studentene en blanding av teoretisk forankring og praktisk/næringslivsrettet orientering. Dette er dimensjoner som begge er svært viktige for å utdanne dyktige og handlekraftige kandidater som raskt kan fungere i arbeidslivet.

Oversikt over administrasjonen ved NMH

LEDELSE

NMHs faglige stab er ledet av rektor professor Fred Selnes.

NMHs administrasjon ledes av administrasjonssjef Gyrid Garshol.

Faglig sekretariat

utfører administrative støttefunksjoner og sekretæroppgaver for rektor og de faglig ansatte ved NMH.

Navn	Stilling
Engebråten, Lillian	Faglig sekretær
Merle, Unni	Faglig sekretær
Wallin, Mona B.	Sekretariatsleder

STUDENTADMINISTRASJONEN

4

ved NMH er inndelt i studieteam under ledelse av administrasjonssjef Gyrid Garshol . Studieteamene skal legge tilrette for et godt, faglig/pedagogisk læringsmiljø, og har blant annet ansvar for timeplanlegging og kontakt med høyskoleforelesere, fagpedagogisk opplæring, fagkoordinering og undervisningsadministrasjon.

Studieteamene har ansvar for opptak, studieinformasjon, studieveiledning, eksamensavvikling og studentkontakt.

Sivilmarkedsførerteamet

Bergersen, Pia	22 98 50 28	Teamleder
Engdahl, Jonny	22 98 50 18	
Johnsen, Knut-Vidar	22 98 50 41	
Skånlund, Randi H.	22 98 50 36	

Diplommarkedsførerteamet

Løhre, Janne	22 98 50 17	Teamleder
Mellum, Lene	22 98 50 24	
Nansen, Nicolai	22 98 50 29	
Tallaksrud, Yngvar	22 98 50 43	

Diplomeksportøkonomteamet

Jensen, Helge	22 98 51 63	Teamleder (Internasjonal studiesjef)
Åberg, Heidi	22 98 50 27	

FELLESADMINISTRASJONEN

for BI Oslo og NMH ivaretar drift, resepsjonstjenester, eksamenskoordinering, markedsføring, bibliotekstjenester, IT, personal, informasjon og økonomi og er inndelt i 4 team.

Team Markedsføring

har ansvar for markedsføring og profilering av NMH-studiene og BI-HS-studiene. Det er også opprettet et eget Karrieresenter som sorterer under Markedsavdelingen.

Haaland, Grete-Elisabeth	22 98 50 60	Karrieresenter
Hansen, Kirsti		Markedskonsulent (etter-/videreutdanning)
Hansen, Terje S.	22 98 50 63	Markedsansvarlig BI-HS
Holter, Anja	22 98 50 61	Markedsansvarlig NMH
Johnsen, Kari Lindbäck	22 98 50 64	Markedssekretær
Lind, Solfrid	22 98 50 62	Teamleder (Markedssjef NMH & BI-HS)

Team Biblioteket

er en del av den totale bibliotekstjenesten ved Handelshøyskolen BI. Biblioteket på Schous er primært et bibliotek for brukerne ved NMH og BI Oslo. Biblioteket skal imøtekomme studentenes og de ansattes behov for bibliotek- og informasjonstjenester i forbindelse med høyskolens studietilbud og utviklingsarbeid. Biblioteket holder til i fjerde etasje.

Kjekstad, Torny	22 98 50 91	Teamleder (bibliotekleder)
Bergsvenkerud, Anita	22 98 50 93	bibliotekfullmektig
Bjorly, Vigdis	22 98 50 98	avd. bibliotekar - tilvekst
Bøyum, Idunn	22 98 50 95	avd. bibliotekar - katalog
Danielsen, Kristin	22 98 50 97	bibliotekar (permisjon)
Iversen, Bodil	22 98 50 94	bibliotekfullmektig
Johnson, Ellen	22 98 50 96	avd. bibliotekar - fjernlån/søk
Lagem, Vibeke	22 98 50 97	bibliotekar (vikar)
Røyset, Jorunn	22 98 50 92	avd. bibliotekar - publikumstjenesten

4

Team Drift

omfatter følgende funksjoner på Schous: resepsjonstjeneste, sentralbord, innkjøp, vaktmestertjenester, kopiering, distribusjon av post og salgsboden for studentene. Driftsteamet er også ansvarlig for studentkantinen, bokhandelen samt all bruk av byggene.

I tillegg har teamet det overordnede koordineringsansvar for eksamen.

Arnkvern, Anne-Lise		
Backe, Jan		
Bergsvenkerud, Jean	22 98 50 34	Teamleder
Eriksen, Hanne		
Lysvold, Charlotte		
Niemeyer, Wenche Irene		
Olsen, Fredrik		
Stålvang, Ronny		
Wensås, Tommy		

Telefon til sentralbordet:	22 98 50 00 / 22 98 50 50
Telefax:	22 98 51 11

Direkte linjer til resepsjonen: 22 98 50 10/11/12
 Direkte linje til vaktmestertjenesten: 22 98 50 75

Team Stab

omfatter økonomi, IT (herunder dataveiledertjenesten og datarom for studenter), personalfunksjon for Schous samt informasjon- og samfunnskontakt.

Løvhøiden, Hugo	22 98 50 70	IT
Nilsen, Wenche H.	22 98 50 65	Teamleder (informasjonssjef)
Thoresen, Vibeke	22 98 50 68	IT
Aubert, Alexandre		økonomi
Løvdal, Tone	22 98 50 81	personal

INTERNATIONAL DEPARTMENT

This department is responsible for admissions to and administration of these programs: Bachelor of International Marketing, Bachelor of Business Administration in Travel & Tourism, and the Student Exchange Program.

Jensen, Helge	22 98 51 63	Studiesjef for internasjonale studier Director of International Studies
Åberg, Heidi	22 98 50 27	Studiekonsulent, diplomeksportøkonomstudiet + utveksling NMH Senior Student Advisor, Bachelor of International Marketing Program and Exchange Program

4

ETTER- OG VIDEREUTDANNING

utvikler tilbud rettet mot bedrifter, organisasjoner og enkeltpersoner.

Fjellheim, Line K.		
Pettersen, Odd	22 98 50 33	Prosjektsjef
Verlo, Magni	22 98 50 32	Teamleder

5 Studieadministrativ informasjon

Studieadministrativ Informasjon	39
- Informasjonskanaler	39
- Studieveiledning	39
- Studiebevis	39
- Kopiering	39
- Adresseendring/Navneendring	39
- NMHs adresse	39
- Åpningstider bibliotek	40
- Åpningstider studentkantine	40
- Åpningstider NMH	40
Studieavgifter	40
- Studieavgifter Sivilmarkedsførerstudiet 1997-98.....	40
- Kontinuasjonsavgift 1997-98	40
Statens lånekasse for utdanning	41
Studentbokutsalg	41
Bibliotek tjenester	41
Bruk av lesesal, terminalrom og grupperom	43
Undervisning på engelsk	43
Utveksling	43
Klasserepresentant	43
Vitnemål	43
Masterstudier ved BI	44
- Master of Science	44
- Master of Business Administration	44
- Master of Management	44
- Opptak til Master-programmer	44
Videre studier i utlandet	45
Oversikt over viktige studieadministrative aktiviteter	46
Karriere- og rekrutteringsservice	47
- Formidling av jobber.....	47
- Jobbsøkerseminarer m.m.....	47
- Jobbpresentasjoner	47
- Veiledningstjeneste	47
- Arbeidsmarkedsundersøkelse.....	47
- Oppfølging av uteksaminerte kandidater	47
Viktige opplysninger vedrørende eksamen	48

- Hjelpemidler til eksamen.....	48
- Forlenget tid til eksamen og søknadsfrister	48
- Kriterier for god oppgaveskriving i studiet	48
- Formelle krav	49
- Innholdsmessige krav	50
Retningslinjer for endring av kurskoder	50
Retningslinjer for kontinuasjonseksamener	50
Eksamenspåmelding.....	51
- Påmeldingsperioder	51
- Påmelding til eksamen.....	51
- Utsettelse av eksamen	51
- Endring av eksamenssted	51
- Sykdom i forbindelse med eksamen.....	52
- Eksamen i utlandet.....	52
Godkjenning av tidligere avlagte eksamener eksternt eller ved NMH/BI	53
- Innpassing av ekstern utdanning	53
- Fritak for eksamen og søknadsfrister	53
- Kursoverføring.....	53
- Gjenopptak	53
Offentliggjøring av sensur	54
- Televoice - Sensurtelefonen	54
- Klage på sensur	54

Studieadministrativ informasjon

I tillegg til opplysningene i kapitlet om Studieadministrativ informasjon forutsettes det at studentene gjør seg kjent med gjeldende reglementer ved BI Stiftelsen slik disse står oppført i eget kapittel i studiehåndboken.

Informasjonskanaler

NMH benytter TV-monitorer, internskrivet NMH-info og oppslagstavler til å formidle informasjon. Det er studentenes eget ansvar å holde seg orientert om de oppslag som fortløpende slås opp. Meldingene inneholder som oftest informasjon om flytting av forelesninger, tidsfrister o. l. Ved oppslag på tavle eller skjerm regnes informasjonen for offentliggjort.

Studieveiledning

Studiehåndboken 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.

Studiebevis

Studiebevis blir utstedt til alle studenter som har betalt studieavgift. Studiebeviset er kun gyldig med kvittering for betalt studieavgift. Studiebeviset utstedes ved henvendelse i resepsjonen i 1. etg. Studentene må medbringe legitimasjon, semesterfaktura og bilde.



Kopiering

Det er installert to kopimaskiner til bruk for studentene. Kopimaskinene er tilkoblet et betalingssystem med kort-automat. Kopikort selges i biblioteket.

Adresseendring/Navneendring

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

NMHs adresse

Norges Markedshøyskole, Postboks 4676 Sofienberg, 0506 Oslo.
Telefon 22.98.50.00 / 22.98 50.50. Telefax 22.98.51.11

Åpningstider NMH

Resepsjonen:

Mandag - torsdag	kl. 0800 - 2100
Fredag	kl. 0800 - 1700

Lesesal og PC rom:

Mandag - torsdag	kl. 0800 - 2100
Fredag	kl. 0800 - 1700
Lørdag	kl. 0900 - 1500

Åpningstider bibliotek

Biblioteket i 4. etg. har følgende åpningstider:

Mandag - torsdag	kl. 0900 - 1900
Fredag	kl. 0900 - 1600
Lørdag	kl. 1000 - 1400

Åpningstider studentkantine

Studentkantinen i 1. etg. har følgende åpningstider:

Mandag til torsdag	kl. 0900 - 1900
Fredag	kl. 0900 - 1400

Ved undervisning lørdager og søndager vil kantinen være åpen etter behov

Studieavgifter

5

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 Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole.

Studieavgifter ved Sivilmarkedsførerstudiet 1997-98

	Variant	Høst 1997	Vår 1998
1. år	heltid	kr 13.750,-	kr 13.750,-
2. år	heltid	kr 13.750,-	kr 13.750,-
3. år	heltid	kr 13.750,-	kr 13.750,-
4. år	heltid	kr 13.750,-	kr 13.750,-

Kontinuasjonsavgift 1997-98

Kontinuasjonsavgift pr. vekttall: kr. 330,-.

Det tas forbehold om endringer i ovennevnte opplysninger.

Statens lånekasse for utdanning

Studenter ved NMH 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 (Telefontid 1200-1500, Åpent for publikum 0900-1430) Orientering fra Lånekassen og søknadsskjemaer finnes utlagt i resepsjonen. Søknad om lån i Statens Lånekasse for utdanning skal sendes til NMH, som vil over- sende denne til Lånekassen. Lånekassen sender utbetalingsdokumentet til NMH når søknaden er ferdig behandlet. Får du avslag på søknaden fra Lånekassen, vil du få brev med begrunnelse for avslag.

Lånevilkår og tilbakebetalingsregler fremgår av heftet "Stipend og lån til utdanning" som fås ved henvendelse til resepsjonen 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 resepsjonen ved studiestart. Husk gyldig legitimasjon. Fullmakter fra andre godtas ikke.

Studentbokutsalg

Ved hver semesterstart utarbeider bokhandelen en bokliste for hvert studium og kurs. Disse listene bygger på NMHs kursbeskrivelser.

Det tas forbehold om endringer i boklistene i forhold til kursbeskrivelsen. Det kan skyldes forhold som NMH ikke var klar over idet studiehandboken gikk til trykking. Hensikten med boklisten er å lette litteraturoversikten for den enkelte student, samt å gjøre ekspedisjonen enklere for bokhandelen. Boklisten kan også brukes som bestillingsliste for den som måtte ønske dette (se forøvrig veiledning på boklisten). Samarbeidende bokhandel har ansvaret for å ha pensumlitteratur og alternativ litteratur til BI/NMHs ulike studier, kurs og forkurs.

Juul Møller A/S, Nedre Slottsgate 11, 0157 Oslo
- Filial ved BI Oslo/NMH, telefon 22 36 42 37

5

Bibliotek tjenester

Bibliotek er en viktig del av en høyskoles læringsmiljø. BI Biblioteket – NMH stiller til disposisjon moderne elektroniske informasjonsmedier og gir opplæring i bruk av disse. Videre er det et godt utvalg av aviser og tidsskrifter, sentrale oppslagsverker, relevant faglitteratur og annet materiale til nytte i studiene.

Bibliotekets samlinger består av:

Aviser

De største norske avisene og en del sentrale utenlandske aviser.

Tidsskrifter

En samling på ca. 200 norske og utenlandske fagtidsskrifter innen høyskolens fagområder. Biblioteket ønsker en aktuell tidsskriftssamling og tar gjerne imot tips fra studentene. Vi gjør oppmerksom på at aviser og tidsskrifter ikke er til hjemlån, men er mulige å kopiere.

Referansesamling

Leksika, ordbøker, håndbøker, adressefortegnelser, statistikk og andre offentlige publikasjoner, bibliografier og indeksorganer m.m. finner du i referansesamlingen. Denne omfatter også skolens pensumlitteratur. Referanselitteraturen er ikke til hjemlån, men kan brukes i biblioteket eller på lesesalen, som dagslån mot lånekort i pant.

Fagbøker

Boksamlingen er en aktuell samling bøker for skolens fagområder. Utlånstiden er to uker. Lånekort må forevises ved lån. Utlånte bøker kan reserveres. Lånekort for BI's bibliotekjeneste utleveres i biblioteket mot studiekort.

Studentoppgaver

Biblioteket har en samling av tidligere diplom- og temaoppgaver.

Fjernlån

Litteratur og informasjon vi ikke har selv (tidsskriftartikler, bøker, rapporter) kan vi skaffe fra andre bibliotek.

5

On-line informasjonstjenester

Som en del av BIs bibliotekjeneste, er BI Biblioteket - NMH tilknyttet BIBSYS, litteraturdatabasen som omfatter BI Bibliotekenes samlinger samt samlingene ved universitetene og de fleste vitenskapelige høyskolene i Norge. Vi er i tillegg tilknyttet flere eksterne databaser i inn- og utland. Studentene kan få utført databasesøk i forbindelse med større skriftlige arbeider.

CD-ROM

Mange forskjellige databaser med informasjon om litteratur, firmaopplysninger, statistikk m.m. er tilgjengelige i biblioteket.

Kopiering

Det står en kopimaskin tilgjengelig i biblioteket for kopiering til eget bruk. Kopimaskinen er tilkoblet et betalingssystem med kortautomat.

Viktig om informasjonsinnsamling i biblioteket

Legg arbeid i å definere hva du egentlig trenger/ønsker! Da er det lettere for oss å hjelpe deg. Vår oppgave er ikke å tolke oppgaveteksten for deg, men å hjelpe deg med informasjon ut fra din egen tolkning.

Internet

Det er mulig å søke på Internet fra flere terminaler i biblioteket. Se bibliotekets hjemmeside for oppdatert informasjon: <http://www.bi.no/library/>

Bruk av lesesal, terminalrom og grupperom

Disse fasilitetene skal være et tilbud til NMHs studenter, slik at den enkelte får mest mulig utbytte av sin studietid. Vi oppfordrer alle til å benytte disse tilbudene. Det er ikke anledning til å reservere rom eller terminalmaskin. "Faste plasser" er ikke tillatt.

Undervisning på engelsk

NMH gjør oppmerksom på at enkelte kurs vil bli forelest helt eller delvis på engelsk.

Utteksling

BI/NMH har inngått avtaler 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. Uttvekslingen finner sted i 7. semester (h̄stsemesteret 4. år). 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 2.75 (inklusive hengefag). Kravet kan variere noe fra år til år. Det kreves bestått eksamen i språkkurs i det landets språk der studenten skal studere. Kravet er eksamen fra kurs i språk på minimum 4 vekttall i aktuelt språk fra universitet/høyskoleutdanning som NMH godkjenner. Dersom studenten ikke har gjennomført språkkurs, må vedkommende gjennomføre en språktest, som arrangeres av NMH.

Antall utvekslingsstudenter er også avhengig av hvor mange plasser som stilles til disposisjon av de institusjonene vi samarbeider med.

Uttekslingsstudentene betaler studieavgift til NMH. 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 samarbeidsskolene vedkommende, er det dessuten mulighet for en viss støtte under Sokrates-ordningen.

Uttekslingsstudentene avlegger de aktuelle eksamener ved den utenlandske institusjonen, og forutsatt at disse består, blir de godskrevet som 10 vekttall fra NMH.

Nærmere opplysninger om utvekslingsordningen fås ved henvendelse til Internasjonal avdeling ved NMH.



Klasserepresentant

Tidlig i hvert studieår blir det valgt en klasserepresentant og en vararepresentant i de forskjellige klassene. Klasserepresentanten er ansvarlig for kontakt mellom klassen og NMH. Funksjonen som klasserepresentant består bl.a. i å ta opp med administrasjonen og faglig stab, problemer og spørsmål som dukker opp og informere klassen om ulike aktiviteter.

Vitnemål

Det vises til Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen §§ 1 og 5.8 og Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole.

Kandidaten får utstedt vitnemål etter avsluttet studium iht. inngått kontrakt.

Det forutsettes at kandidatene tilfredsstiller kravene til ovennevnte reglementer.

Masterstudier ved BI

Masterstudiene ved 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 diplommarkedsfører/diplomøkonom eller tilsvarende og avlagt GMAT-test. Det tilbys fem spesialiseringer: Accounting, 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 og en thesis (hovedoppgave). Dette skal til sammen gi studentene omfattende innsikt i fagområdet gjennom aktiv deltakelse i klassene.

Sivilmarkedsførere er kvalifisert til å søke opptak på 1-års programmet, og betaler studieavgift i forhold til dette. Se studiebrochure for MSc.

BI tilbyr stipendier til diplomøkonomer og diplommarkedsførere fra BI/NMH. Stipendiene er på kr. 10.000,- og varierer i antall fra år til år. I tillegg er man ved dokumentasjon av fullført MSc eller MBA fra BI berettiget til å få avskrevet sitt lån i Statens Lånekaske med et høyere grads stipend, for tiden på kr. 19.900,-

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. Studiet tilbys også på deltid over to år.

Mer informasjon om MSc og MBA fås ved henvendelse til Handelshøyskolen BI, Graduate School, Postboks 580, 1301 Sandvika. Tlf.67.57.05.00.

E-mail: graduate@bi.no eller URL:<http://www.bi.no/>

5

Master of Management

Master of Managementstudiet 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.

Sivilmarkedsførere kan få fritak for et Managementprogram, tilsvarende 10 vekttall.

Mer informasjon om Master of Managementstudiet fås ved henvendelse til BI Senter for lederutdanning, Karlsborgveien 4, 0193 Oslo. Tlf.: 22.67.90.00.

Opptak til Msc og MBA-programmene

For å bli tatt opp som student til et Master-program er kravet til samlet hovedkarakter vanligvis 2.6 eller bedre. Søkeren bør ha solid arbeidserfaring i tillegg for opptak til MBA- og Master of Management - studiet.

Videre krever BI å motta resultatet på følgende test:

GMAT – Graduate Management Admission Test

GMAT kan tas ved Universitetet i Oslo samt i Bergen (Norges Handelshøyskole).

Kontakt Universitetet eller BI for brosjyre og oppmeldingsskjema.

Test information, University of Oslo, Pb. 3 Blindern, 0313 Oslo.

Telefon: 22 85 63 85.

Vær ute i god tid. Det tar 10 - 12 uker å få resultatet fra GMAT-test, og den avholdes kun fire ganger i året. (Fra høsten-97 av kan GMAT tas hver måned via Internett.) Prøvene bør tas enten i januar eller mars for at resultatet skal kunne foreligge i tide. Ta selv kontakt for eksakte datoer.

Ved Handelshøyskolen BI i Sandvika er det opprettet et GMAT - kontor – The GMAT ConsultingCenter. Kontaktperson er Banafsheh Sheiban. Direkte telefon: 67 57 07 19. 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

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.

