



**EMNEBESKRIVELSE**  
**STG2100 Strategi**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Tom Karp
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene skal etter endt emne ha kunnskap om sentrale emner, teorier og metoder innen strategifaget. Studentene skal også kjenne til forsknings- og utviklingsarbeid innen fagområdet, samt kunne oppdatere sin kunnskap på fagområdet etter endt studie. De skal også ha kunnskap om strategifagets historie og egenart.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene skal etter endt emne kunne anvende relevant kunnskap til å løse praktiske og teoretiske problemstillinger ved å finne relevant fagstoff, og kunne beherske relevante metoder og verktøy. De skal også kunne reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studentene skal etter endt emne ha innsikt i relevante etiske problemstillinger, kunne planlegge og gjennomføre relevante strategiprosjekter og prosesser, samt kunne formidle fagstoff skriftlig og muntlig. Studentene skal også kunne utveksle faglige synspunkter og erfaringer med andre, samt kjenne til nye ideer innen fagområdet.</p>
7. Innhold	<ul style="list-style-type: none"><li>• Strategifagets bakgrunn og historie</li><li>• Sentrale definisjoner, forståelsesrammer og teorier</li><li>• Strategi metoder: ressurs/human kapital basert, kundebehov og markedsinnovasjon</li><li>• Strategisk analyse: intern og ekstern</li><li>• Strategiske alternativer, valg og risiko</li></ul>
8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen. Dybden av pensum vil bli jobbet med gjennom refleksjoner, øvelser og praktiske oppgaver hvor

	studentene skal lære å anvende kunnskapen i praksis. Mye av innsikten, erfaringen og kunnskapen vil oppstå som følge av de prosessene studentene selv skaper. Deler av emnet vil gjennomføres som casebaserte workshops hvor hensikten er at studentene lager strategier og diskuterer disse.
9. Samfunns-/næringslivkontakt	Studentene vil løse et konkret strategicase/prosjekt for en ekstern og/eller intern kunde. Undervisning og eksaminering vil knyttes opp mot dette caset/prosjektet.
10. Vurdering	Underveisinnlevering: 1 ukes hjemmeeksamen i grupper på inntil tre studenter, som teller 60 % av karakteren i emnet. Slutteksamen: muntlig, individuell som teller 40 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Løwendahl, Bente R. og Fred E. Wenstøp. 2011. <i>Grunnbok i strategi</i> . 3. utg. [Oslo]: Cappelen akademisk. ISBN: 9788202294397. Sider: 375. Pris: ca 568,-  Kim, W. Chan og Renée Mauborgne. 2010. <i>Blue ocean strategy: De nye vinnerstrategiene</i> . 2. utg. [Oslo]: Cappelen Damm. ISBN: 9788202321932. Sider: 219. Pris: 189,-
12. Anbefalt litteratur	

---

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.