ANSA (Samband 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: Storgaten 3, 0155 Oslo. Telefon: 22.47.76.00.

Telefon-/skrankehenvendelser kan skje mellom kl. 12.00-16.00. Kontoret er stengt lørdag.

Adressen til ANSAs internettsider er: <http://www.ansa.no/>, e-mail: sentralt@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 de omkring 100 stipendier til nordmenn som ønsker å studere eller forske i USA, og ca. 20 stipendier til amerikanere som vil forske i Norge. Tilsammen 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.

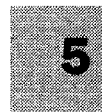
Adresse: Drammensveien 20c, 0255 Oslo. Telefon: 22.44.77.16 (kl. 10.00 - 15.00). E-mail: name-rika@online.no

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 graduatestudier.

Adresse: Arbins gate 2, 0253 Oslo. Telefon: 22.83.26.00 (veiledning telefon/skranke: tirsdag, onsdag og torsdag kl. 1300-1600).

Adressen til Fulbrights hjemmesider: <http://www.usembassy.no/fulbrig.htm>,

e-mail: fulbright@extern.uio.no



Oversikt over viktige studieadministrative aktiviteter

Aktivitet	Uker/datoer
Utmelding av studiet	uke 25
Trekke seg fra studiet før studiestart	uke 34
Søknad om fritak for eksamen	uke 36 høst uke 06 vår
Påmelding til eksamen	uke 40 høst uke 10 vår
Søknad om utsettelse av eksamen	uke 40 høst uke 10 vår
Søknad om endring av eksamenssted	uke 40 høst uke 10 vår
Eksamen i utlandet	uke 44 høst uke 14 vår
Søknad om forlenget tid til eksamen	uke 44 høst uke 15 vår
Sykdom i forbindelse med eksamen	20. januar høst 01. juli vår
Televoice-sensurtelefonen. Foreligger senest	10. februar høst 08. august vår
Anmodning om sensurbegrunnelse	2 uker etter offentliggjøring av sensur
Krav om omsensur	1 uke etter sensurbegrunnelse

Se utfyllende opplysninger under avsnittet "Viktige opplysninger vedrørende eksamen".

Karriere- og rekrutteringsservice

Karriere- og rekrutteringsservice på NMH er organisert under Markedsavdelingen, og har som oppgave å veilede i jobbsøking og markedsføre studentene overfor næringslivet.

Formidling av jobber

Karriereservice formidler deltids- og heltidsjobber. Deltidsjobbene blir slått opp på jobbsøkertavlene i glassgangen. Her kan studentene finne relevante deltidsjobber som gjør en bedre kvalifisert til aktuelle heltidsjobber etter endt studium.

Heltidsjobbene blir formidlet via Jobbsøkerbasen, og blir vanligvis ikke slått opp på jobbtavlene. Alle heltidsstudenter på Diplom- og Sivilnivå får tilbud om å registrere seg i Jobbsøkerbasen. Det vil ikke være aktuelt å stå registrert før i siste semester på avsluttende studium.

Jobbsøkerseminarer

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 BI og NMH studentene. Dette heftet kan man også få om man ikke møter på seminarene, men det er forbeholdt studentene på BI/NMH.

Jobbpresentasjoner

Enkelte bedrifter ønsker å rekruttere direkte fra skolen. Studenter som står registrert som jobbsøker får tilbud om å komme på presentasjoner med påfølgende intervju.

Veiledningstjeneste

I forbindelse med en jobbsøkersituasjon er det mange spørsmål som dukker opp. Karriereservice gir derfor studentene et tilbud om personlig veiledning. Vi kan være behjelpelig med å, sette opp CV og søknad, og svare på generelle spørsmål som dukker opp under søkerprosessen. For nærmere informasjon om veiledning, ta kontakt med Karriereservice.

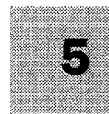
Arbeidsmarkedsundersøkelse

Hvert år gjennomfører KRS arbeidsmarkedsundersøkelser blant nyutdannede studenter. Vi har derfor en god oversikt over nyutdannede studenters lønnsnivå, arbeidsområder, arbeidsledighet o.l.

Oppfølging av uteksaminerte kandidater

Samtlige avgangsstudenter får tilbud om å registrere seg i en CV-base hos Karriere- og rekrutteringsservice. Denne basen brukes i forbindelse med bedrifter som er ute for å rekruttere kandidater fra NMH systemet.

Ønsker du ytterligere informasjon - ta kontakt med Karriereservice, eller gå via tillitsvalgt og inviter oss til nærmere informasjon i klassen.



Viktige opplysninger vedrørende eksamen

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 programmerbar lommekalkulator.

Kalkulatorens bruksanvisning er kun tillatt brukt når alle hjelpemidler er tillatt.

- **Programerbar lommekalkulator**

Kalkulatoren må ikke 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.

Forlenget tid til eksamen og søknadsfrister

Det vises til Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 6.5.

Forlenget tid:

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. (Studieveileder 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 44
For eksamen i vårsemesteret: UKE 15

Kriterier for god oppgaveskriving i studiet

Evnen til å skrive gode rapporter og hjemmeoppgaver er forutsetning for å lykkes som student, og det er en viktig egenskap i praktisk markedsføring. Som student bør du å ha forståelse for evalueringskriterier som anvendes i studiet. Kravene til fag-oppgaver, prosjekt-oppgaver og siviloppgaver i Sivilmarkedsførerstudiet er i tråd med kriterier som benyttes ved vurdering av vitenskapelige arbeider i sin alminnelighet. Evaluering og sensur av skriftlige innleveringer vil variere avhengig av kursopplegg og nivå i studiet, og du vil finne nærmere opplysninger om mål og krav for oppgaver i kursbeskrivelsene. Generelt bygger sensur av oppgaver på følgende kriterier:

- kunnskap og forståelse av fagområdet
- evne til problemformulering og analyse
- forståelse og anvendelse av metode
- presentasjon, tolkning og diskusjon av resultater
- logisk oppbygning av rapporten
- språklig fremstilling og evne til kommunikasjon
- bruk av kilder og referanser

Gjennom arbeid med oppgaveskriving skal studentene trenes til å formulere egne pro-sjekter, til å utvikle faglig argu-mentasjon og til å presentere komplekse sammen-henger. Innleverte oppgaver blir vurdert på bakgrunn av den kunnskap og forståelse forfat-teren(e) viser ved behandling av et tema. Vanligvis vil dette kreve kunnskaper som gir oversikt innen-for fagområdet samt detaljkunnskap knyttet til problemstillingen. Denne form for kunnskap utgjør det faglige funda-men-tet i oppgaven, og bør danne grunnlaget for de valg og begrunnelser forfat-teren(e) foretar i arbeidet med oppgaven. I den grad kandidaten(e) evner å trekke inn relevant stoff fra andre fagområder og fra forskning generelt, vil dette styrke oppgaven.

Problemstillingen bør være fokusert og klart avgrenset. Forfatteren(e) bør få frem argumenter som viser betydningen av de problemer eller spørsmål som oppgaven skal handle om. Problem eller spørsmål som skal belyses i oppgaven bør være faglig inter-essante, og gjerne begrunnet ut fra eksisterende litteratur og forskning innenfor fag-feltet. Forfatteren(e) bør etterstrebe klarhet og presisjon i begrepsbruk i oppgaven.

Presentasjon, tolkning og diskusjon av resultater bør gjenspeile problemstillingen i oppgaven, og forfatterens evne til tolkning og faglig argumentasjon utgjør viktige elementer i oppgaven. Forfatteren(e) bør trekke konklusjoner og foreta oppsum-mer-inger basert på egne vurderinger, og diskutere gyldig-hets-begrensninger og feil-kilder.

Forfatteren(e) skal dokumentere evne til å formidle forskjellige typer opplysninger i rapportform —bl a faktaopplysninger, tall-materiale, modeller, vurderinger. Kandi-daten(e) skal vise evne til å formidle informasjon ved konstruksjon av tabeller, figurer mm. Plas-ser-ing av kapitler og avsnitt i oppgaven må fremstå som naturlig for leseren, og rekke-følgen på de ulike elementene i oppgaven bør begrunnes. Det stilles krav til klar uttrykksmåte, rettskrivning og god språkføring.

Kilder som er benyttet i besvarelsen skal lett kunne identifiseres av sensor og andre lesere. Opplysninger om kilder må være nøyaktige og informasjonen om kilder skal følge de retningslinjer som gjelder for vitenskapelige skrifter (se håndbok). Dette gjelder både referanser som gis i løpende tekst, og oversikter over kilder som er med i vedlegg.

Som student vil du ha nytte av NMH's håndbok i oppgaveskriving. Håndboken inneholder en rekke opplysninger og råd om formulering av problemstilling, skriveprosessen, oppbygning av rapporter, håndtering av kilder og referanser mm. I tillegg blir spørs-mål knyttet til muntlig og skriftlig presentasjon av fagstoff tatt opp på en rekke kurs i studiet, bl.a. ved introduksjon av nye studenter til Sivilmarkedsførerstudiet.

Formelle krav

Besvarelsen skal innleveres forsvarlig innbundet/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 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

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 Studieforskriftene § 6.9.6. 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.

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.

5

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 besluttet av Undervisningsutvalget BI-HS/NMH.

Jfr. Eksamenspåmelding senere i kapitlet.

Se forøvrig Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole.

Eksamenspåmelding

Se Studieforskrifter for BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole. Studentene må lese kursbeskrivelsen(e) som gjelder for eksamen det semesteret/studieåret eksamen skal avlegges.

Påmeldingsperioder

Eksamenspåmelding skjer i følgende perioder:

UKE 40 i høstsemesteret

UKE 10 i vårsemesteret

Endringer vedrørende påmelding til eksamen etter at påmeldingsperioden er utløpt hvert semester, kan ikke tas til følge.

(UNNTAK: Se sykdom i forbindelse med eksamen.)

Påmelding til eksamen

1. Automatisk påmelding

Det vises til Studieforskrifter for BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 4.1.1

Kandidater som har betalt studieavgift som beskrevet i studieforskriftene, mottar skriftlig bekrefteelse på de eksamener de er påmeldt i før påmeldingsperioden hvert semester, samt tid og sted for hver eksamen. Eksamenssted er alltid på den skolen du er tatt opp som student. (Jfr. Endring av eksamenssted).

2. Påmelding ved fremmøte/innlevering av påmeldingsskjema

Det vises til Studieforskrifter for BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 4.1.2

Kandidater som skal kontinuere og kandidater som av andre grunner ikke følger normalstudieplanen for sitt studium 1997-98, melder seg på ved fremmøte til sitt studiested i påmeldingsperioden for eksamen hvert semester.

Eget påmeldingsskjema med giroblankett for innbetaling av kontinuasjonsavgift/eksamensavgift skal benyttes. Kandidaten må påse at opplysninger om studium, eksamen(er) og eksamenssted står riktig oppført på påmeldingsskjemaet. Eksamenspåmeldingen er bindende.

Påmeldingen foregår ved NMH og alle BI Høyskolene. For å få registrert påmelding til eksamen, skal kandidaten selv (evt. stedfortreder) møte frem og vise kvittering for innbetalt kontinuasjonsavgift/ eksamensavgift.

Kandidater som av ulike grunner må sende påmeldingen til sitt studiested, må sende påmeldingsskjemaet i sin helhet samt kvittering for betalt eksamensavgift/kontinuasjonsavgift. Studentens kopi og kvitteringen returneres etter at påmelding til eksamen er godkjent.

Til eksamen skal studenten medbringe legitimasjon og kopi av sin påmelding.

Utsettelse av eksamen

Det vises til Studieforskrifter for BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 6.3

Kun kandidater som er automatisk påmeldt i henhold til normalstudieplanen for studiet, kan søke om utsettelse av eksamen. Eget søknadsskjema skal benyttes. Søknad om utsettelse av eksamen(er) må skje i påmeldingsperioden hvert semester. Eksamen kan kun søkes utsatt til neste gang eksamen arrangeres. Informasjon om dette eksamenstidspunktet kan fås ved henvendelse til studiestedet ca. 14 dager før påmeldingsperioden hvert semester. En eksamen kan kun utsettes én - 1 - gang, utover det er eksamen å anse som kontinuasjon. (Jfr. Påmelding ved fremmøte)

Endring av eksamenssted

Kandidater som ønsker å endre eksamenssted, må henvende seg til sitt studiested i påmeldingsperioden hvert semester. Eget søknadsskjema skal benyttes.

Sykdom i forbindelse med eksamen

1. Kandidater som har mottatt skriftlig bekreftelse/automatisk påmeldt

En kandidat som er automatisk påmeldt til eksamen, men blir syk i eksamensperioden, kan søke om å få gå opp til eksamen neste gang eksamen arrangeres. Informasjon om dette eksamenstidspunktet kan fås ved henvendelse til studiestedet ca. 14 dager før påmeldingsperioden hvert semester.

Eget søknadsskjema skal benyttes. Legeattest/sykemelding må vedlegges. Søknaden sendes ditt studiested.

2. Kandidater som har innlevert påmeldingsskjema

En kandidat som har meldt seg opp til eksamen ved innlevering av påmeldingsskjema, men som blir syk i eksamensperioden, kan søke om refusjon av eksamensavgiften/kontinuasjonsavgiften. Legeattest/sykemelding må vedlegges skriftlig søknad til studiestedet.

For begge kategorier gjelder følgende:

Frist for søknad: For eksamen i høstsemesteret : 20. januar
For eksamen i vårsemesteret : 01. juli

Søknader etter fristen tas ikke til følge. Kandidaten må da melde seg opp ved innlevering av påmeldingsskjema neste gang han/hun skal ta eksamen. (Jfr. Påmelding ved fremmøte)

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.

5

- Administrasjonsgebyret er kr 500,- pr. eksamen.
- 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.

Godkjenning av tidligere avlagte eksamener eksternt eller ved NMH/BI

Innpassing av ekstern utdanning

Det vises til Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 2.2.

NMH godkjenner inntil 40 vekttall fra Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon fra de statlige høyskolene / eller tilsvarende utdanning.

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 og søknadsfrister

Det vises til Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen.

Særskilt søknadsskjema benyttes og fås ved henvendelse til NMH. Søknaden sendes/leveres til NMH, 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 NMH.

Dersom fritak av enkeltstående kurs innvilges, innrømmes ingen reduksjon i studieavgiften. På vitnemålet merkes kurset med «fritak». Nærmere informasjon kan fås ved henvendelse til studieveileder.

5

Søknadsfrister for fritak:

Høstsemestret: uke 36

Vårsemesteret: uke 6

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

Kursoverføring

Studenter med eksamen fra enkeltkurs ved NMH/BI, kan etter nærmere bestemte regler, få dette/disse godkjent ved et eventuelt opptak på et studium ved NMH/BI. Kontakt studieveileder for nærmere informasjon.

Gjenopptak

Det vises til Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole, § 5.

Studenter som har avlagt 10 vekttall eller mer på et tidligere påbegynt studium ved BI, kan søke om gjenopptak på studiet. Særskilt søknadsskjema benyttes og fås ved henvendelse til BI.

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 registreringsnummer og få opplyst alle karakterer som er kommet inn uansett studium.

Det understrekes at opplysninger om sensur ikke blir gitt på telefonhenvendelser til NMH.

All sensur skal foreligge på sensurtelefonen senest 8. august (for vårsemesteret) og 10. februar (for høstsemesteret). Disse datoene er å anse som offentlige sensurdatoer.

Vi gjør oppmerksom på at kandidater som trekker seg fra eksamen, får karakteren Ikke Bestått (IB).

Klage på sensur

Det vises til Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen, Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole og Forskrift om begrunnelse og klage ved universitets- og høyskoleeksamener.

1. Frist for anmodning om sensurbegrunnelse

Fristen for å anmode om sensurbegrunnelse er 2 – to – uker etter offentliggjøring av sensur.

Særsilt 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 samtaleid 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 samtaleid med sensor, anses å ha trukket anmodningen om sensurbegrunnelse tilbake.

3. Omsensur

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

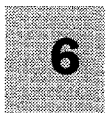
Dersom kandidaten ønsker omsensur etter å ha mottatt sensurbegrunnelse, må kandidaten selv levere eller sende den rosa kopien av skjemaet til sitt studiested.

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.

6 Sivilmarkedsførerstudiet

Målsetning for studiet	56
Faglig organisering	56
Pedagogisk tilnærming	57
Opptaksvilkår	57
Valg av spesialisering og siviloppgave	57
Eksamen	57
Normalstudieplanen	58
Forbehold	58
Normalstudieplan for sivilmarkedsførerstudiet.....	59



Sivilmarkedsførerstudiet

Målsetning for studiet

Det fireårig Sivilmarkedsførerstudiet har som formål å utdanne kandidater til markedsføring med kunnskap om ledelse basert på en markedsorientert filosofi. Studiet legger vekt på en humanistisk tilnærming og helhetstenkning, med fokus på organisasjoners evne til å utvikle seg i harmoni med omgivelsene i et markeds-økonomisk samfunn.

Studiet skal gi kunnskaper og ferdigheter for markedsorienterte ledere med høy grad av personlig eksponering og hyppig mellommenneskelig kontakt. Studiet skal gi forståelse for konkurranseutsatt verdiskapning med vekt på transaksjons- og kommunikasjons-funksjonene. Studiet skal gi bredde-kunnskap i samfunnsfag for å kunne sette ledelse og markedsføring inn i en etisk og samfunnsmessig sammenheng, og i økonomisk/ administrative fag som grunnlag for tverrfaglig samarbeid med eksperter innen andre aktiviteter i verdiskapningen.

Studiet skal utvikle ferdigheter i å stille strategiske spørsmål, og generere ny kunnskap i dybde og bredde basert på et bredt spekter av vitenskaplige metoder, samt stake ut en kurs og tilrettelegge utvikling av egen og andres kunnskaper, beslutnings- og handlekraft. Pedagogikken er tilrettelagt for å utvikle selvstendig tenkning og evne til konstruktivt faglig og tverrfaglig samarbeid. Studiet skal gi et grunnlag for hovedfag- og doktorgradstudier.

Faglig organisering

Studiet har en internasjonal profil hvor undervisningen delvis foregår på engelsk. I løpet av studietiden er det mulig å tilbringe ett semester (normalt 7. semester) som utvekslingsstudent ved NMHs samarbeidende skoler.

6

Studiet er delt inn i to avdelinger. Første avdeling med to års varighet gir studenten en bedriftsøkonomisk bakgrunn tilsvarende det tradisjonelle siviløkonomstudiet. Det legges vekt på generell kunnskapsoppbygging og læring av fagrelaterte teknikker og vitenskapsbaserte metoder for analyser og fremskaffelse av beslutningsgrunnlag. Det markedsøkonomiske perspektivet i fagene vektlegges noe mer enn i andre økonomisk/administrative studier av to års varighet. I tillegg utvikles kunnskaper innen etikk, samfunnsøkonomi og markedsrett.

Første året i andre avdeling (studiets 3. år) utvider markedsføringskunnskapene, og setter 1. avdelingsfagene inn i en markedsorientert og strategisk helhetsramme. Kommunikasjons-, ledelses- og organisasjonsaspektene i helheten utdypes i egne kurs. Etterretnings- og metodekunnskapen utdypes i markedsanalysefaget. Innfallsvinklne samles i en internasjonal business-to-business sammenheng. Tredje år danner en helhetlig referanseramme for 7. semesters spesialiseringer i utvalgte anvendelses-områder, og 8. semesters dybdestudier innen utvalgte kunnskapsområder hvor den faglige staben har spisskompetanse og forsker aktivt.

Pedagogisk tilnærming

Studiet benytter seg av en rekke pedagogiske metoder. Forelesningsformen brukes til formidling av kunnskap som ikke er tilgjengelig i publisert materiale, og for å hjelpe studentene i organisering av kunnskap på hensiktsmessige og alternative måter. Problembasert pedagogikk benyttes til utvikling av evnen til kritisk tenkning, målrettet læring, generering av ny situasjonsrelatert kunnskap, beslutningsevne og handlekraft. Gruppeorientert pedagogikk benyttes for å utvikle evnen til samarbeid for felles læring og problemløsning, og formidle budskap på overbevisende måte til andre, samt å tilrettelegge læring for andre. Selvstudier og dialogbasert pedagogikk, herunder gruppevis og individuell veiledning, brukes for å utvikle studentens selvstendige skjønn og utvikle evnen til selv læring og produksjon av ny kunnskap. Videregående studenter er i noen fag oppdragsgivere for studenter på lavere nivå, for å lære å lede andre. Foreleserne har solid akademisk og praktisk bakgrunn, og samarbeider med næringslivet for å holde undervisningen oppdatert i forhold til hendelser i forretningsverdenen.

Opptaksvilkår

1. Avdeling: Se studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole.

2. Avdeling: Se studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole.

I tillegg kommer krav til matematikk- og økonomikunnskaper.

Valg av spesialisering og siviloppgave (7. og 8. semester)

Ved flere søkere til en spesialiseringsretning (7. semester) enn maksimum antall ønsket studenter, vil søkerne bli rangert etter karakterer regnet ut fra resultatet oppnådd t.o.m. høstsemesteret 3. år. I tillegg vil en begrunnet søknad om hvorfor studenten ønsker dette valget bli lagt til grunn.

Eksamen

Det vises til kapittel 5, Studieadministrativ informasjon, og til kursbeskrivelser for hvert enkelt kurs. Det vises også til den innledende oversikten i kapittel 9, Kurs- og eksamensoversikt, der eksamens-tider og kursansvarlige er angitt. Eksamensformene er tilpasset målsetning og faginnhold i hvert enkelt kurs, samt en helhetstenkning hvor minst 50% av prøvingen skal være individuell. Prøvingen skal gi en balansert tilbakemelding på både kunnskaps- og ferdighetsutvikling. Normalt er det to sensorer ved hver eksamen, hvorav den ene må være ekstern. Deleksamener som teller 50 % eller mindre av karakteren i kurset kan ha kun en intern sensor. I normalstudieplanen nedenfor betyr forkortelsene i kolonne "Eksamen" følgende:

C = Case

E = Skriftlig individuell eksamen

F = Fagoppgave, normalt 1 ukes varighet, løses i grupper inntil tre personer.

Fv = Flervalgseksamen

H = Hjemmeeksamen

M = Muntlig eksamen

P = Prosjektoppgave

S = Siviloppgave

+ = Et plusstegn bak eksamensformen på et kurs betyr at det er obligatoriske innleveringer, fremføringer og/eller diskusjoner forut for avsluttende eksamen.

Normalstudieplanen

Studiet er organisert i en rekke vekttallsdefinerte kurs med en gjennomtenkt faglig og pedagogisk progresjon og tverrfaglig balanse. Studiet beveger seg fra basiskunnskaper og spesifikke teknikker, via det tverrfaglige og integrerende, til det spesialiserte og utdypende. Studiet beveger seg fra etablert og utprøvet kunnskap til eksperimentelle kombinasjoner og grenselandet til det ukjente. Studiets generelle formål og målsetninger er utdypet og konkretisert i hvert enkelt kurs med egen eksamen. Normalstudieplanen viser den studieprogresjon studentene forventes å ha på heltid, også kalt normert studietid. Ti vekttall tilsvarer ett semesters arbeid på heltid.

Forbehold

Normalstudieplanen i denne studiehåndboken gjelder for det studentkull som starter høsten 1997. NMH tar forbehold om endringer i normalstudieplanen for kullet av 1997 for å sikre studentene et til enhver tid mest mulig oppdatert og hensiktsmessig studium tilpasset økonomiske ressurser og faglige NMH til enhver tid har tilknyttet seg.

Normalstudieplaner sivilmarkedsførerstudiets kull høsten 1997 - våren 2001

Sivilmarkedsførerstudiets 1. år 1997/1998

Kode	Kursnavn	Eksamen	Vt	Høst	Vår
MRK9711	Markedsføring	E 5 t +	4	X	
MET9100	Matematikk for økonomer	E 4 t	2	X	
BØK9530	Økonomistyring I	E 5 t	4	X	X
MET9500	Kvalitativ metode	F 1 uke	3	X	X
MET8006	Statistikk og dataanalyse	C + Fv 3 t	2		X
ORG9612	Organization and Leadership I	P +	4		X

Sivilmarkedsførerstudiets 2. år 1998/1999

Kode	Kursnavn	Eksamen	Vt	Høst	Vår
ORG9621	Næringslivs- og miljøetikk	F 5 dg	4	X	
SØK9354	Mikroøkonomi	E 5 t	2	X	
JUR9355	Bedriftsrett	E 3 t	2	X	
BØK9623	Økonomistyring II	E 5 t	5	X	X
MRK9722	Cross-Cultural Communication	P/E 4t +	4		X
JUR1030	Markedsrett	E 3 t	2		X
SØK9624	Makroøkonomi	E 4 t	2		X

Sivilmarkedsførerstudiets 3. år 1999/2000

Kode	Kursnavn	Eksamen	Vt	Høst	Vår
MRK9631	Markedsanalyse	F 1 uke	4	X	
MRK9630	Markedsføring, ledelse og strategi	P + F 1 uke +	8	X	X
ORG9733	Organization and Leadership II	F 1 uke +	4	X	X
MRK9732	Corporate Communication	P/M/E 4 t +	4	X	X

Sivilmarkedsførerstudiets 4. år 2000/2001

Kode	Kursnavn	Eksamen	Vt	Høst	Vår
MRK9740	Markedsplanlegging	P	2	X	
MET9740	Research and writing for the thesis	P+	2	X	

Spesialiseringer* til valg:

MRK9741	Entreprenørskap	P +	6	X	
MRK9742	Int. Business-to-Business Marketing	P	6	X	
MRK9743	International Market Comm. Management	P+M	6	X	
MRK1270	Leadership and Human Behavior	P +	6	X	
MRK9744	Relasjonsmarkedsføring	P	6	X	
MRK9745	Retailing and Channel Management	P	6	X	
ORG9740	Bedrift og samfunn	F	2		X
SMF9740	Siviloppgaven	S	8		X

* Utveksling kommer i tillegg i 7. semester

7 Studentorganisasjonen MØSS

Studentorganisasjonen MØSS	62
Organiseringen av MØSS studieåret 1997 - 98	62
- MØSS styret 1997-98.....	62
- Eksterne grupper	62
- Interne grupper	62
- Faglige grupper.....	63
Fadderordning – «Fadderrullan»	63
MØSS velferd	63
Medlemskap	63

Studentorganisasjonen MØSS

MØSS er en forkortelse for Markedsøkonomisk Studentsamfunn. Alle som studerer ved NMH er medlem av MØSS. Organisasjonen legger vekt på et nært samarbeid med skolen, men står økonomisk og juridisk helt fritt. MØSS skal drives av og for studentene ved Norges Markedshøyskole og ivaretar studentenes interesser både faglig og sosialt overfor skolen, næringslivet og samfunnet generelt.

Organiseringen av MØSS studieåret 1997-98

Generalforsamlingen er MØSS' øverste organ. Denne avholdes i februar og velger styret i MØSS.

MØSS styret 1997-98

• Leder	Vidar Theil	SMF 4
• Fagansvarlig	Øyvind Sundve	SMF 4
• Økonomiansvarlig	Thomas Hauge	SMF 3
• Eksternansvarlig	Pål Fasseland	GMF
• Internansvarlig	Geir Hovden	SMF 3
• Velferd- og tillitsmannansvarlig	Thea Vatle	GMK
• Informasjonsansvarlig	Said Azouagh	GMF

- MØSS representant i BI Stiftelsens styre Geir Langås

Disse tar seg av den daglige driften av MØSS, og sammen med gruppelederne er de ansvarlige for alle aktiviteter i MØSS regi. MØSS-styret og de fleste utvalgene finner du i MØSS gangen på skolen.

Under styret finnes eksterne, interne og faglige grupper.

Eksterne grupper

- AIESEC er verdens største internasjonale studentorganisasjon med 87 medlemsland. AIESEC's hovedaktivitet er studentutveksling.
- CERP-Students, er en del av den internasjonale europeiske PR-organisasjonen CERP. Ved NMH har CERP Students et eget styre, bestående av studenter fra informasjon og samfunnskontakt og fra kommunikasjon.
- StudConsult AS er et eget aksjeselskap ved NMH som drives av studenter. StudConsult utfører de fleste typer konsulentoppdrag ovenfor næringslivet både i og utenfor Norge. Her kan studentene praktisere sine faglige kunnskaper ute i næringslivet, samt tjene penger i studietiden.

Interne grupper

- MØSS Idrett er studentenes egen idrettsgruppe som tilbyr alt fra squash til klatring.
- Stauren skiklubb arrangerer skiturer både i Norge og i utlandet. Alpint, telemark og snowboard er noen av skigrenene i Stauren.
- IDé er skolens studentmagasin. IDé er underlagt MØSS, men står redaksjonelt fritt. IDé "irriterer og inspirerer".
- MØSST READ er studentenes nyhetsbrev. Utgis hver 14. dag med oppdaterte meldinger til studentene.
- The Kotler Club er vår egen studentkro. Her kan du slappe av fra studiene og delta på sosiale arrangementer. Kotler er stedet for å treffe nye og gamle venner.
- NMH Festivalen, NMH's studentuke som inneholder konserter, sosiale aktiviteter, foredrag og debatter over en uke.

- NMH revyen er en tradisjonsrik forestilling som spilles under hele NMH Festivalen.
- NMH's Vinterleker arrangerer hvert år et OL i miniatyr, da hver klasse representerer et land og konkurrerer om å bli det beste landet. Blant annet skal hver klasse lage en video som bidrag til lekene, Her kan vi love dere mye moro.
- Aksjeracet er skolens store børskonkurranse der alle har muligheten til å delta i spillet om beste børsmegler. Spillet foregår på internett, der du konkurrerer med andre studenter både på NMH og andre skoler.
- Reklamegruppen lager brosjyrer og annet reklamemateriell for gruppene i MØSS.

Faglige grupper

- MØSS Oratio, arrangerer foredrag med dyktige representanter fra norsk næringsliv. De vil også holde politiske debatter, og sette fokus på samfunnsproblemer.
- Fagutvalget skal fremme og ivareta studentenes interesser i faglige spørsmål ovenfor BI Stiftelsen og NMH.
- Klasseutvalget består av klassens tillitsvalgte som møtes jevnlig. Det er klasseutvalget som tar opp saker som angår klassene og bringer dette videre til ledelsen ved skolen.
- MØSS PR-gruppe er en gruppe dyktige studenter som koordinerer all MØSS informasjon ut til studentene og ut til næringslivet. De retter fokus på saker som opptar studentene ved NMH, og setter disse på dagsorden.

Fadderordning – Fadderrullan

MØSS i samarbeid med NMH står bak fadderordning ved semesterstart ved NMH. Formålet er å gjøre nye studenter kjent med skolen og MØSS. Alle studenter får en fadder og oppfordres til å delta i de aktiviteter som tilbys den første skoleuken. MØSS vil under fadderrullan gi de nye studentene muligheten til å aktivt delta i det faglige og sosiale miljøet ved NMH.

MØSS velferd

MØSS tilbyr studentene et meget godt og bredt tilbud på tannleger, leger, psykologer, fysioterapeuter, treningsstudioer, frisører, prester, juridisk og økonomisk rådgivning, jobbformidling og boformidling. MØSS har inngåtte spesialavtaler med disse som gir studentene gunstige priser, samt at MØSS gir refusjon på noen av tjenestene.

Medlemskap

Samtlige studenter er automatisk medlemmer i MØSS, og du betaler kontingenten når studiene betales hvert semester. For studieåret 1997/98 er avgiften kr 140,- pr. semester for heltidsstudentene, og kr 50,- pr. semester for deltidsstudentene.

8 Reglementer

Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen	66
Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole	70
Forskrifter om begrunnelse og klage ved universitets- og høgskoleeksamener....	76

Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen

Vedtatt av Høyskolestyret 25. mars 1996
med endringer av 26. november 1996

Titler

§ 1. Titler

BI Stiftelsen (heretter kalt BI) kan tildele følgende titler:

- Master of Business Administration (MBA)
- Executive Master of Business Administration (Exec. MBA)
- Master of Science (M.Sc.)
- Master of Management (MM)
- Siviløkonom BI
- Sivilmarkedsfører NMH
- Diplomeksportøkonom NMH
- Revisor * 1)
- Diplomøkonom BI/BA
- Diplommarkedsfører BI/NMH
- Høyskolekandidat BI
- Markedskandidat BI/NMH
- Reiselivskandidat BI
- Bankkandidat BI/BA
- Forvaltningskandidat BI
- Eiendomsmeglerkandidat BI * 2)
- Bedriftsøkonom BI
- Fondsmegler * 3)

Titlene oppnås ved å fullføre de studieplaner og tilfredsstille de karakterkrav som Høyskolestyret til enhver tid bestemmer for den enkelte tittel.

- *1) Studentene tildeles vitnemål for bestått revisoreksamen BI. Etter 2 års praksis kan Kredittilsynet tildele tittelen Registrert Revisor.
- *2) Etter 2 års praksis kan Kredittilsynet tildele tittelen Statsautorisert Eiendomsmegler.
- *3) Studentene tildeles vitnemål for bestått fondsmeglereksamen BA. Etter 3 års praksis kan Kredittilsynet tildele tittelen Fondsmegler.

Studentens undersøkelses- og opplysningsplikt

§ 2. Undersøkelses- og opplysningsplikt

Enhver student plikter å sette seg inn i gjeldende reglementer og forskrifter for BI og sitt respektive studium. Videre plikter studenten å sette seg inn i studieplaner, eksamensplaner, rutiner for eksamenspåmelding og nødvendige forutsetninger for å gå opp til eksamen. Studenten skal bruke de skjemaene og formularene som er utarbeidet for de ulike formål.

Når det gjelder offentlig godkjenning av de enkelte studier og offentlig studiefinansiering, vises det til forskriftene for de enkelte studietilbudene.

Opptak

§ 3.1. Søknad om opptak og registrering som student

Opptak til BIs ulike studietilbud skjer i henhold til egne opptaksforskrifter/studieforskrifter.

En søker som får tilbud om studieplass på et studium ved BI, må innen angitt frist returnere en studiekontrakt i undertegnet stand hvor det bekreftes at han/hun aksepterer den tilbudte studie-plassen. Ved slik aksept, er søkeren med bindende virkning registrert som student ved BI, med de økonomiske forpliktelser dette medfører. (Jfr. § 4.1.)

Det gis likevel anledning til å trekke seg fra studiet før studiestart dersom melding om dette gis i rekommandert brev, som må være BI ihende innen de frister som fremgår av kontrakten.

§ 3.2. Bytte av studium

Det gis anledning til bytte av studium dersom studenten har akseptert studieplass på ett av BIs studier og senere får tilbud om studieplass på et annet studium ved BI.

Opptak til annet studium skjer i henhold til gjeldende opptaksforskrifter/studieforskrifter.

§ 3.3. Klage over saksbehandling

Klage over formelle feil ved saksbehandlingen ved opptak til et studium fremsettes overfor en særskilt nemd oppnevnt av Stiftelsens styre.

Studieavgift

§ 4.1. Studieavgift

Når en søker er registrert som student, er han/hun økonomisk forpliktet til å betale studieavgift for normert studietid på det aktuelle studium. Det er anledning til å melde seg ut underveis i studiet. (Jfr. § 6.1.)

Normert studietid for det enkelte studium og frist for forlenget studietid, er oppgitt i separate forskrifter for de ulike studietilbudene.

Studenten må betale studieavgift for normert studietid selv om han/hun gjennomfører studiet på kortere tid enn normert.

Bestemmelser vedrørende innpassing av enkeltksamener mellom BIs studietilbud tas inn i forskriftene for de ulike studietilbudene.

Studenter som innvilges fritak for eksamen på et av BIs studietilbud på grunnlag av eksamener avlagt ved andre institusjoner, innrømmes ikke reduksjon i studieavgiften.

Vitnemål utstedes først når studentens økonomiske forpliktelser overfor BI Stiftelsen er innfridd i henhold til inngått kontrakt.

§ 4.2. Rett til studieplass og eksamen

Manglende betaling av studieavgift kan medføre tap av studieplass og tap av rett til å fremstille seg til eksamen. Beslutning om tap av studieplass og/eller rett til å fremstille seg til eksamen fattes av den øverste administrative myndighet for et studium. Ankeinstans er Stiftelsens høyskoledirektør.

Eksamen og vitnemål

§ 5.1. Eksamen

Det arrangeres eksamen i kurs og emneområder i henhold til de til enhver tid gjeldende studieplaner fastsatt av Høyskolestyret.

§ 5.2. Karakterer

Bestemmelser om karaktersetting, karakterskala og karakterkrav til vitnemål vedtas av Høyskolestyret og inntas i separate forskrifter for de ulike studietilbud.

§ 5.3. Fritak for eksamen

BI kan på grunnlag av søknad gi fritak for eksamen på grunnlag av eksamener avlagt ved andre høyskoler eller universiteter.

Fritak for eksamen i de ulike studietilbudene vedtas av Høyskolestyret etter fremlegg fra den aktuelle studieadministrative enhet og anbefaling fra det faglige institutt som eksamen hører under.

§ 5.4. Kontinuasjon

Kontinuasjonsordning for enkelteksamener vedtas av Høyskolestyret og tas inn i separate eksamensforskrifter/studieforskrifter for de ulike studietilbudene.

Kontinuasjoner baseres på det til enhver tid gjeldende pensum for det aktuelle kurs eller emneområde.

§ 5.5. Sensur

Sensurering av eksamensoppgaver skjer ordinært ved to uavhengige sensorbedømmelser, hvorav den ene er foretatt av en sensor som ikke har fast tilknytning til BI.

Det er adgang til å gi ulike deler av eksamen spesielle vekt.

Høyskolestyret kan vedta andre former for sensur der dette er hensiktsmessig.

§ 5.6. Klage på eksamen

Begrunnet klage på sensur fremmes skriftlig innen to uker etter sluttdato for sensur for angjeldende eksamensperiode.

Krav om ny sensur skal fremsettes skriftlig og sendes rekommandert innen en uke etter at kandidaten har fått svar på sin opprinnelige klage. Ny sensur er endelig.

Resultatet ved muntlig eksamen er endelig og kan ikke påklages.

§ 5.7. Ordensbestemmelser

Ordensbestemmelser ved eksamen samt betalingsbetingelser knyttet til eksamen og kontinuasjon vedtas av Høyskolestyret og tas inn i separate forskrifter for det enkelte studietilbud.

§ 5.8. Vitnemål

Etter avsluttet studium innenfor de karakterkrav som er fastsatt i eksamensforskriftene for de ulike studietilbudene, utstedes et avgangsvitnemål som viser at kandidaten har oppfylt de krav som stilles for angjeldende studium, og hvilke karakterer kandidaten har oppnådd på de foreskrevne eksamener. Avgangsvitnemålet signeres av Stiftelsens rektor og øverste administrative myndighet for angjeldende studium, eller den han/hun bemyndiger. (Jfr. § 4.1., siste ledd.)

Utmelding, studieavbrudd og permisjon

§ 6.1. Utmelding og studieavbrudd

Dersom en student ønsker å melde seg ut underveis i et studium hvor kontrakt er inngått med BI, kan utmelding skje innenfor den tidsfrist som fremgår av forskrifter for det enkelte studium. Utmelding må skje i rekommandert sending til BI innenfor gjeldende tidsfrist. Først da vil studenten bli registrert som sluttet og være fri for videre betalingsforpliktelser.

Dersom spesielle, tungtveiende grunner tilsier det, for eksempel alvorlig sykdom, kan en student

melde seg ut av studiet i løpet av studieåret og bli fri for videre betalingsforpliktelser. Utmelding må dokumenteres med legeerklæring eller annen relevant dokumentasjon og sendes i rekommandert brev til BI, som på grunnlag av den ovennevnte dokumentasjon avgjør om det er god nok grunn for utmelding eller ikke. Studenter som har meldt seg ut av et studium, må søke om opptak på nytt dersom de ønsker å gjenoppta studiet på et senere tidspunkt.

§ 6.2. Permisjon

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 kvinnelige studenter etter søknad få innvilget permisjon (opphold i studiet) med inntil ett år pr. svangerskap.

Begrunnet søknad om permisjon og ønsket varighet må sendes i rekommandert brev til BI.

Disiplinærbestemmelser

§ 7. Disiplinærbestemmelser

En student som har gjort seg skyldig i grovt brudd på de bestemmelsene som gjelder ved BI, eller som har utvist uverdigg atferd som skader eller er egnet til å skade BIs allmenne omdømme, kan idømmes disiplinærstraff.

Stiftelsens styre kan med 2/3 flertall beslutte å utvise en student for en viss tid eller for alltid. Vedtaket kan påklages til en klagenemd oppnevnt av Stiftelsens styre.

Endringer

§ 8. Endringer

BI har til enhver tid rett til å iverksette endringer i bestemmelser som gjelder for Stiftelsen, herunder rett til å endre studieopplegg, tid og sted for undervisning, lærerkrefter, studieavgift, m.m., og å fravike opplysninger gitt i de ulike publikasjoner fra enhetene innenfor BI.

Endringer i studieavgifter skal godkjennes av Stiftelsens styre.

Endringer i reglementer og forskrifter skal godkjennes av Stiftelsens styre, eller det organ styret bemyndiger.

Endringer i studieplaner skal godkjennes av Høyskolestyret eller det organ Høyskolestyret bemyndiger.

Endringene skal gjøres kjent for studentene så raskt som mulig og på en hensiktsmessig måte.

Forbehold

§ 9. Forbehold

BI tar forbehold om eventuelle trykkfeil i studiehåndbøker, kursbeskrivelser og annen dokumentasjon som gjelder for det enkelte studium.

Studieforskrifter ved BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole

Vedtatt av Høyskolestyret 25. mars 1996 med endringer av 14. april 1997.

Studentens undersøkelses- og opplysningsplikt

§ 1. Undersøkelses- og opplysningsplikt

Enhver student plikter å sette seg inn i Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen, fastsatt av Stiftelsens styre 25. mars 1996 og eventuelle senere endringer.

Studenter som går på eiendomsmeglerstudiet plikter i tillegg å sette seg inn i Forskrift om eiendomsmegling, fastsatt av Finansdepartementet 20. mars 1990 og eventuelle senere endringer.

Informasjon om offentlig godkjenning av de enkelte studier og offentlig studiefinansiering, kan fås fra studieadministrasjonen ved BI/NMH.

Opptak

§ 2.1 Minstekrav for opptak

2.1.1. Søkere med fullført og bestått vitnemål fra følgende utdanninger:

Fullført videregående skole skal forstås som "fullført og bestått vitnemål fra treårig videregående skole; studieretning for allmenne fag (tradisjonell eller endret struktur, examen artium i linjedelt gymnas, økonomisk gymnas), studieretning for handels- og kontorlag, Reform 94 når alle fagkrav i pkt. 2.1.2 er dekket."

2.1.2. Søkere med alternativ grunnutdanning

3-årig fullført og bestått utdanning fra videregående skole (unntatt de nevnt i pkt. 2.1.1.) eller fagbrev/svennebrev, eller fylte 23 år i løpet av opptaksåret og 5 års fulltids yrkeserfaring medregnet omsorgsarbeid og militær førstegangstjeneste/ sivilteneste. Fullført og bestått kurs i videregående skole og/eller folkehøyskole kan også telle med i kombinasjon med yrkeserfaring, slik at utdanning og arbeid samlet utgjør 5 år.

For alle kategorier søkere under pkt. 2.1.2. gjelder krav om dokumenterte kunnskaper i følgende fag på nivå med eksamen fra studieretning for allmenne fag i videregående skole, eller examen artium:

- Norsk: hovedmål, sidemål og muntlig, 4 + 5 + 5 timer
- og Engelsk: 5 timer
- og Matematikk: 5 timer
- og Samfunnsfag: samfunnslære 2 timer + nyere historie 4 timer
- og Naturfag: 5 timer

Timetallet viser uketimetall i faget for elever fra allmennfaglig studieretning etter endret struktur i videregående skole. Karakteren må være 2 (ng) eller bedre.

Det tas forbehold om endringer i opptakskravene.

2.1.3. Søkere med utenlandsk utdanningsbakgrunn

- Internasjonal Baccalaureat (IB) med diplom
- Fullført og bestått videregående skole (eller tilsvarende). BI/NMH følger reglene i oversikten: "Minimumskrav til utenlandsk utdanning for immatrikulering ved norske universiteter" som er utarbeidet ved Universitetet i Oslo.

Søkere med annet morsmål enn norsk eller et annet nordisk språk må kunne dokumentere

tilfredsstillende kunnskaper i norsk på en av følgende måter:

- a) Norsk på VKII-nivå etter alternativ fagplan for fremmedspråklige, med karakteren 3 eller bedre i skriftlig og 4 eller bedre i muntlig.
- b) Trinn 3 i norsk for utenlandske studenter ved universiteter, karakter 3.0 eller bedre.
- c) Test i norsk for fremmedspråklige, høyere nivå, "Bergenstesten", med minimum 450 poeng.

2.1.4. Søkere til studier med språk som obligatorisk fag

Søkere må ha B-/C-språk fra videregående skole, eller tilsvarende, dersom de vil søke et annet språk enn engelsk på studier hvor språkvalg er aktuelt. For opptak til diplomøkonomstudiet i reiseliv kreves det et B-/C-språk i tillegg til engelsk.

§ 2.2 Opptak av søkere til 2. eller 3. studieår

2.2.1. Direkte opptak til 2. studieår

Grunnlag for opptak er:

- Bedriftsøkonomstudiet fra BI
- Grunnfag markedsøkonomi fra NMH
- Annen høyskoleutdanning som BI/NMH godkjenner

2.2.2. Direkte opptak til 3. studieår

Grunnlag for opptak er:

- Høyskolekandidatstudiet fra BI
- Markedskandidatstudiet fra NMH
- Høyskolekandidatstudiet fra de statlige høyskolene
- Annen høyskoleutdanning som BI/NMH godkjenner

For alle kategorier søkere under i pkt.2.2.1. og 2.2.2. gjelder en individuell innpassing, avhengig av hvilket studium som søkes. BI/NMH avgjør om søkeren tilfredsstiller minimumskrav til vekttall innenfor fagområdene i de ulike studiene.

2.2.3. Direkte opptak til siste 1 1/2 år Diplomeksportøkonomstudiet

Grunnlag for opptak er:

- Høyskolekandidatstudiet fra BI
- Markedskandidatstudiet fra NMH studieretning markedsføring og internasjonalisering
- Reiselivskandidatstudiet fra BI
- Høyskolekandidatstudiet fra de statlige høyskolene
- Annen høyskoleutdanning som BI/NMH godkjenner

Det kreves bestått eksamen i det landets språk der studenten skal studere. Minimumskrav er 4 vekttall i aktuelt språk fra universitet/høyskoleutdanning som BI/NMH godkjenner.

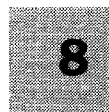
Normert studietid

§ 3.1 Normert studietid for heltids- og deltidsstudier

Med normert studietid menes det antall semestre studiet er beregnet gjennomført på. Normert studietid varierer avhengig av antall vekttall på studiet og om studiet gjennomføres på heltid eller deltid.

Normalstudieplanen pr. studium og studieår står oppført i de respektive studiehandbøker. Normalstudieplanen viser hvilke eksamener som arrangeres i de respektive semestre for studiet.

Studenter kan forlenge studietiden med inntil fire semestre utover normert studietid uten å betale ytterligere studieavgifter. Det betales da kontinuasjonavgift pr. vekttall ved påmelding til eksamen.



§ 3.2 Normert studietid på enkeltkurs

Deltakere på kurs har normert studietid tilsvarende de(t) semester kurset gjennomføres. Deltakere på et høyskolekurs kan forlenge studietiden med inntil to semestre, og deltakere på et spesialkurs kan forlenge studietiden med ett semester, uten å betale ny studieavgift. Det betales da kontinuasjonsavgift pr. vektall ved påmelding til eksamen.

Utover nevnte frister må det eventuelt søkes om opptak på nytt.

Studieavgift/Utmelding

§ 4.1.1 Studieavgift

Studieavgift betales forskuddsvis hvert semester og inkluderer ett eksamensforsøk i de kurs som i følge normalstudieplanen for studiet skal avlegges i det enkelte semesteret. (Jfr. § 3.1)

Se forøvrig §§ 6.3 og 6.4.

§ 4.1.2 Semesteravgift

Semesteravgift betales forskuddsvis hvert semester og eksamener er ikke inkludert.

På studier hvor det betales semesteravgift, må studentene betale eksamensavgift pr. vektall ved påmelding til eksamen.

§ 4.2. Utmelding

Studenter med kontrakt på et flerårig studium eller et deltidsstudium over fire semestre, gis anledning til å melde seg ut underveis i et påbegynt studium. Studenten kan ikke melde seg ut før to studie-/semesteravgifter 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. Eventuell utmelding må sendes i rekommandert brev til BI/NMH.

Dersom studenten melder seg ut i henhold til ovennevnte bestemmelser, vil han/hun bli meldt sluttet på det studiet kontrakten gjelder for og være fri for videre betalingsforpliktelser.

Dersom studenten senere vil forbedre tidligere oppnådde resultater eller fullføre studiet frem til tittel, må han/hun søke om opptak på nytt.

Det vises forøvrig til Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen § 6.1

§ 4.3 Medlemskap i studentforeninger

Studentene blir automatisk medlem i Norges Bedriftsøkonomiske Studentsamfunn eller Markedsøkonomisk Studentsamfunn ved innbetaling av studieavgift.

8

Gjenopptak

§ 5 Søknad om gjenopptak på et studium

En student som har gått utover fristen for forlenget studietid i hht. § 3.1, må søke om gjenopptak dersom han/hun vil fullføre studiet eller forbedre allerede oppnådde resultater frem til tittel. Studenten må betale for gjenopptak og får fire semestre til å fullføre/forbedre studiet frem til tittel. Etter utløpt frist, må studenten eventuelt søke om nytt gjenopptak. Ved påmelding til eksamen må studenten betale kontinuasjonsavgift pr. vektall. Dersom gjenopptak gjelder fullføring av studiet, aksepterer studenten ved gjenopptak at BI/NMH avgjør hvilke eksamener som kan inngå for å få tittel.

Eksamen og vitnemål

§ 6.1. Eksamensformer

Følgende eksamensformer kan benyttes ved BI/NMH:

- Skriftlig eksamen på inntil åtte timer
- Flervalgseksamen på inntil tre timer
- Hjemmeeksamen over 72 timer - Løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter
- Fagoppgave Løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter
- Prosjektarbeid Løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter over ett eller flere semestre
- Diplomoppgave Løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter
- Temaoppgave Løses individuelt
- Case
- Muntlig eksamen

Eksamensform og tillatte hjelpemidler til eksamen står beskrevet i kursbeskrivelsen for hvert enkelt kurs.

Etter søknad kan kandidaten få arrangert muntlig i stedet for skriftlig eksamen når spesielle tungtveiende grunner tilsier dette.

§ 6.2. Karakterer

Karakterskalaen 1.0, 1.1, 1.2 osv. benyttes med 1.0 som beste karakter. Dårligste karakter som ordinært godkjennes for beståtte enkelteksamener er 4.0.

Karakterskalaen ved enkelteksamener er således:

1.0 - 1.5	Særdeles godt
1.6 - 2.5	Meget godt
2.6 - 3.2	Godt
3.3 - 4.0	Nokså godt
4.1 - 6.0	Ikke bestått

Kandidaten får ikke oppgitt tallkarakteren ved ikke bestått eksamen. Nærmere regler for innskrenket bruk av karakterskala eller bruk av karakteren bestått/ikke bestått kan vedtas av Høyskolestyret.

Hovedkarakteren for avsluttet studium fastsettes med to desimalers nøyaktighet, og må ikke være dårligere enn 3.25 for å få tildelt tittel. I et flerårig studium må hovedkarakteren være 3.25 eller bedre i hvert studieår for å få tildelt tittel. På vitnemålet vil karakterintervallene for hovedkarakteren være:

1.00 - 1.75	Særdeles godt
1.76 - 2.50	Meget godt
2.51 - 3.25	Godt

Hovedkarakter vil normalt ikke bli gitt dersom mer enn 20% av det normerte antall vekttall for gjeldende studium er godkjent fra andre undervisningsinstitusjoner.

§ 6.3 Eksamen

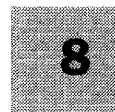
Kandidaten blir automatisk påmeldt til eksamener i henhold til normalstudieplanen for studiet.

(Jfr. § 4.1.1) Kandidaten kan innen angitte frister søke om utsettelse av eksamen(er).

Søknad om utsettelse etter fristens utløp tas ikke til følge.

Kandidater som sorterer under § 4.1.2 må selv melde seg på til eksamen på egne påmeldings-skjemaer innen angitte frister.

Det er studentens plikt å holde seg orientert om gjeldende kursbeskrivelse for hvert enkelt kurs i det semesteret eksamen skal avlegges.



§ 6.4 Kontinuasjoneksamen

Med kontinuasjonseksamen skal forstås enhver eksamen som avlegges utenfor normalstudieplanen for studiet (Jfr §§§ 4.1.1, 4.1.2 og 6.3).

Kandidaten kan avlegge kontinuasjonseksamen i etterfølgende semestre hvor tilsvarende eksamen avholdes. Studenten betaler kontinuasjonsavgift pr. vekttall ved påmelding til eksamen.

Alle eksamener baserer seg på det til enhver tid gjeldende pensum. I kurs som endrer kurskode avholdes en - 1- kontinuasjonseksamen påfølgende semester.

Når et kurs innenfor et studium utgår og erstattes av et helt nytt kurs, avholdes normalt to - 2 - kontinuasjonseksamener, en i hvert av de to påfølgende semestre.

Etter sensur av kontinuasjonseksamen gjøres beste resultat gjeldende, dersom studenten har oppnådd karakter i kurset tidligere.

Eventuelle unntak og avvik fra det ovenstående besluttet av Undervisningsutvalget BI HS/NMH.

Påmelding til kontinuasjonseksamen skjer innen angitte frister.

§ 6.5 Forlenget tid til eksamen

Kandidaten kan, innen angitte frister, sende skriftlig søknad til studiestedet om forlenget tid til eksamen. Søknaden må inneholde en dokumentert begrunnelse fra sakkyndig person, datert i det semesteret kandidaten skal avlegge eksamen. Søknaden blir kun behandlet dersom kravene til dokumentert begrunnelse er innfridd.

§ 6.6 Klage på sensur

Forskrifter for begrunnelse og klage på sensur følger Forvaltningslovens regler.

Samtidig med offentliggjøring av sensur gjøres sensorveiledning for den aktuelle eksamen kjent for kandidatene. Dette, sammen med gjenpart av besvarelsene som kandidaten får ved avslutning av hver eksamen, tjener normalt som begrunnelse for sensur i henhold til gjeldende regler.

Klage må være mottatt av studiestedet senest to - 2 - uker etter at resultatet er offentliggjort. Klageren må skriftlig begrunne hvilke forhold som etter hans/hennes mening tilsier at resultatet er feil. Sensorene besvarer klagen skriftlig eller muntlig. Opprettholder studenten klagen, må han/hun gi beskjed om dette i rekommandert sending senest en - 1 - uke etter at begrunnelsen er meddelt klageren.

BI Stiftelsens rektor eller den han bemyndiger nedsetter klagenemd bestående av to personer som foretar omsensur. For at det skal fastsettes ny sensur, må klagenemda finne at den opprinnelig fastsatte karakter skal endres med minst 3/10 etter gjeldende karakterskala. For eksamener med karakteren Bestått/Ikke Bestått må klagenemda finne at misforholdet er så påtagelig at karakteren endres. Ny sensur er endelig.

Gjelder klagen formelle feil, må klageren angi hvilken feil han/hun mener å være utsatt for. Slike klager fremsettes overfor BI Stiftelsens høyskoleledelse med BI Stiftelsens Styre som ankeinstans.

§ 6.8 Særlige regler ved flervalgseksamen

Med flervalgseksamen forstås eksamensoppgaver hvor kandidatene får angitt to eller flere svaralternativ pr. spørsmål. Kandidatene får utdelt oppgaveteksten, spesielle svarark og veiledning om utfylling av svararket.

6.8.1 Eksamen

Kandidaten skal benytte det utleverte svarark, og lese veiledningen som følger dette.

6.8.2 Sensur

Sensur av flervalgseksamener består i å kontrollere kandidatens valgte svaralternativ mot fasit. Sensorveiledning utarbeides ikke ved denne typen eksamen.

6.8.3 Klage på sensur

Ved klage skal kandidatens svarark på nytt kontrolleres mot fasit. Resultatet av kontrollen skal meddeles klageren skriftlig med eventuell ny karakter.

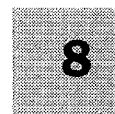
§ 6.9 Ordensbestemmelser ved eksamen

- 6.9.1 Kandidater som har fått innvilget forlenget tid til eksamen, må ta med skriftlig bekreftelse på dette. Denne skal fremlegges på eksamen. Kandidater med forlenget tid må møte 20 minutter før eksamen begynner.
- 6.9.2 Kandidaten skal være på plass i eksamenslokalet senest 10 minutter før eksamen begynner.
- 6.9.3 Kandidaten må ha med gyldig legitimasjon (studiekort, førerkort, pass). Kandidaten kan ellers vises bort fra eksamen. Medbragte vesker, etc. settes på anvist plass. Kandidaten har ikke lov til å bringe med seg mobiltelefon inn i eksamenslokalet.
- 6.9.4 Eksamenssettets forside beskriver hva settet inneholder. Kandidaten skal kontrollere at disse opplysningene stemmer overens med det utleverte oppgavesettet.
- 6.9.5 Kandidaten kan ikke benytte andre hjelpemidler enn de som er angitt i kursbeskrivelsen for det enkelte kurs. Det er kandidatens plikt å orientere seg om hvilke hjelpemidler som er tillatt. Kandidatene kan ikke låne hverandres hjelpemidler. Bruk av ikke tillatte hjelpemidler er å anse som fusk.
- 6.9.6 Dersom en kandidat gripes i fusk eller forsøk på fusk, blir saken innberettet til BI Stiftelsens høyskoledirektør, som i hvert enkelt tilfelle tar stilling til eventuell reaksjon. Normal reaksjon er annullering av alle innleverte eksamensbesvarelser i det aktuelle semester. Høyskoledirektørens vurdering om hvorvidt fusk er begått kan ankes inn for Høyskolestyret. Høyskoledirektørens avgjørelse når det gjelder reaksjonsform (straffeutmåling) kan ankes inn for Stiftelsens styre.
- 6.9.7 Kandidaten skal kun benytte de kladdark og innføringsark som utdeles av eksamensinspektørene. Hvert innføringsark skal fylles ut komplett med kandidatens registreringsnummer, kurskode, eksamenssted og sidenummerering. Ved ordinære skriftlige eksamener kan blyant ikke benyttes til innføring. Dette gjelder ikke flervalgseksamener hvor det skal benyttes optisk leser ved sensurering. Innlevert kladd godtas ikke som besvarelse.
- 6.9.8 Kandidater som ønsker å trekke seg fra eksamen etter at oppgaven er utdelt, kan ikke forlate lokalet før en - 1 - time er gått og fremmøtelisten er signert.
- 6.9.9 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 - 1 - time etter eksamensstart (med unntak for sykdom e.l.).
- 6.9.10 Når kandidaten har en pause utenfor eksamenslokalet, plikter han/hun å rette seg etter eksamensinspektørens anvisning. Kandidaten skal ikke snakke med andre kandidater, eller gjøre bruk av telefon, telefax e.l. mens eksamen pågår.
- 6.9.11 Kandidater som ikke møter eller trekker seg fra eksamen, må betale kontinuasjonsavgift ved neste eksamenspåmelding. Dette gjelder ikke dersom kandidaten kan dokumentere gyldig fravær.

Forbehold

§ 7 Forbehold

BI Høyskolene og Norges Markedshøyskole tar til enhver tid forbehold om endringer i studieplaner, eksamensplaner, kursbeskrivelser, reglementer og forskrifter. Jfr. også Alminnelige studievilkår ved BI Stiftelsen, §§ 8 og 9.



Forskrift om begrunnelse og klage ved universitets- og høgskoleeksamener

**Fastsatt av Kirke- og undervisningsdepartementet 19. januar 1973
med hjemmel i kongelig resolusjon 5. desember 1969 om delegasjon m.v.
i forbindelse med Forvaltningslovens ikrafttredelse.**

§ 1 Begrunnelse

Eksamenskandidat ved universitet eller høgskole har etter at sensur er falt, rett til å få en redegjørelse for sensurvedtaket av egne eksamensprestasjoner. Redegjørelsen gis av en av sensorene.

Finner sensoren det hensiktsmessig, kan redegjørelse gis skriftlig.

Er det gitt skriftlige retningslinjer for bedømmelsen (sensorveiledning), skal de være tilgjengelige for kandidatene etter at sensuren er falt.

§ 2 Klage over innholdet av sensurvedtak

Klage over innholdet av sensurvedtak fremsettes skriftlig. Finnes klagen å være berettiget, endres vedtaket. I motsatt fall gis klageren en skriftlig begrunnelse for sensuren, og en frist på tre uker til å meddele om klagen opprettholdes.

Opprettholdes klagen, skal den behandles av en særskilt klagenemnd, som oppnevnes av styret, det høyeste organ ved institusjonen.

Examen philosophicum kan bare påklages når eksamen ikke er bestått. Muntlig eksamen, prope-
deutiske prøver og praktiske prøver kan ikke påklages. Er kretsen av sakkyndige i et fag så liten at
styret ved institusjonen ikke anser det mulig å sammensette en klagenemnd med tilstrekkelig kyn-
dighet, kan sensurvedtaket ikke påklages.

§ 3 Behandlingen i klagenemnda

Klagenemnda vurderer sensurvedtak og begrunnelse for det. Finner nemnda et påtakelig misforhold mellom eksamensprestasjonen og eksamensresultatet, fastsetter den ny karakter. Endring kan skje til gunst eller ugunst for klageren. Nemndas avgjørelse er endelig. Ifag der den endelige karakteren fastsettes etter at muntlig eksamen er avholdt, skal det før den nye karakteren fastsettes, avholdes ny muntlig prøve.

§ 4 Klage over saksbehandlingen

Klage over formelle feil ved eksamen eller eksamenssensur behandles av det høyeste organ ved institusjonen, eller av det klageorgan som dette gir fullmakt. Finner klageorganet feil som kan ha hatt betydning for utfallet, opphever det sensurvedtaket og bestemmer om det skal foretas ny sensur eller holdes ny prøve. Klageorganets avgjørelse er endelig.

§ 5 Fullmakt til å gi nærmere regler

Styret ved institusjonen kan gi nærmere regler om begrunnelse, om klagens form og innhold, om frist for klagen, om klagenemndas sammensetning, hvilket organ ved institusjonen klagen skal fremsettes for og hva som skal regnes som påtakelig misforhold etter § 3.

Forøvrig gjelder reglene i Forvaltningslovens kapittel VI.

9 Kurs og eksamensoversikt 1997-98

Kursbeskrivelser 1997-98

Kursoversikt, kursansvarlige, eksamensoversikt 1997-98	78
Kursbeskrivelser for studieåret 1997-98 i alfabetisk rekkefølge	79

Sivilmarkedsførerstudiet 1997 - 1998

Kursoversikt - Kursansvarlige - Eksamensoversikt

Det tas forbehold om endringer og eventuelle trykkfeil i denne oversikten.

Kursnavn	Kode	Kursansvarlig(e)	År	Vt.	Eksamens- form	Eksamensdato /utleveringsdato	Innlev.dato	Side
Bedrift og samfunn	ORG9740	Rolv P. Amdam/Haakon Gran	4.	2	F 1 uke	05.06.98 kl 09	12.06.98 kl 15	79
Bedriftsrett	JUR9355	Sverre Faafeng	2.	2	E 3 t	05.12.97 kl 09-12		80
Corporate Communication	MRK9732	Roberta Wiig	3.	4	M/P/E 4 t +	03.06.98 kl 09-13	(info. v/kursstart)	83
Cross-cultural Communication	MRK9722	Roberta Wiig	2.	4	P + E 4 t +	25.05.98 kl 09-13	(info v/kursstart)	85
Entreprenørskap	MRK9741	Leif Christer Andersson/ Harry Nystrøm	4.	6	P +	05.12.97 kl 15		87
Int. Business-To-Business Marketing	MRK9742	Sam Dzever	4.	6	P +		05.12.97 kl 15	92
International Market Communication Management	MRK9743	Rune Bjørke	4.	6	P + M		05.12.97 kl 15	94
Kvalitativ metode	MET9500	Elisabeth Falck	1.	3	F 1 uke	22.05.98 kl 09	29.05.98 kl 15	96
Leadership and human behavior	MRK1270	Ken Friedman	4.	6	P +		05.12.97 kl 15	98
Makroøkonomi	SØK9624	Bjarne Ytterhus	2.	2	E 4 t	11.06.98 kl 09-13		100
Markedsanalyse	MRK9631	Elisabeth Falck	3.	4	F 1 uke	05.12.97 kl 09	12.12.97 kl 15	101
Markedsføring	MRK9711	Fred Selnes	1.	4	E 5 t +	04.12.97 kl 09-14		103
Markedsføring, ledelse og strategi	MRK9630	Rune Bjørke/David Brookes	3.	8	P + F +		05.12.97 kl 15	
Markedsplanlegging	MRK9740	Bjornulf Tellefsen	4.	2	P	22.05.98 kl 09	29.05.98 kl 15	105
Markedsrett	JUR1030	Gorm Kunø	2.	2	E 3 t	29.05.98 kl 09-12	12.12.97 kl 15	110
Matematikk for økonomer	MET9100	Sverre Faafeng	1.	2	E 4 t	12.12.97 kl 09-13		114
Mikroøkonomi	SØK9620	Tron Foss	2.	2	E 5 t	10.12.97 kl 09-14		116
Næringslivs- og miljøetikk	ORG9621	Solveig Lothe	2.	4	F 5 dg	26.11.97 kl 09	01.12.97 kl 15	118
Organization and Leadership I	ORG9612	Johannes Brinkmann	1.	4	P +	v/beg. av sem.	15.05.98 kl 15	120
Organization and Leadership II	ORG9733	Ken Friedman/Haakon Gran	3.	4	F 1 uke +	05.06.98 kl 09	12.06.98 kl 15	122
Relasjonsmarkedsføring	MRK9744	Haakon Gran/Ken Friedman	4.	6	P		05.12.97 kl 15	124
Research and Writing for the Thesis	MET9740	Kjell Bygnes/Harry Nystrøm	4.	2	P +	12.12.97 kl 15		126
Retailing and Channel Management	MRK9745	Ken Friedman, Johan Olaisen, Line Kristoffersen, Joyce McHenry	4.	2	P +		05.12.97 kl 15	128
Sivloppgaven	SMF9740	Arne Nygaard	4.	8	S		02.06.98 kl 15	130
Statistikk og dataanalyse	MET8006	Forskjellige	1.	2	C + Fv 3 t	12.06.98 kl 09-12	(case utlev. 29.05.98)	132
Økonomistyring I	BØK9530	Fred Wenstøp	1.	4	E 5 t	05.06.98 kl 09-14		134
Økonomistyring II	BØK9623	Tom Sørensen Pål Korsvold	2.	5	E 5 t	04.06.98 kl 09-14		138

OBS: For oversikt over betydningen av forkortelser på eksamensform, se kapittel 6; Sivilmarkedsførerstudiet - Eksamensformer.

Bedrift og Samfunn

KURS: ORG 9740 Bedrift og Samfunn

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 4. år

Kursansvarlig(e): ~~Rolv Petter Amdam og Haakon Gran~~

Knut Sogner

Institutt: NMH

Semester: Vår (8. sem.)

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-administrative fagområder og sette dette i et historisk perspektiv. Kurset skal også utvikle studentenes evne til å se økonomisk aktivitet i en bredere sammenheng.

Emneoversikt

- Teorier om økonomisk vekst og samfunnsmessig endring
- Historie som innfallsvinkel til forståelse av moderne business
- Faser og variasjoner i utviklingen av det moderne samfunn
- Management teorier i historisk belysning
- Markedsføring i historisk perspektiv
- Den økologiske utfordring

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med totalt 45 undervisningstimer

Obligatorisk litteratur

- Amdam, R. P., S. Knutsen og L. Thue. 1997. Bedrift og samfunn under industrikapitalismen. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
- Amdam, R. P. and E. Lange, eds. 1994. Crossing the Borders. Studies in Norwegian Business History. Oslo: Scandinavian University Press.
- Blackford, M. 1988. The Rise of Modern Business in Great Britain, the United States and Japan. Chapel Hill, N.C.: University of North Carolina Press.
- Amdam, R.P, red. 1997. Artikkelsamling: Bedrift og samfunn for markedsøkonomer. Sandvika: BI Forlag.

9

Evaluerings

Fagoppgave over en uke med tilknytning til et emne fra forelesningene.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære eksamen i kurset.

Bedriftsrett

KURS: JUR 9355 Bedriftsrett
STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år

Kursansvarlig(e): Sverre Faafeng

Institutt: Økonomi

Semester: Høst (3. sem.)

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.

Emneoversikt

1. Arbeidsrett (kap. 9)
 - Tariffavtaler , arbeidsreglement og arbeidsavtaler
 - Regler om ansettelse
 - Lønns- og arbeidsvilkår, ferie og permisjon
 - Oppsigelse, permittering og avskjedigelse
 - Rettstvister og interesselvister
2. Erstatningsrett (kap. 13)
 - Det alminnelige erstatningsansvar og arbeidsgiveransvaret
 - Erstatningsvilkår og erstatningsberegning
 - Regress og forsikring
3. Pengekravsrett (kap. 10)
 - Stiftelse og overdragelse av fordringer
 - Kredittkjøp og factoring
 - Renter ved forsinket betaling
 - Foreldelse av fordringer
4. Garanti- og panterett (kap. 11)
 - Garantier og kausjoner
 - Panterettens formål, stiftelse og gjennomføring
 - De ulike panteobjekter
 - Rettsvern
 - Salgspant og leasing
5. Leie av næringslokaler (kap. 12)
 - Oppsigelige og tidsbestemte leieforhold
 - Pantsettelse, overdragelse og fremleie av leierett
 - Husleie, depositum, husleiegarantier og innskudd
 - Oppsigelse, kontraktsbrudd, heving og utkastelse
6. Selskapsrett (kap. 8)
 - Driftsformer for næringsvirksomhet

- Enkeltmannsforetaket, det ansvarlige selskap (ANS), selskap med begrenset ansvar BA) og store og små aksjeselskaper (ASA - AS)
 - Selskapsorganer og beslutningsprosesser- Styrearbeidet
 - Selskapslegitimasjon og fullmakt (pkt. 6.3)
 - Bedriftslederansvaret
 - Omdannelse og oppløsning
7. Gjeldsforhandling og konkurs (kap. 15)
- Underhåndsakkord, frivillig akkord, tvangsakkord og konkurs
 - Omstøtelse og beslagsrett
 - Prioritetsreglene
 - Konkurskarantene
8. Forvaltningsrett (kap. 16)
- Reglene om saksbehandling i det offentlige
 - Opplysningsplikt, saksforberedelse, habilitetsreglene, klage og omgjøring av forvaltningsvedtak
 - Hovedprinsippene i offentlighetsloven.

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).

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i dette kurset.

Obligatorisk litteratur

Gundersen, Fr. Fr. og S. Faafeng . 1997. Lov og rett for næringslivet med lovsamling. 4. utg. Oslo: Tano Aschehoug/Fokus Forlag : Kap. 8, 9 10, 11, 12, 13, 15, 16 og pkt. 6.3 (fullmakt)

Anbefalt litteratur

Gundersen, Fr. Fr. 1997. *Praktisk jus, spørsmål og svar*. 5. utg. Sandvika: Fr. Fr. Gundersen.
Faafeng, Sverre. 1997. *Oppgavesamling i rettslære*. 3. utg. Oslo: Focus Forlag
Faafeng, Sverre. 1997. *Arbeidshefte i forretningsjus*. Oslo. Focus Forlag

Evaluerings

Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

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 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.

Corporate Communication

KURS: MRK 9732 Corporate Communication

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 3. år

Kursansvarlig(e): Roberta Wiig

Institutt: NMH

Semester: Høst (5. sem.) og Vår (6. sem.)

Vekttall: 4

Course Objectives

This course is designed to give future managers an understanding of how to communicate effectively with internal and external stakeholders and publics. The course will focus on communication as a management tool and on the role communication managers 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.

Course Outline

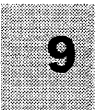
- PR's History
- Corporate Communication and Corporate Strategy
- Corporate Identity, Image, Ethics
- Managers as Communicators
 - Interpersonal Communication
 - Negotiation Skills
- Corporate Communication Strategy
 - Issues, Stakeholders, Environmental Scanning
 - Communicating with Internal and External Stakeholders
 - Media Relations
 - Evaluating Communications Activities
- Crisis Communication
- Integrated Communication

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.

Required Literature/Materials

- Baskin, Otis, Craig Aronoff and Dan Lattimore. 1997. *Public Relations: The Profession and the Practice*. 4th ed. Madison, WI: Brown and Benchmark.
- Munter, Mary. 1992. *Guide to Managerial Communication*. 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Riel, Cees B.M. van. 1995. *Principles of Corporate Communication*. London: Prentice Hall.



Brønn, Peggy S. and Roberta Wiig, eds. 1997. *Artikkelsamling: Corporate Communication*. Sandvika: BI Forlag.

Videos and handouts presented in class.

Recommended Literature

Argyris, Chris. 1990. *Overcoming Organizational Defenses - Facilitating Organizational Learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Clampitt, P. G. 1991. *Communciating 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.

Martin, Don. 1993. *Team Think*. New York: Penguin Books.

Olasky, Marvin N. 1987. *Corporate PR - A New Historiccal 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.

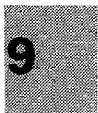
Assessment

Obligatory assignments: Pass/Fail (these must be passed to pass the course). Fall and Spring semesters.

Obligatory assignments: MRK9732-01 Individual oral presentation - 25 % (one grader). Spring semester.

MRK9732-02 Group paper - 25 % (one grader). Spring semester.

Final Examination: MRK9732-03 Individual 4-hour examination - 50 % (two graders). Spring semester.



Cross-Cultural Communication

KURS: MRK 9722 Cross-Cultural Communication

STUDIUM: Sivilmarkedsfører, 2. år

Kursansvarlig: Roberta Wiig

Institutt: NMH

Semester: Vår (4. sem.)

Vekttall: 4

Course Objectives

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.

Course Outline

Cultural Concepts

Culture-Specific Information

Communication Theory

Communication Skills

Course Structure

Experts in several fields lecture in plenary session. Discussion groups led by faculty and teaching assistants develop the issues raised in more depth and solve problems raised by these issues. The students will engage in a variety of activities ranging from analyzing representative literature from selected cultures to developing presentation techniques appropriate for dealing with members of their own and other cultures. Participation in these activities is vital.

The course is based on 80 hours of teaching. In addition, students are expected to work on assignments independently, as individuals and in groups.

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.

Required Literature/Materials

Harris, Philip R. and Robert T. Moran. 1996. *Managing Cultural Differences*. 4th ed. Houston: Gulf.
Wiig, Roberta. 1997. *Compendium: Cross-Cultural Communication*. Sandvika: BI Forlag.
Videos shown in class.
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. 1993. *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. London: Nicholas Brealey.

Assessment

Obligatory assignments - Pass / Fail (These must be passed to pass the course).
MRK9722-01 Obligatory assignments - 50 % of final grade. Individual and/or group. (One grader).
MRK9722-02 Final Examination - 50 % of final grade. Individual 4-hour examination. (Two graders)



Entreprenørskap

KURS:	MRK9741 Entreprenørskap
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 4.år
Fagansvarlige:	Leif Christer Andersson og Harry Nystrøm
Institutt:	NMH
Semester:	Høst (7.sem.)
Vekttall:	6

Mål

Spesialiseringen omfatter entreprenørskap og innovasjon, små- og mellomstore bedrifter (vektlegging på markedsføring og internasjonalisering) og næringsutvikling (vektlegging på lokal næringsutvikling) og retter seg til de studenter som vil arbeide eller utvikle sine kunnskaper innenfor de nevnte fagfelt. Etter gjennomført spesialisering skal studentene ha en forståelse av fagfeltene og kunne bruke moderne ledelsesfilosofier og teknikker på disse. Spesialiseringen tar videre sikte på å utvikle analytiske og funksjonelle ferdigheter for å kunne håndtere omgivelseskravene til entreprenørskap, små- og mellomstore bedrifter (SMB) og næringsutvikling. Et ytterligere mål er at studentene skal kunne analysere problemer og utvikle løsninger innenfor fagfeltene.

Spesialiseringens primære fokus er på entreprenørskapets rolle og mekanisme innenfor SMB-sektoren og lokalsamfunnet/distriktet.

Gjennomføring

Kurset er delt i tre delkurs:

Delkurs 1 - Entreprenørskap

Delkurs 2 - Markedsføring og internasjonalisering av små- og mellomstore bedrifter

Delkurs 3 - Næringsutvikling

Spesialiseringsretningen byr på totalt 120 undervisningstimer. Undervisningen er en blanding av forelesninger, casearbeid og workshop.

Studentene deles in i grupper på tre. Hver gruppe tildeles en konsulentrolle for å hjelpe et småforetak og et geografisk/politisk område (en bydel/by/distrikt). Studentene skal skrive en strategi- eller en markedsplan for et småforetak, alternativt kommentere eller revidere eksisterende planer. For å hjelpe et geografisk/politisk område skal studentene skrive en strategisk næringsplan, alternativt kommentere eller revidere eksisterende planer. Gruppens forslag til planer skal presenteres i plenum.

Gruppene kommer også til å bli forespurt om å skrive sammenfatning av litteratur og artikler og presentere det i plenum.

Studenter som vil starte eget eller bare vil arbeide i et småforetak eller innenfor lokal næringsutvikling, kommer til å få anledning til å få sine planer diskutert og vurdert på kurset.

Evaluerings

Studentene vil ved kursets start få utlevert tre deloppgaver som dekker alle tre delkursene. En teorioppgave på delkurs 1 og empiriske oppgaver på delkursene 2 og 3. Deloppgavene er obligatoriske. Studentene arbeider med oppgavene gjennom hele semesteret. Det vil bli gitt veiledning i seminarer. Statusrapporter over hver deloppgave må legges frem i plenum og forsvares minst tre ganger under semesteret. Opposisjon skal gis på statusrapportene. Statusrapportene og opposisjon er obli-

gatoriske og vurderes med bestått/ikke bestått. Dette krever tilstedeværelse av gruppens medlemmer.

De tre deloppgavene utgjør tilsammen kursets prosjektoppgave. Prosjektoppgaven kan skrives i grupper på inntil 3 studenter. Denne leveres ved semesterets slutt. Prosjektoppgaven teller som eksamen og vurderes med karakterer.



DELKURS 1: Entreprenørskap

Mål

Kurset tar sikte på å gjøre studentene kjent med sentrale perspektiver, modeller og begreper innenfor entreprenørskap, innovasjon og ledelse. Det legges også opp til å skape entreprenørielle holdninger blant studentene.

Emneoversikt

- Omgivelseskrav
- Teknologisk- og markedsrettet innovasjon
- Perspektiver på entreprenørskap
- Kreativitet
- Entreprenøren og entreprenørskap
- Entreprenøren i samfunnet
- Samarbeid/Nettverk
- Ledelse
- Forretnings- og vekstideér

Obligatorisk litteratur

Normann, Richard. 1986. Skapande företagsledning. (s.l.): Bonnier.

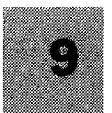
Nystrøm, Harry. 1990. Technological and Market Innovation. Chichester: Wiley.

Nystrøm, Harry. 1993. "Creativity and Entrepreneurship." Creativity and Innovation Management, 2,3: 237-242. (finnes også i serien: Handelshøyskolen BI. Særtrykk; 1996:35)

Gaddefors, Johan. 1996. Reflexion och handling - entreprenørskap i ett kreativt perspektiv. Uppsala: Swedish University of Agricultural Sciences.

Evaluering

Se eget avsnitt innledningsvis



DELKURS 2: Markedsføring og internasjonalisering av små- og mellomstore bedrifter

Mål

Kurset tar sikte på å gjøre studentene kjent med markedsføringens og internasjonaliseringens rolle i små- og mellomstore bedrifter og gi en innsikt i det teoretiske og praktiske grunnlag for arbeidet med å markedsføre og internasjonalisere små- eller mellomstore bedrifter og deres produkter/tjenester.

Emneoversikt

- Karakteristikk ved SMB
- Markedsføring
- Internasjonalisering

Obligatorisk litteratur

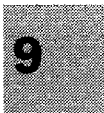
Carson, David, et.al. 1995. Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Approach. London: Prentice Hall.

Johannisson, Bengt. och Leif Lindmark, Leif, red. 1996. Føretag, Føretagare, Føretagssamhet. Lund: Studentlitteratur.

Young, Steve, et.al. 1989. International Market Entry and Development: Strategies and Management. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Evaluering

Se eget avsnitt innledningsvis



DELKURS 3: Næringsutvikling

Mål

Kurset tar sikte på å gjøre studentene kjent med den lokale næringsutviklingens rolle i Norge og gi en innsikt i det teoretiske og praktiske grunnlag for arbeidet med å assistere beslutningstakere innenfor fagfeltet.

Emneoversikt

- Næringsanalyse av nasjoner og bransjer
- Territorium, teknologi og tilvekst
- Regionalpolitikk og bygdeutvikling
- Storbyregioner - system og strategier
- Kommunen som en næringspolitisk aktør
- Næringsutvikling og næringspolitikk på bydelsnivå
- Markedsføring og serviceledelse av tiltak- eller støttesystem

Obligatorisk litteratur

Isaksen, Arne og Olav R. Spilling. 1996. Regional utvikling og små bedrifter i Norge. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Spilling, Olav R., red. 1996. Perspektiver på næringsutvikling. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.

Grønvold, Frode. 1996. Lokal næringsutvikling: En antropologisk studie av Bydel 5 i Oslo. Oslo: F. Grønvold/Norges Markedshøyskole.

Evaluerings

Se eget avsnitt innledningsvis.

International Business-To-Business Marketing

Kurs : **MRK9742 International Business-To-Business Marketing**

Studium : **Sivilmarkedsførerstudiet, 4 år**

Kursansvarlig : Sam Dzever

Institut : NMH

Semester: Høst (7. sem.)

Vektall : 6

Course Objectives

Business-to-business marketing (or “business marketing” as it is sometimes called) is concerned with the marketing of products and services to organizational customers, rather than households. These customers 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 is the focus of this course and emphasis will be placed on the “applied” aspects of the subject rather than theory.

Course Outline

The course is divided into three modules emphasizing the comparative aspects of business-to-business marketing activity in the international environment. These modules are the following:

1. Business-to-business marketing in Europe
2. Business-to-business marketing in the Asia-Pacific region
3. Business-to-business marketing in North America

For each of these modules, students will be required to participate in the learning process through case analyses, presentation of group projects, and classroom discussion. Active participation is obligatory and forms part of the individual evaluation process.

Course Structure

The course consists of 120 hours of lectures, case analyses, project work, and group presentations and discussion. It is organized as a process-oriented learning, emphasizing the idea of “shared value”. Participants will be encouraged to make use of modern information technology (e.g. internet) in their search and generation of ideas for project work and class presentations. The language of instruction throughout the course is English.

Required Literature

As indicated above, the course is organized as a process-oriented learning and as such participants will be expected to take an active part in the search of appropriate materials for their own group presentations. The following is the list of obligatory readings:

Bingham, F.G. and Raffield, B.T. 1990. Business-To-Business Marketing Management. Homewood, Ill.: Irwin.

Gross, A.C., et al. 1993. Business Marketing. Boston: Houghton Mifflin.

Jenster, P.V., ed. 1994. European Casebook on Managing Industrial and Business-To-Business Marketing. New York: Prentice Hall.

Recommended Literature

Valla, J.P. and Turnbull P.W., eds. 1986. Strategies for International Industrial Marketing. London: Croom Helm.

Haas, R.W. 1995. Business Marketing: a Managerial Approach. 6th.ed Cincinnati, Ohio: South-Western College Publ.

Assessment

Project work written by up to 3 students.

International Market Communication Management

KURS: **MRK9743 International Market Communication Management**

STUDIUM: **Sivilmarkedsfører, 4. År**

Kursansvarlig: Rune Bjerke

Institutt: NMH

Semester: Høst (7. sem.) / Fall (7th)

Vekttal: 6

Course Objectives

The goal of this graduate course is to give students specialized knowledge and skills in the area of international integrated market communications management and to prepare them for jobs both in the complex international marketing 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 development of successful international communication strategies. Students will learn how international communication strategies work. They will develop skills 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 effective integrated communication strategies. Students will develop skills in such areas as the preparation of international promotion campaigns which are in line with overall marketing objectives and strategies. Students will start working on theorizing and research assignments preparing themselves for the thesis.

Course Outline

International marketing strategies
 The international environment and cultural variables
 Research in the international environment
 International integrated communication strategies
 Standardization of advertising and creative strategies
 Semiotics, advertising, branding, corporate identity and image
 Product development and branding
 Societal trends such as art, fashion and photos/illustrations
 Cross-cultural meanings of products and advertising presenters
 Semiotics; Metaphors and Symbolism
 The functions of picture communication
 Advertising techniques and the usage of photos/illustrations
 Advertising components and the match-up hypothesis
 Research and picture communication
 Objectives, strategies and plan of communications across cultures

Course Structure

This course will consist of lectures, examples from international marketing, advertising and promotion, continuous discussion of theories, cases and the project. The mid-part of the course consists of in-depth discussion on selected and related subjects and cases with a focus on significant theo-

ry. Assignments and oral presentations by the students are important contributions in this stage. 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. Students are likely to cooperate with student groups from other courses in seminars where cases will be discussed. Presentations of cases by business people will be given. The course consists of 120 hours.

Required Literature

Alreck, P. L. and R. B. Settle. 1995. *The Survey Research Handbook*. 2nd ed. Chicago: Irwin.
Bradley, F. 1995. *International Marketing Strategy*. 2nd ed. London: Prentice Hall.
Davis, Joel J. 1997. *Advertising Research: Theory and Practice*. London: Prentice Hall.
Usunier, J.C. 1996. *Marketing Across Cultures*. 2nd ed. London: Prentice Hall.
Various selected articles put together 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.
Mooij, Marieke K. de. 1994. *Advertising Worldwide*. 2nd ed. New York: Prentice Hall.
Dillon, W. R., T. J. Madden and N. H. Firtle. 1994. *Marketing Research in a Marketing Environment*. 3rd ed. Burr Ridge, Ill.: Irwin.
Keegan, W. J. 1995. *Global Marketing Management*. 5th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
Macrae, Chris. 1996. *World Class Brands*. 2nd ed. Reading Mass.: Addison-Wesley.
Macrae, Chris. 1991. *Brand Chatering Handbook*. Reading Mass.: Addison-Wesley.
Cooper, Robert G. 1993. *Winning at new products*. 2nd ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
Halliburton, Chris and Reinhard Hünerberg. 1993. *European Marketing*. Reading Mass.: Addison-Wesley.
SPSS Manuals.

Assessment

Students must complete a term project which is related to the development of an international integrated communication plan. Moreover, students in groups must undertake a final oral presentation of their objectives, methodology, findings and recommendations. The oral presentation of the project accounts for 40 % and is an individual grade based on your performance. (One grader). The students must also hand in a written report (communication plan) for their project one week before the oral presentation.

The written project, based on group work, accounts for 60 % of your total grade. (Two graders).

MRK9743-01 - Oral Presentation 40 %

MRK9743-02 - Project 60 %.

Kvalitativ metode

KURS:	MET 9500 Kvalitativ metode
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 1. år.
Kursansvarlig:	Elisabeth Falck
Institutt:	NMH
Semester:	Høst (1. sem.) og Vår (2. sem.)
Vekttall:	3

Kurset omfatter to delkurs. Det første kurset tar utgangspunkt i metodefilosofi og generell utredningsmetodikk. Det andre kurset behandler kvalitative metoder i dybden innenfor markedsanalyser.

Evaluerings

Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven går over en - 1 - uke og kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

DELKURS 1: Metodefilosofi og utredningsmetodikk

Mål

Kurset har som mål å redegjøre for ulike metodesyn. Kurset vil understreke behovet for helhet i metodevalget. Kurset skal gi studentene et vitenskaplig grunnlag for å vurdere ulike metoder opp mot hverandre.

Emneoversikt

Metodelære
Vitenskapsfilosofi
Paradigmer
Metodesyn
Metoder
Utredningsmetodikk
Cases

Gjennomføring

Forelesninger og gruppearbeid. Det gis 45 timer forelesning.

Obligatorisk litteratur

Wormnes, Odd, et al. 1996. Vitenskap - enhet og mangfold. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
Troye, S.V. og K. Grønhaug. 1993. Utredningsmetodikk. 3.utg. Oslo: TANO.

DELKURS 2: Kvalitativ metodikk

Mål

Kurset skal gi en innføring i den kvalitative markedsforskningens prosedyrer/teknikker og vurdere disses styrke og svakheter, samt gjennomgå aktuelle oppgaver.

Emneoversikt

Kvalitative design og datainnsamling
Analyse, tolkning og rapportering
Cases

Gjennomføring

45 timer med forelesninger.

Obligatorisk litteratur

Holter, Harriet og Ragnvald Kalleberg, eds. 1996. Kvalitative metoder i samfunnsforskning. 2.utg. Oslo: Universitetsforl.

Patton, M.Q. 1990. Qualitative Evaluation and Research Methods. 2nd ed. Newbury Park: Sage.

Leadership and human behavior

KURS: **MRK1270 Leadership and human behavior**

STUDIUM: **Sivilmarkedsførerstudiet, 4. år**

Kursansvarlig: Ken Friedman

Institutt: NMH

Semester: Høst (7. sem.)

Vekttall: 6

Course Objectives

The specialization in leadership and human behavior involves research and practice in the skills of learning and leadership. It is an occasion to analyze ideas and issues in depth. The seminar approach makes students responsible for their own learning. The teacher is a learning facilitator, a guide to the working skills and thinking skills that help students teach themselves in a world where knowledge changes constantly, students who will be responsible for their own learning and career development in the future.

Course 1: The art and science of leadership

Leadership is forged in principle and applied in behavior. This section of the course examines the principles of effective leadership and considers their application. Organizational leadership means moving people toward common goals while helping them 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. This section examines the theory and results of leadership from tactical, strategic and ethical viewpoints.

Course 2: Understanding Organizations: Product, Service and Process

This section of the course considers products and services and the organizations that produce them. It examines the artifacts we shape for customers and the services we shape for clients through organization theory, cognitive psychology and human behavior.

The course explores organizational leadership in industrial management through the work of W. Edwards Deming and leadership in design and cognitive science through the work of Donald Norman.

Course 3: Change Management and Leadership in Action

Changing times demand organizational change for survival and growth. Many organizations that seem successful now will vanish, merge, or fail within the next few years. Most management courses address the external or material factors such as technology, financial conditions, taxation or marketing. This section of the course examines how organizations face and master change.

Change management is a special field within the larger framework of leadership. It addresses reengineering every aspect of an organization's process and product. Change generally takes place in times of crisis and change itself causes anxiety and stress. This course explores the ways in which successful change takes place. This course will also consider different kinds of leadership for the different stages of working life, starting with the first jobs that graduates will be expected to fill.

Course Structure

The course is developed through 120 hours of classroom participation.

Required Literature

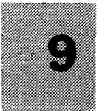
- DePree, Max. 1989. *Leadership is an Art*. New York: Doubleday. LHB1
Norman, Donald A. 1990. *The Design of Everyday Things*. New York: Doubleday. LHB2
Imparato, Nicholas and Oren Harari. 1994. *Jumping the curve: innovation and strategic choice in an age of transition*. San Francisco: Jossey-Bass. LHB3
Semler, Ricardo. 1994. *Maverick*. London: Arrow. LHB1
Walton, Mary. 1989. *The Deming Management Method*. London: Mercury Books. LHB2

Recommended Literature

- Deming, W. Edwards. 1994. *The New Economics for Industry, Government, Education*. 2nd ed. Cambridge, Mass.: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering. LHB2
Deming, W. Edwards. 1986. *Out of the Crisis. Quality, Productivity and Competitive Position*. Cambridge: Cambridge University Press. LHB2
Drucker, Peter F. 1990. *The New Realities*. London, Mandarin. LHB3
Guillet de Monthoux, Pierre. 1993. *Det sublimas konstnärliga ledning. Estetik, Konst och Företag*. Stockholm: Nerenius och Santérus Förlag. LHB1
Halberstam, David. 1987. *The Reckoning*. New York: Avon. LHB1
Hammer, Michael and James Champy. 1993. *Reengineering the Corporation*. New York: Harper Business. LHB3
Kouzes, James M. and Barry Pozner. 1995. *The Leadership Challenge*. 2nd. ed. San Francisco: Jossey-Bass. LHB3
March, James G. and Johan P. Olsen. 1989. *Rediscovering Institutions: The Organizational Basis of Politics*. New York: Free Press. LHB2
Musashi, Miyamoto. 1993. *The Book of Five Rings*. Including *The Book of Family Traditions on the Art of War* by Yagyu Munenori. London: Shambhala. LHB1
Peters, Tom. 1994. *The Tom Peters Seminar*. New York: Vintage Books. LHB3
Reiten, Inger Marie. 1996. *Different Times, Different Leaders. Unpublished master's thesis*. Oslo: I.M. Reitan/The Norwegian School of Marketing. LHB1
Rost, Joseph C. 1991. *Leadership for the 21st Century*. New York: Praeger. LHB1
Rønning, Turid. 1996. *Personal Communication. A Study on Implementing Leadership in organizations. Unpublished master's thesis*. Oslo: T.Rønning/The Norwegian School of Marketing. LHB3

Assessment

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. Students are expected to participate in class and workshop activities. Completion of 4 assignments is a prerequisite for turning in the semester project.



Makroøkonomi

KURS:	SØK 9624 Makroøkonomi
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år
Kursansvarlig:	Bjarne Ytterhus
Institutt:	Økonomi
Semester:	Vår (4. sem.)
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, forbruk- etterspørsel 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.

Emneoversikt

- Enkle Keynes-modeller
- ISLM-analyse
- Teori for åpne økonomier
- Analyse av aggregert etterspørsel og aggregert tilbud
- Phillipskurveteori, naturlig arbeidsløshet og forventningsdannelseens betydning
- Arbeidsmarked og arbeidsløshet
- Stabiliseringspolitikk i åpne økonomier

Gjennomføring

Kurset foreleses over 45 timer.

Obligatorisk litteratur

Dornbusch, R. & S. Fischer. 1994. Macroeconomics. 6th ed. New York: McGraw Hill. (utvalgte deler)
Anbefalt litteratur
Nasjonalbudsjettet (St.meld nr 1)
Eventuell artikkelsamling blir det gitt beskjed om ved kursstart.

Evaluerings

Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

Hjelpemiddel til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Markedsanalyse

Kurs: MRK 9631 Markedsanalyse
STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 3. år
Kursansvarlige: Elisabeth Falck
Institutt: NMH
Semester: Høst (5. sem.)
Vekttall: 4

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. forbrukeratferd. 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 grunnlag mangler. Den bygger på teorier og metoder hentet fra en rekke forskjellige disipliner, som f.eks. psykologi, sosiologi, økonomi og statistikk.

Mål

Kurset tar sikte på å gi studenten grunnleggende kunnskaper i bruk av markedsundersøkelser. 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 brukere av markedsanalyser som hjelpemiddel.

Forkunnskaper

Det forutsettes kunnskaper fra tidligere kurs i studiet, spesielt fra; Matematikk, statistikk og dataanalyse og kvalitative metoder.

Emneoversikt

Problemformulering
Markedsanalysens rolle og plass i beslutningsprosessen
Fokusgrupper og andre kvalitative metoder
Observasjonsmetoder
Surveyundersøkelser
Holdningsmåling og profilundersøkelser
Målemetoder
Reliabilitet og validitet
Eksperimenter og tester
Multivariate metoder

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over 60 timer med forelesninger.

Obligatorisk litteratur

McDaniel, C. and R. Gates. *Contemporary Marketing Research*. 3rd ed. St. Paul, Minn.: West Publishing.
Mordal, T.L. 1989. *Som man spør får man svar*. Oslo: TANO.

Anbefalt litteratur

Selnes, F. 1993. *Markedsundersøkelser*. 3.utg. Oslo: TANO.

Evaluering

Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave. Fagoppgaven går over en - 1 - uke og kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.



Markedsføring

KURS: MRK9711 Markedsføring
STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 1. år

Kursansvarlig: Fred Selnes

Semester: Høst (1)

Vekttall: 4

Delkurs 1: Markedsføringsledelse

Mål

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.

Emneoversikt

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

Gjennomføring

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.

Kurset gjennomføres over 45 timer med forelesninger og studentstyrt gruppearbeid.

Obligatorisk litteratur

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.

Evaluerings

En femtimers skriftelig eksamen for Markedsføringsledelse og Forbrukeratferd blir avholdt samtidig hvor hver av delene teller 50%. Studenten må ha bestått oppgaveprogrammet for å kunne ta eksamen.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset

Delkurs 2: Forbrukeratferd

Mål

En forutsening 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.

Emneoversikt

- Om faget forbrukeratferd
- Forbruker som et individ med behov, personlighet, persepsjon, læring og holdninger
- Forbrukeren i sin sosiale sammenheng blant venner, familie, kultur og sosial klasse
- Forbrukerens beslutningsprosess
- Diffusjon av innovasjoner
- Forbrukerpolitikk og etiske problemstillinger

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over 45 timer med forelesninger og studentstyrt gruppearbeid

Obligatorisk litteratur

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 1996. Consumer Behavior. 6.th rev.ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall

Anbefalt litteratur

Thjømøe, Hans M. 1996. Forbrukeratferd. 5.utg. Asker: Singularis

Evaluerings

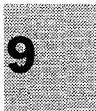
Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftelig eksamen. Eksamen dekker både Markedsføringsledelse og Forbrukeratferd, med 50% fra hver av disse. (En forutsetning for å kunne ta eksamen er at man har bestått case-programmet for Markedsføringsledelse.)

Hjelpemidler til eksamen

Ingen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.



Markedsføring, ledelse og strategi

KURS: MRK9630 Markedsføring, ledelse og strategi

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 3. år

Kursansvarlig: Brynjulf Tellefsen

Semester: Høst (5) og Vår (6)

Vekttall: 8

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 markedsføring og sluttbrukerkommunikasjon. Det forutsettes at studenten tidligere har hatt innføringskurs i markedsføring, organisasjon og ledelse. Utdypning av de ulike delbroer behandles i de parallelle 3. års kursene og 4. års fordypningsfag.

Mål

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. Se forøvrig målene til det enkelte delkurs.

Gjennomføring

Kurset undervises totalt med 180 timer. Undervisningen vil bli gitt delvis på henholdsvis engelsk og norsk. Delkurs 1 gjennomføres på høsten. Delkurs 2 og 3 gjennomføres på våren.

Forkunnskap - Previous knowledge

The course is partly taught in english, partly in norwegian. The students must have working knowledge of both languages. Students should have at least one year, preferably two years of study at university/college level in marketing and management prior to attending this course.

Evaluerings

Karakter i faget fastsettes på grunnlag av den skriftlige prosjektrapporten i delkurs 1 (1/3 del av totalkarakteren) og en fagoppgave over en uke i grupper bestående av inntil 3 personer som dekker både delkurs 2 og 3 (2/3deler av totalkarakteren). Prosjektinnlevering er mot slutten av høstsemesteret, fagoppgaven i eksamensperioden i vårsemesteret.

MRK9630-01 Prosjektoppgave (Delkurs 1)

MRK9630-02 Fagoppgave over en uke (Delkurs 2 og 3).

DELKURS 1: ADVERTISING AND PROMOTION MANAGEMENT

Delkursansvarlig: Rune Bjerke

Course Objectives

The objective of this course is to prepare students to work in advertising and promotion. 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.

Previous Knowledge

The course is taught in English. 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.

Course Outline

Campaign design for simultaneously influencing multiple interest groups
Building a common communication platform across interest groups
Advertising and promotion in the marketing process
The role of advertising agencies
Advertising, promotion, product development, branding, corporate identity and image
Advertising, promotion and consumer behaviour
Advertising, promotion, segmentation and positioning
The communication process
Source, message and channel factors
Objectives and budgets
Creatives strategies
Media strategies
Direct marketing
Sales promotion
Personal selling
Effectiveness of the promotion programme
Business-to-business communication
Regulations and ethics
International advertising

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. In the last part of the course, student groups will make oral presentations of their term projects for class discussion. Additional hours will be required for oral presentations. 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 cases for the term projects.

Required Literature

Belch, George E. & Michael A. Belch. 1995. *Introduction to Advertising and Promotion*. 3rd ed. Chicago: Irwin.

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. 1996. *Kleppner's Advertising Procedure*. 13th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Assessment

Students must participate in the written and oral presentations of their groups' project (up to three students). Feedback on performance is given in class. The term project are to be handed in no later than 05.12.97. Your grade on the written version of the project accounts for one third of your overall grade. (For exchange students attending only this part of the course the grade on the project will represent the total grade.)

DELKURS 2: MARKEDSORIENTERING OG STRATEGI

Delkursansvarlig: Brynjulf Tellefsen

Mål

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 organisasjons- og forretningsstrategi 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.

Emneoversikt

- Markedsorientering som teoretisk disiplin, filosofi og kulturelt fenomen på makro-, mikro-, organisatorisk og individuelt nivå.
- Markedsorienteringens konkurrenter: ulike filosofier og måter å organisere bedriften. Konsekvenser for markedsføringsfunksjonen.
- Markedsorientering som en styrt kulturell forandningsprosess
- Kontinuerlig markedsorientering; markedsdrevet organisatorisk læring
- Forretningsstrategisk tenkning og prosesser
- Markedsorientering, strategi og markedsføringsfunksjonens rolle
- Markedsanalytiske teknikker for strategisk arbeid
- Bransjestudier
- Markeds- og organisasjonsstrategiske beslutninger
- Strategiformulering
- Strategisk markedsplan
- Implementering av strategi, strategi vs taktikk
- Anvendelser i praksis: Cases i markedsorientering og strategi

Gjennomføring

Kurset undervises 60 timer på norsk. I tillegg kommer gruppearbeid. Litteraturen er på både engelsk og norsk.

Løpende tilbakemelding

Cases løst i grupper inntil tre personer med skriftlig innlevering. Tilbakemelding i form av klassegjennomgang av oppgavene i plenum.

Obligatorisk litteratur

- Porter, Michael E. 1992. *Konkurransefortrinn*. Oslo: TANO.
- Tellefsen, Brynjulf. 1997. *Cases i markedsorientering*. Sandvika: BI Forlag.
- Tellefsen, Brynjulf, ed. 1995. *Market Orientation*. Bergen - Sandviken: Fagbokforlaget.
- Thompson, A.A. & A. J. Strickland. 1995. *Crafting & Implementing Strategy*. 6th ed. Chicago: Irwin.

Alternative literature in English:

- Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Tellefsen, Brynjulf. 1996. *Cases i markedsorientering*. Oslo: Norges Markedshøyskole.

DELKURS 3 : FOUNDATIONS OF INTERNATIONAL BUSINESS-TO-BUSINESS MARKETING

Delkursansvarlig: David E. Brookes

Course Objectives

By far the major part of international business activity takes place between organisations and the specific goals of this segment are to give a basic appreciation of international industrial marketing and to provide a foundation for those wishing to specialise in this area in the final year.

Even in those concerns fully integrated as far forward as to the final consumer, one will often find the relationships between the mother-and-daughter companies involved reflect the same, and/or similar, constellations of problems seen where the constituent companies of the production and distribution chain are independent. We shall consider various forms of inter-and intra-organisational co-operation and strategies with their attendant marketing and organisational structures and solutions. We shall also consider how the dual processes of marketing orientation and internationalisation may affect the organisation's options in the market. We shall also be looking at the effects of the reciprocal forces international trading partners exert upon one another. Thus the integrative goal of this segment is to give the student an appreciation of the strategic consequences of industrial marketing across cultural and national boundaries.

Course Outline

The following will be treated in an international context:

The nature and characteristics of industrial marketing and markets

Organisational structures and forms of co-operation

Market orientation and strategy development

Organisational culture

Industrial purchasing and market research

Special trading practices

Innovation

Course Structure

This segment of the course consists of 60 hours of lectures and case analysis together with additional group work. Groups will be expected to present their work for class discussion and this will form part of the course evaluation. The segment will be conducted in English.

Feedback during the semester

Students will be assessed during the course on the basis of submitted written case-analysis (groups of up to three) together with group presentations for class discussion.

Required Literature

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.

Recommended Literature

Buckley, Peter J. & Pervez N. Ghauri, eds. 1993. *The Internationalisation of the Firm: A Reader*. London: Academic Press.

Markedsplanlegging

KURS: MRK9740 Markedsplanlegging
STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 4. år

Kursansvarlig: Gorm Kunøe
 Institutt: NMH
 Semester: Høst (7. sem.)
 Vekttall: 2

Fokusering på markedsorientering har i de senere årene gitt planleggingen av markedsføringsaktiviteter en sentral rolle som beslutningsgrunnlag for realisering av bedriftens omsetningsmål. For å fungere som profesjonell markedsfører, må man være istand til å kunne utvikle en totalplan for alle markedsrettede aktiviteter.

Mål

Det tilstrebes i kurset at studenten skal oppnå innsikt i en fornuftig balanse mellom strategi og handlingsplaner, relatert til den virkelighet vi finner i mellomstore norske bedrifter som både markedsfører seg nasjonalt og internasjonalt.

Kurset tar mål av seg til å lære studenter i markedsføringsfaget en del spilleregler for hva en god markedsplan er. Det forventes at studenten så tidlig i semestret som mulig skaffer seg en oppdragsgiver for å utvikle en markedsplan for vedkommende virksomhet. Forståelse av markedssystem til bruk i markedsplanarbeidet har en sentral plass i kurset.

Emneoversikt

1. Markedsplanens rolle i bedriften
2. Strategisk vs operativ planlegging av markedsrettet aktivitet
3. Orientering om prosjektarbeidet
4. Markedsplanen som overordnet modell for planhierarkiet
5. Ledelse, styring og kontroll.
6. Informasjonssystemer og markedsplanlegging.
7. Oppsummering for helhetsforståelse.

Gjennomføring

Kurset blir gjennomført over 60 undervisningstimer som forelesninger, presentasjoner og casearbeider.

Obligatorisk litteratur

Kunøe, Gorm. 1996. *Markedsplan II: perspektiv, plan og prosess*. Oslo: ScanForum Forlag.
 Kunøe, Gorm, red. 1997. Artikkelsamling: *Markedsplanlegging*. Sandvika: BI Forlag.

Anbefalt litteratur

Kunøe, Gorm og Jan Gisle Berger. 1993. *Praktisk Markedsplanlegging*. Oslo: ScanForum Forlag.
 Kunøe, Gorm. 1994. *Norske Markedsplaner: casesamling*. Oslo: ScanForum Forlag.
 Håkansson, Håkan och Ivan Snehota. 1976. *Marknadsplanering: ett sätt att skapa nya problem?* Lund: Studentlitteratur.
 Luck, D.J., O.C. Ferrell and G.H. Lucas. 1989. *Marketing Strategy and Plans*. 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Evaluerings

Kurset evalueres gjennom et prosjektarbeid som er en integrert del av undervisningsprosessen. Prosjektet kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil tre studenter.

Markedsrett

KURS:	JUR 1030 Markedsrett
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år
Kursansvarlig:	Sverre Faafeng
Institutt:Ø	konomi
Semester:	Vår (4. sem.)
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.

Emneoversikt

1. Offentligrettslige rammebetingelser for markedsføring og avtalevilkår
2. Konkurransbeskyttelse 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. Markedsførings rolle i avtaleinngåelsen (avtalelovens kap. 1.)
8. Avtalerettens ugyldighetsregler (avtalelovens kap. 3 m.fl.)
9. Angrefristloven
10. Kjøpsrett. Forbrukervernet. Markedsføringens betydning for mangelsansvaret (kjl. § 18)
11. Produktkontroll og produktansvar

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 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 en frivillig multiple choice test med selvretting i midten av kursperioden.

9

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i dette kurset.

Obligatorisk litteratur

Gundersen, Fr. Fr. og S. Faafeng. 1997. *Lov og rett for næringslivet med lovsamling*. 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug/Focus Forlag: Kap. 1, 2, 3, 4, 5, 6 og 7.

Anbefalt litteratur

Gundersen, Fr. Fr. 1994. *Praktisk jus, spørsmål og svar*. 5.utg. Sandvika: Fr. Fr. Gundersen.
Faafeng, Sverre. 1997. *Oppgavesamling i rettslære*. 3. utg. Oslo: Focus Forlag.
Faafeng, Sverre. 1997. *Kompendium i markedsrett*. Oslo: Focus Forlag.
Kavåg, Øyvind U. 1997. *Kompendium i reklame og markedsføringsrett med utvalgte artikler*. Oslo: Focus Forlag.

Evaluering

Kurset avsluttes med tre timers skriftlig eksamen.

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. Siden 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.

Matematikk for økonomer

KURS: MET 9100 Matematikk for økonomer

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 1. år

Kursansvarlig: Tron Foss

Institutt: Økonomi

Semester: Høst (1. sem.)

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 førsteårskurset fra den videregående skolen. Imidlertid vil vi anbefale studenter som kun har førsteårskurset i matematikk, å ta forkurs i matematikk.

Emneoversikt

1. Derivasjon med anvendelser.
2. Eksponensial- og logaritmefunksjoner.
3. Rekker og finansmatematikk.
4. Funksjoner av flere variable.
5. Optimeringsproblemer.
6. Enkel integrasjon.

Gjennomføring

Kurset er på 60 timer med ordinære fellesforelesninger der foreleser gjennomgår sentrale deler av pensum. I tillegg til lesning av penumbøkene 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.

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Obligatorisk litteratur

Bjørnestad, H., et al. 1995. *Matematikk for økonomi og samfunnsfag for høyskolene*. 3.utg. Kristiansand: Høyskoleforl.

Anbefalt litteratur

Foss, T. og U. H. Olsson. 1997. *Eksamensoppgavesamling med løsningsforslag i Matematikk for bedriftsøkonomstudiet*. Sandvika: BI Forlag.

Evaluerings

Kurset avsluttes med en fire timers skriftlig eksamen.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved slutten av hvert semester.

Mikroøkonomi

KURS:	SØK 9354 Mikroøkonomi
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år
Kursansvarlig:	Solveig Lothe
Institutt:	Økonomi
Semester:	Høst (3. sem)
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

1.år Sivilmarkedsførerstudiet, grunnfag i markedsøkonomi, bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende.

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.

9

Gjennomføring

Kurset foreleses over 45 timer.

Studentene kan ikke regne med at alle deler av det skriftlige pensum dekkes gjennom forelesningene.

Dataverktøy benyttes ikke i kurset.

Obligatorisk litteratur

Parkin, M. 1996. Microeconomics. 3rd ed. Wokingham: Addison-Wesley.

Grønn, E. 1996. Mikroøkonomi: formel og oppgaver. 3. utg. Oslo: Cappelens Akademiske forl.

Evaluering

Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

Hjelpemidler til eksamen

Tillatt hjelpemiddel er lommekalkulator.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Næringslivs- og miljøetikk

KURS: ORG 9621 Næringslivs- og miljøetikk

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år

Kursansvarlig: Johannes Brinkmann

Institutt: NMH

Semester: Høst (3. sem.)

Vekttall: 4

Bærekraftig utvikling forutsetter dyptgripende endringer i næringsvirksomhet, og på individnivå radikale endringer i tenkemåte, innfølingsevne og arbeidsstil. Kurset har en idealforestilling om profesjonalitet lik opplyst, langsiktig tenkning, innfølingsevne og ansvarsbevisst beslutningsstil, samt om sivilcourage til å følge opp et slikt grunnsyn i praksis.

Mål

Etter kurset skal studentene ha kunnskaper i næringslivs- og miljøetikk som filosofisk og samfunnsvitenskapelig fag. De skal kunne anvende slike kunnskaper til å analysere moralske dilemmaer, samt påpeke, diskutere og begrunne løsninger. På denne måten skal studentene være godt forberedt på å håndtere slike problemer etter endt utdanning, i praksis.

Studentene skal gjennom kurset ikke lære holdninger av et bestemt slag (enn si moralisme), men lære å reflektere kritisk over egne holdninger. Hensikten er at studentene skal utvikle en kritisk-reflektert helhetsforståelse av moralske sider ved egen yrkesrolle, ved næringsvirksomhet, samt av vekselvirkninger mellom næringsvirksomhet og naturmiljø.

Emneoversikt

- a) Næringslivsetikk som undervisningsfag i Europa og USA
- b) Innføring i moralfilosofien
- c) Næringslivsetikk og miljøetikk
- d) Analyse av næringslivsetiske cases, inkl. refleksjon rundt bruk av vurderingskriterier
- e) Samfunnsvitenskapelige innfallsvinkler og empirisk næringslivsetikkforskning
- f) Næringslivs- og miljøetikk som fagkritikk

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med totalt 60 undervisningstimer.

Obligatorisk litteratur

- Brinkmann, Johannes, red. 1996. Artikkelsamling: *Næringslivsetikk*. Sandvika: BI Forlag.
- French, Warren A. and John Granrose. 1995. *Practical Business Ethics*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Harvey, Brian, ed. 1994. *Business Ethics: A European Approach*. New York: Prentice Hall.
- Jensen, Hans Siggard, Peter Pruzan og Ole Thyssen. 1990. *Den etiske udfordring: Om fælles værdier i et pluralistisk samfund*. København: Handelshøjskolens Forl.
- Welford, Richard. 1995. *Environmental Strategy and Sustainable Development*. London: Routledge

Undervisning på engelsk

Dersom kurset undervises på engelsk kan utenlandske studenter ved behov velge et tilsvarende

sidetall litteratur på engelsk, evt. tysk, fra anbefalt litteratur og oppgir da erstatningslitteraturen på eget ark som legges inn i fagoppgaven.

Anbefalt litteratur

Ariansen, Per. 1992. *Miljøfilosofi*. Oslo: Universitetsforl.
Brinkmann, Johannes. 1993. *Næringslivsetikk*. Oslo: Tano.
Cannon, Tom. 1994. *Corporate Responsibility*. London: Pitman.
Ferrell, O. C. & J. Fraedrich. 1997. *Business Ethics*. 3rd ed. Boston, Mass.: Houghton Mifflin.
Johansen, Kjell E., red. 1994. *Etikk: en innføring*. Oslo: Cappelen.
Pearson, Gordon J. 1995. *Integrity in Organizations: An Alternative business Ethic*. London: McGraw-Hill.
Pieper, Annemarie. 1991. *Einführung in die Ethik*. 2.Aufl. Tübingen: Francke.
Sorell, Tom & John Hendry. 1994. *Business Ethics*. Oxford: Butterworth Heinemann.
Welford, Richard, ed. 1996. *Corporate environmental management : Systems and strategies*. London : Earthscan.

Evaluering

5-dagers-fagoppgave i gruppe på 2 - 3 studenter (individuell kun etter søknad).

Organization and Leadership I

KURS: ORG 9612 Organization and Leadership I

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 1. år.

Kursansvarlige: Ken Friedman og Haakon Gran

Institutt: NMH

Semester: Vår (2. sem)

Vekttall: 4

Course Objectives

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 case work. 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 to 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.

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.

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.

Required Literature

Daft, Richard L. 1995. Organization Theory and Design. 5th ed. St. Paul, Minn.: West Publishing.
Ray, Michael and Alan Rinzler, eds. 1993. The New Paradigm in Business.
New York: Tarcher/Putnam.

Recommended Literature

Drucker, Peter F. 1989. The New Realities. London: Mandarin.
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.

Olaisen, Johan. 1996. "Information, Cognitive Authority and Organizational Learning." in Information Science: From the Development of the Discipline to Social Interaction. Johan Olaisen, Erland Munch-Pedersen and Patrick Wilson, eds. Oslo: Scandinavian University Press: pp. 7-19.

Semler, Ricardo. 1993. Maverick: The success story behind the world's most unusual workplace. London: Century.

Senge, Peter M. 1990. The Fifth Discipline: The Art & Practice of the Learning Organization. New York: Doubleday.

Walton, Mary. 1989. The Deming Management Method. London: Mercury Books.

Assessment

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.

Organization and Leadership II

Kurs: ORG9733 Organization and Leadership II

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 3. år.

Kursansvarlige: Haakon Gran og Ken Friedman

Institutt: NMH

Semester: Høst (5.sem) og vår (6.sem.)

Vekttall: 4

Organizations are necessary and complex “beasts”. They exist because groups of people can accomplish more than individuals working alone. There is complexity in collective social action, and organizational life is often marked by a number of recurring and difficult problems. There is some consensus on the problems of participating in modern organizations, for example, worker frustration and alienation in large systems, difficulties in using available human resources, or the problem of walking the fine line between specialization, coordination, and bureaucratic red tape. Even so, there is little agreement on how to solve these problems.

Organizational hierarchies, MBO (management by objectives), quality circles, company songs, sensitivity training, job redesign, employee training programs, and shop-floor quality-of-work-life efforts are some of the many ways in which organizational theorists and participants have attempted to tame the unruly beast. Each of these solutions implies a particular perspective on organizational life and a focus on organizational structures, human relationships, political processes, and organizational symbols.

Course Objectives

The purpose of this course is to help students understand the complexities of organizations. It is designed to provide an exposure to theories of organization, important organizational issues and processes, and a variety of strategies and tactics useful to successful leaders and followers.

Course Outline

The field of organization theory currently includes a number of different major conceptual perspectives. Some view the field as fragmented. We prefer to see it as pluralistic. Many introductory courses teach only one or two perspectives. That approach may appear to be simple and less confusing than a richer view, but in the long run it will be less valid and less helpful. This course will develop four major views of organizations, perceptual frames that comprehend much of the existing theory and research on organizations.

1. The structural frame emphasizes goals, roles, formal relationships, and the rational side of organization.
2. The human resource frame focuses on human needs, attitudes, and skills and emphasizes the human side of organization.
3. The political frame examines power, conflict, and coalitions among those who have vested interests to protect and want to advance within a context of scarce resources.

4. The symbolic frame explores how organizations create meaning and belief through symbols, including myths, rituals and ceremonies.

The course consists of two main parts. It will begin by viewing organizations through each of the four frames separately. The goal is to be able to use all four frames. This means developing the ability to view organizations simultaneously as factories, families, jungles, and theatres. The ability to shift and balance viewpoints is the key to a deeper understanding of the complexities of organizations. Although our primary focus will be business organizations, the four frames address issues that are relevant in any organization, from churches to prisons, factories to universities, and we will examine cases from a variety of contexts.

In the second part we will examine the relatively new field of economic approaches to the field of organization study.

Course Structure

The course requires a total of 90 hours of classroom experience and group work.

Required Literature

Bolman, Lee and Terrance Deal. 1991. *Reframing Organizations: Artistry, Choice and Leadership*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.

Gran, Haakon og Dag Tangen. 1997. *Arbeidsbok i organisasjon og ledelse*. Sandvika: BI Forlag.

Douma, Sytse and Hein Schreuder. 1991. *Economic Approaches to Organizations*.

Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall

Assessment

The course grade is based on a one-week take-home examination written by up to 3 students. Students are also required to complete two written case study assignments, grading pass/fail.

Relasjonsmarkedsføring

KURS: MRK9744 Relasjonsmarkedsføring

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 4 år

Kursansvarlige: Kjell Bygnes og Harry Nystrøm

Institutt: NMH

Semester: Høst (7. semester)

Vekttall:

Mål

Formålet med spesialiseringsretningen er å utvikle kompetanse som er relevant for kunnskapssamfunnets, det postmoderne samfunns utfordringer. Det medfører at kurset ikke bare skal utvikle spesialiserte kunnskaper i markedsføring, men også gi en basis for å arbeide tverrfaglig og på tvers av funksjoner.

Kurset har for det første som mål å utvikle kunnskaper om markedsføring som akademisk disiplin og markedsføring som studieområde. Hensikten er å sette emnet relasjons-markedsføring inn i en bredere faglig og historisk sammenheng for på denne måten å utvikle en forståelse for dagens markedsføringsdebatt.

Et annet mål med kurset er å belyse de nye utfordringer som overgangen til et postindustrielt samfunn representerer. Kurset skal belyse noen av de utfordringer dagens markedsførere står overfor, det som omtales som en ny forretningslogikk. Hva faglitteraturen tilbyr av idéer, teorier og modeller for å hjelpe markedsføreren å forstå og forholde seg til denne utfordringen vil bli diskutert.

For det tredje har kurset som mål å utvikle en referanseramme for studier av relasjons-markedsføring. Målet er at kurset skal hjelpe studentene til å søke etter emner og problemstillinger som egner seg for oppgaveskriving.

Emneoversikt

Spesialiseringsretningen omfatter tre emner/delkurs

- * Postmoderne markedsføring
- * Den nye forretningslogikken
- * Relasjoner, interaksjon og nettverk

Gjennomføring

Undervisningen omfatter totalt 120 timer. Den består av forelesninger, diskusjoner, gruppe-presentasjoner, prosjektarbeid og seminarer. Det pedagogiske opplegget forutsetter at studentene møter regelmessig og er aktive deltakere i undervisningen. Seminarene skal være lærerstyrte, men meningen er at studentene skal legge frem oppgaver de arbeider med individuelt og i grupper.

9

Obligatorisk litteratur

Brown, Stephen. 1995. *Postmodern Marketing*. London: Routledge.

Gummesson, Evert. 1996. *Relasjonsmarkedsføring: Fra 4 P til 30 R*. Oslo: Kollo

Hirschman, Elizabeth C. and Morris B. Holbrook. 1992. *Postmodern Consumer Research*. Newbury Park, CA: Sage.

Mattsson, Lars-Gunnar og Staffan Hultén, red. 1994. *Företag och marknader i förändring: dynamik i nätverk*. Stockholm: Nerenius & Santérus.

Payne, Adrian, ed. 1995. *Advances in Relationship Marketing*. London: Kogan Page.

Savage, Charles M. 1996. *Fifth Generation Management*. Rev.ed. Boston: Butterworth-Heinemann.

Anbefalt litteratur

Anton, Jon. 1996. *Customer Relationship Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Bennis, Warren, Jagdish Parikh and Ronnie Lessem. 1996. *Beyond Leadership*. Rev.ed. Cambridge, Mass.: Blackwell.

Buttle, Francis, ed. 1996. *Relationship Marketing: Theory and Practice*. London: Paul Chapman.

Gale, Bradley T. 1994. *Managing Customer Value*. New York: Free Press.

McKenna, Regis. 1991. *Relationship Marketing*. London: Century Business.

Murray, John. A. and Aidan O'Driscoll. 1996. *Strategy and process in marketing*. London: Prentice-Hall.

Normann, Richard og Ramirez, Rafael. 1994. *Den nya affærslogiken*. Malmø: Liber-Hermøds.

Mills, D. Quinn. 1993. *Rebirth of the Corporation*. New York: Wiley.

Sherry, J. F., ed. 1995. *Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Evaluering

Studentene vil ved kursets start få utlevert et antall oppgaver som dekker hele pensum. Studentene velger én av disse oppgavene som de skal arbeide med gjennom hele semesteret. Det vil bli gitt veiledning i seminarer. Oppgaven leveres inn ved semesterets slutt.

Research and Writing for the Thesis

KURS: MET9740 Research and Writing for the Thesis

STUDIUM: Sivilmarksførerstudiet, 4. år

Kursansvarlige: Ken Friedman, Line Kristoffersen, Joyce Hartog McHenry
og Johan Olaisen

Institutt: NMH

Semester: Høst (7. sem.)

Vekttall: 2

Course Objective

This course will equip students with research, writing and presentation skills for the thesis project.

Course Outline

The course includes survey of research methods, planning and managing research projects, scholarly and persuasive writing and presentation skills

Course Structure

This course is based on sixty hours of class meetings plus several hours of exercises in colloquium groups.

The course is taught in Norwegian and English, with an emphasis on English to develop writing and editing skills for the world's leading language of business and scholarship. This course will build skill in written English and presentation that are also applicable to Norwegian. This course will also serve as effective preparation for students who write their thesis in Norwegian.

The course will help students to integrate many areas of learning and knowledge from previous courses in the same semester as specialisation courses. These two courses give fourth-year students the platform of integrated skills and knowledge needed for a successful thesis.

Norwegian language writing option

Those who are unable to write in English may deliver projects in Norwegian by special agreement with faculty.

Required Literature for Research and Writing Skills

Johannessen, Jon-Arild og Johan Olaisen. 1995. *Prosjekt. Bergen-Sandviken*: Fagbokforlaget.

Robson, Colin. 1993. *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. Oxford: Blackwell.

Strunk, William and E. B. White. 1979. *The Elements of Style*. 3rd.ed. New York: Macmillan.

Required Literature for Presentation Skills

Anholt, Robert R. H. 1994. *Dazzle'em with Style*. New York: W. H. Freeman.

Recommended Reference Tools

Merriam-Webster, Inc. 1993. *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*. 10th ed. Springfield, Mass. *Recommended Examples of Good Scholarly Writing for a Broad Audience*

Drucker, Peter. 1989. *The New Realities*. London: Mandarin.

Waldrop, M. Mitchell. 1994. *Complexity: The Emerging Science at the Edge of Order and Chaos*. London: Penguin.

Recommended Examples of Good Scholarly Writing for an Academic Audience

A specific compendium of good examples will be developed with seminar students each year.

Recommended Literature on Research

Alvesson, Mats and Kaj Sköldberg. 1994. *Tolkning och refleksjon: Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.

Blumer, Herbert. 1986. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press.

Hair, Joseph, et al. 1995. *Multivariate Data Analysis*. 4th ed. New York: Prentice Hall.

Yin, Robert. 1994. *Case Study Research: Design and Methods*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Attendance and Assessment

Attendance is strongly recommended. Presentation of written assignments and an oral presentation are required to pass the course. The students must also hand in a written research proposal for their thesis project. Grading is pass/fail (bestått/ikke bestått).

Retailing and Channel Management

KURS: MRK9745 Retailing and Channel Management

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 4. år

Kursansvarlig: Arne Nygaard

Institutt: NMH

Semester: Høst (7. semester)

Vekttall: 6

Detaljistleddet har i Norge stått overfor store endringer. Nye styringsystemer 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 av detaljistleddet.

Mål

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.

Enkeltseminar

Det vil bli holdt fagseminar innenfor 4 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.

Gjennomføring

Undervisningen omfatter totalt 120 timer. Forelesningserien vil inkludere både teoretiske og praktiske problemstillinger i detaljistleddet. 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.

Obligatorisk litteratur

Levy, M. and B.A. Weitz. 1995. *Retailing Management*. 2nd ed. Chicago: Irwin.

Dillon, 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 A.Nygaard. 1996. *Markedsføringskanaler*. Oslo: Cappelen akademisk forl.

Det forutsettes at kandidatene har vært igjennom denne boka.

Troye, S.V. og K.Grønhaug. 1993. *Utredningsmetodikk*. 3.utg. Oslo: TANO

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.

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 velfokusert, strukturert og at den metodiske tilnærmingen er tilpasset problemstillingen.

Evaluerings

Term-paper som skal inneholde elementer av problemdefinisjon, teoribruk og metodebruk. Termpaperet skal fremlegges og diskuteres i klassen. Innlevering av termpaperet forutsetter at presentasjon i klassen er gjennomført. Det er en fordel om termpaperet er formet som en research proposal i forhold til siviloppgaven.

Siviloppgaven

KURS: SMF9740 Siviloppgaven

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 4. År

Fagansvarlig(e): Den ansvarlige for hver spesialiseringsretning

Semester: Vår (8. Sem.)

Vekttall: 8

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 problem-område, som oftest tilknyttet studentens spesialiseringsretning. Studenten kan inviteres til å bidra i forskningsprosjekter i regi av NMH eller enkeltmedlemmer av den faglige staben ved BI Stiftelsen. Gruppene får veiledning av tilsatte i vitenskapelige 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 problemløsning, løsning og/eller beslutningsgrunnlag innen gitte tids- og ressursrammer.

Tema for oppgaven

Når det gjelder tema for oppgaven og hvordan studenten kommer i gang, henvises det til 7. semesters kurset Research and Writing for the Thesis som er obligatorisk for dem som tilbringer høsten i Norge. 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. Spesiell veiledningstid avsettes til utvekslingsstudentene ved semesterstart på våren.

Størrelse på arbeidsgrupper

Temaarbeidet 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 i siste uke av 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.

Evaluering

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.

Statistikk og dataanalyse

KURS: MET 8006 Statistikk og dataanalyse

STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet , 1. år

Fagansvarlig: Fred Wenstøp

Institutt: Økonomi

Semester: Vår (2. sem.)

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 kunnskapserving ved hjelp av standard statistisk analyse.

I tillegg gir statistikk-kurset nødvendige forutsetninger for andre fag i bedriftsøkonomiske studier.

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, tegnrangetesten, Mann-Whitneytesten og Fishers test - kapittel 8
9. Normalfordelingen - kapittel 9
10. Inferens om ett og to gjennomsnitt, Studentfordelingen - kapittel 10
11. Kategoriske variabler, kontingenstabeller - kapittel 11
12. Lineær regresjon og korrelasjon - kapittel 12
13. Kurvefremskriving - kapittel 13
14. Valg av metode - kapittel 14

Gjennomføring

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 virkelighet som omgir oss ved hjelp av statistiske metoder. Forelesningene vil

derfor ha en klart praktisk orientering, der diskusjon av, statistikk som hjelpemiddel til å gi 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.

Dataverktøy

Foreleser vil gi nærmere orientering. 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 markedsføreren har erfaring i bruk av regneark. Vi anbefaler derfor at studentene benytter programvare, både under kurset og ved eksamen, men det er ingen betingelse.

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. Arbeidsheftet inneholder bokens datafiler, som også kan benyttes av Minitab og gir instruksjon i hvordan Statark og Minitab kan benyttes i oppgaveløsning.

Obligatorisk litteratur

Wenstøp, F. 1997. Statistikk og dataanalyse. 4. utg. Oslo: TANO.

Anbefalt litteratur

Wenstøp, F. 1997. Statistikk og dataanalyse. Arbeidshefte med bruk av programvare. 5. utg. Oslo: TANO.

Aakre, P. og F. Wenstøp. Eksamensoppgavesamling med løsningsforslag i statistikk for bedriftsøkonomstudiet. Bærum: BI Forlag. Oppdateres foran hvert høstsemester.

Evaluerings

Kurset avsluttes med en tre timers individuell flervalgseksamen som delvis bygger på et case som utleveres 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.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til flervalgseksamen. Lærebok og lommekalkulator er nødvendig.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved slutten av hvert semester.

Økonomistyring I

KURS:	BØK 9530 Økonomistyring I
STUDIUM:	Sivilmarkedsførerstudiet, 1. år
Kursansvarlig:	Tom Sørensen
Institutt:	NMH
Semester:	Høst (1. sem.) + Vår (2. sem.)
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 selskaper. Det 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 ledesperspektiv 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 produktlønnssomhet. Videre skal kurset gjøre studentene i stand til å bruke og analysere årsoppgjørinformasjon ut fra et brukerperspektiv og med relevans for markedsføringsfunksjonen.

Delkurs

Kurset består i fire delkurs:

Delkurs 1: Lønnsomhetsstyring	(høstsemesteret)
Delkurs 2: Innføring i regnskap	(høstsemesteret)
Delkurs 3: Årsoppgjør	(vårsemesteret)
Delkurs 4: Regnskapsanalyse	(vårsemesteret)

Gjennomføring

I BØK 9350 Økonomistyring I gis det tilsammen 100 forelesningstimer.

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.

Emneoversikt og litteratur

Se beskrivelsen av de enkelte delkursene.

Evaluerings

Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Hjelpemidler til eksamen

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

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

DELKURS 1: LØNNSOMHETSSTYRING

Mål

Delkurset skal gi studentene kunnskaper i grunnleggende bedriftsøkonomi med hovedvekt på kostnads- og inntektsanalyse og produktlønnssomhet. Etter endt delkurs skal studentene ha god innsikt i de vanligste kostnadsfunksjonene, grunnleggende inntektsteori, produktkalkulasjon og bidrags- og produktvalganalyser.

Emneoversikt

Kostnads- og inntektslære
Produktkalkulasjon
Resultatberegninger og resultatanalyse
Produktvalganalyse

Obligatorisk litteratur

Boye, Knut. 1993. *Kostnads- og inntektsanalyse*. 6.utg. Oslo: TANO.

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 årsoppgjøret og deretter regnskapsanalysen.

Emneoversikt

- Balanselære og resultatmåling
- Bruk av kontoer
- Bokføringsprinsipper
- Periodiseringer
- Regnskapsmessig behandling av avgifter, skattetrekk o.l.
- Regnskapsavslutninger
- Regnskap og aksjeselskap

Obligatorisk litteratur

Engelsåstrø, Gunnar og Tom Sørensen. 1996. *Innføring i regnskap*. Rasta: Økad Forlag.



DELKURS 3: ÅRSOPPGJØRET

Mål

Delkurset skal gi studentene grunnleggende kunnskaper om årsoppgjør 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 årsoppgjør. Studentene skal få praktisk trening i å lese og forstå innholdet av offisielle årsoppgjør ved at det i undervisningen blir brukt konkrete årsrapporter fra norske selskaper.

Emneoversikt

- Formelle reguleringer av og krav til årsoppgjøret
- Verdivurdering av omløpsmidler
- Verdivurdering av anleggsmidler
- Verdivurdering av spesielle gjeldsposter
- Bunden og fri egenkapital
- Resultatregnskapsposter
- Disponering av årsoverskudd, dekning av underskudd

Obligatorisk litteratur

Huneide, J.-E., et al. 1997. *Årsoppgjøret i teori og praksis 1997*. Rasta: Økad Forlag.
Sørensen, T. 1997. Arbeidshefte: *Årsregnskap og regnskapsanalyse*. Sandvika: BI Forlag.

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 tallmessige analyseresultatene og presentasjonen av analysematerialet vil stå sentralt.

Emneoversikt

- Regnskapsanalyse; datagrunnlag og metoder, bearbeiding av data
- Trendanalyser av resultat-/balansetall
- Kontantstrømanalyse
- Rentabilitetsanalyse
- Likviditetsanalyse
- Kapitalstruktur-/soliditetsanalyse

Obligatorisk litteratur

Huneide, J.-E., et al. 1997. *Årsoppgjøret i teori og praksis 1997*. Rasta: Økad Forlag.
Knutsen, K. og Eklund, T. 1998. *Regnskapsanalyse: aktiv bruk av regnskapet*. 6. utg. Oslo: Universitetsforlaget.
Sørensen, T. 1997. Arbeidshefte: *Årsregnskap og regnskapsanalyse*. Sandvika: BI Forlag.

Økonomistyring II

KURS: BØK 9623 Økonomistyring II
STUDIUM: Sivilmarkedsførerstudiet, 2. år
Kursvarlig(e): Pål Korsvold
Institutt: Økonomi
Semester: Høst (3. sem.) og Vår (4. sem.)
Vekttall:

Økonomistyring II, andre studieår består av to relaterte fagområder - Planlegging/budsjettering og finans. Planlegging og budsjettering undervises i høstsemesteret, ettersom budsjettering er et viktig hjelpemiddel.

Gjennomføring

Økonomistyring II gjennomføres med i alt 105 forelesningstimer.

Emneoversikt og litteratur

Se beskrivelsen av de enkelte delkursene.

Evaluerings

Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen, som omfatter både delkurs 1 og 2.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

DELKURS 1: PLANLEGGING OG BUDSJETTERING

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.

Emneoversikt

1. Ulike typer av kostnadsregnskap og budsjetteringssystemer.
Tradisjonelle systemer: Standardkost.
Nyere systemer: aktivitetsbasert kostnadsregnskap (ABS).
Standardkostsystemer og fleksible budsjetter.
Kalkulasjon og internregnskap i servicevirksomhet og varhandel.
Inntekts- og kostnadskontroll.
2. Kostnads- og inntektsanalyser.
Ulike former for kostnads-resultat-volum analyse.



Produktvalg og nedleggeskalkyler.
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.
Resultatbudsjettering.
Likviditetsbudsjettering.
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.

Obligatorisk litteratur

Naug, T. og A.D. Sti. 1993. *Internregnskap*. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget: 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.
Korsvold, P. 1997. *Case- og artikkelsamling: Økonomistyring II*. Sandvika: BI Forlag.

Anbefalt litteratur

Løsningsforslag og arbeidshefte til bøkene under obligatorisk litteratur.

DELKURS 2: INVESTERING OG FINANSIERING

Mål

Det overordnede mål 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 prosjektvurderinger 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 tilegnet i kurset kvantitative metoder.

Emneoversikt

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

Dataverktøy

Det anbefales at studentene bruker dataverktøy i kurset, for eksempel PA-programmet og/eller regneark. Dataverktøy kan imidlertid ikke benyttes til eksamen.

Obligatorisk litteratur

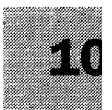
Bøhren, Ø. og P.I. Gjærum. 1997. Prosjektanalyse: En innføring. 3. utg. Oslo: Skarvet Forlag.
Bøhren, Ø. og D. Michalsen. 1994. Finansiell økonomi: Teori og praksis. Oslo: Skarvet Forlag.
Rentetabeller. 1998. Sandvika: BI Forlag.

Anbefalt litteratur

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

10 Instrukser

Branninnstruks	142
EDB innstruks	143



Branninnstruks

DU MÅ GJØRE DEG KJENT MED

- rømningsveier
- alle utganger og nødutganger

DU BØR OGSÅ GJØRE DEG KJENT MED

- plassering av de lokale brannmeldere
- plassering av brannslanger og andre slokkeredskaper samt redningsutstyr
- bruken og bruksområde for de stedlige oppsatte slokkingsmidler

NÅR BRANNALARMEN GÅR

- Steng dører/vinduer og forlat det rommet du befinner deg i

NÅR DU OPPDAGER BRANN KAN DU MEDVIRKE VED Å:

1. VARSLE:

Alle som befinner seg i miljøet skal varsles. Bruk manuell brannmelder der det finnes. Resepsjon/vaktmester/ansvarshavende varsles og denne/disse vil varsle brannvesen. Brannvesenet kan også varsles direkte på telefon 110.

2. REDDE:

Er det andre som befinner seg i miljøet og som er avhengige av hjelp bør du hjelpe disse til nærmeste sikre sted.

3. SLUKKE:

Bruk det nærmeste slukkemateriell for å slukke brannen.

4. BEGRENSE:

Har ilden fått overtaket og du må forlate bygningen/brannrommet, lukk dører og vinduer.

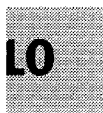
5. VEILEDE:

Veiled brannvesenet hvor det brenner.

NB: HEISEN SKAL IKKE BENYTTES VED BRANN.

FORELESERES ANSVAR

Foreleser skal sammen med tillitsvalgt i klassen sørge for å få alle studentene fort og sikkert ut av auditoriet og ut av bygningen.



EDB instruks

EDB-avdelingen

Leder:	Vibeke Thoresen
IT- konsulenter:	Ronny Thoresen NN
Dataveiledere:	Lars-Erik Rein Tom Kristian Husås Fredrik Antonsen Frode Flage Eriksen Randi Fredriksen NN

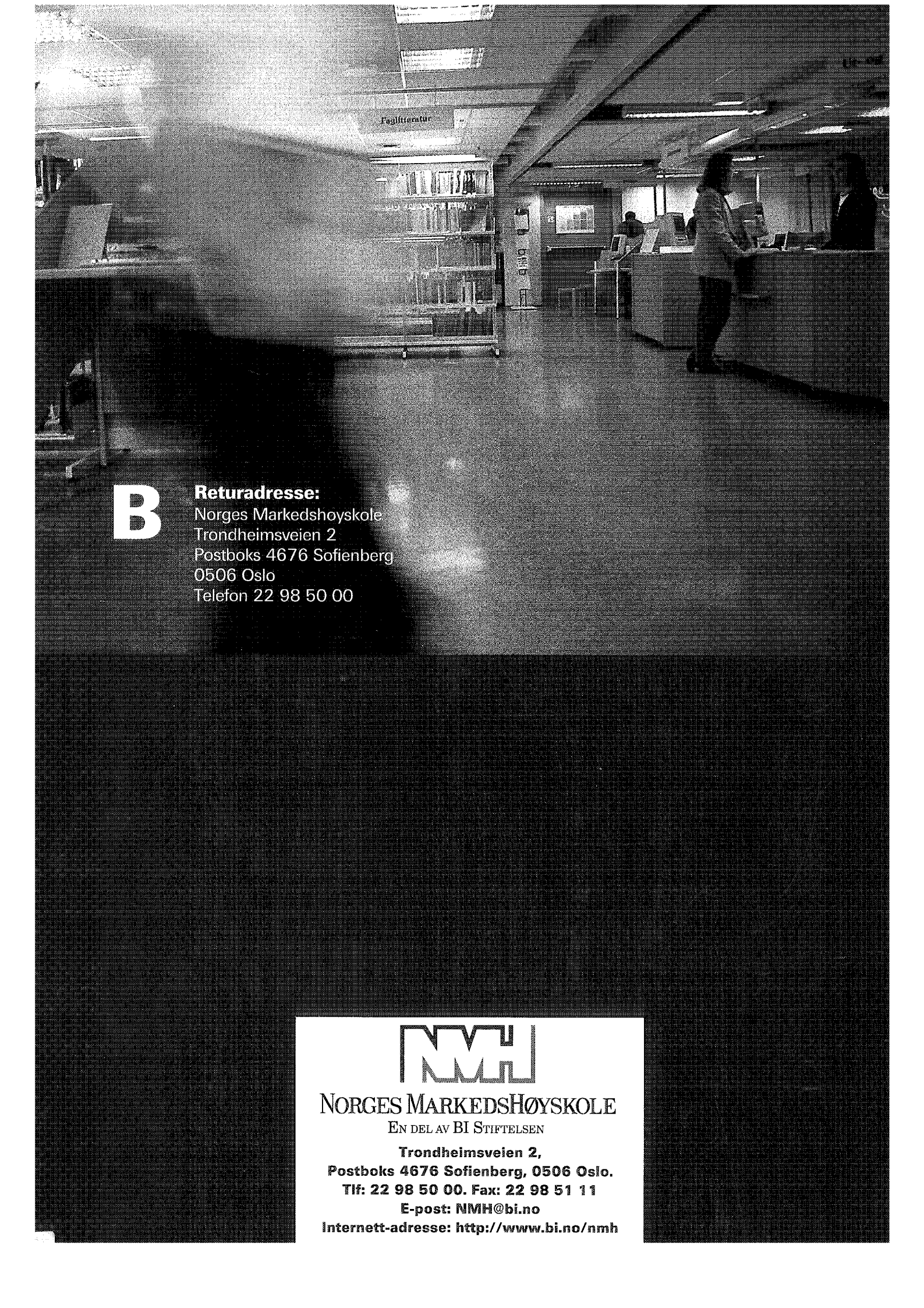
EDB- avdelingen har ansvar for innkjøp, vedlikehold og drift av datautstyret ved NMH. Dataveilederne (engasjementstilknyttede studenter) skal veilede og holde oppsyn med terminalrommene. Spør Dataveilederne hvis du trenger hjelp eller lurer på noe. Kontoret befinner seg i 4. etg. og holder åpent på følgende tider

Dataveiledningstjenesten:

Mandag - Fredag	kl. 0900-1700
Lørdag - Søndag	Stengt (Åpent enkelte helger i eksamensperioden)

Reglement for bruk av skolens terminalrom

Studenten forplikter å sette seg inn i gjeldende reglement for bruk av terminalrommene. Gjeldende reglement finner du på skolens hjemmesider på Internett.



B

Returadresse:

Norges Markedshøyskole
Trondheimsveien 2
Postboks 4676 Sofienberg
0506 Oslo
Telefon 22 98 50 00



NORGES MARKEDSHØYSKOLE

EN DEL AV BI STIFTELSEN

**Trondheimsveien 2,
Postboks 4676 Sofienberg, 0506 Oslo.
Tlf: 22 98 50 00. Fax: 22 98 51 11
E-post: NMH@bi.no
Internett-adresse: <http://www.bi.no/nmh>**