



**EMNEBESKRIVELSE**  
**STG2101 Strategi**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene skal etter endt emne beherske grunnleggende begreper i strategi. Vi fokuserer især ressursiden av den strategiske utfordring. Studentene skal etter endt emne kjenne til «state of the art» regler for utvikling av ressurser med sikte på utvikling av strategisk styrke.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene skal etter endt emne kunne utforme strategiprosesser, samt forstå hvilke prosesser som må samspille for å iverksette strategier og i denne sammenheng kjenne til aktuelle verktøy og prinsipper.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studentene skal få særlig innsikt i de prinsipper som innovative oppstarts bedrifter med vekstambisjoner, ut fra «state of the art» regler om ressurstenkning, bør følge for å kunne realisere valgte strategier.</p>
7. Innhold	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sentrale begreper og forståelsesrammer</li><li>• Strategi mål og valg</li><li>• Forretningsmodellens betydning</li><li>• Forretningsmodeller og skalerbarhet</li><li>• Lean Start-up</li><li>• Krav til og forholdet mellom løsning, salg og markedsføring,</li><li>• Krav til støtteaktiviteter</li><li>• SWOT-analysen</li><li>• Visjonen som handlingsprinsipp</li><li>• Samspill utvikling og iverksetting av strategi</li><li>• Beslutning og informasjonsstrøm</li><li>• Beslutningsfullmakt og effektivitet</li></ul>
8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Disse vil ta form av casebaserte workshops hvor studentene utvikler ideer relatert til utfordringer

	og muligheter for bedre strategiske valg, strategiutvikling og iverksetting i valgte case.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Studentene skal jobbe med konkrete strategicase for valgte virksomheter. Undervisning og eksaminering vil knyttes opp mot diskusjon av disse cases.
10. Vurdering	<p>Skriftlig individuell fem (5) timers eksamen, som teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p> <p>Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<p><u>Artiklene er tilgjengelig i fulltekst via CK- bibliotekets databaser (CK Discovery). I tillegg til det som er oppgitt for hver artikkel, er alle samlet utgitt i <i>Harvard Business Review: HBR's Must-Reads on Strategy 2012</i></u></p> <p>Collins, James C. og Jerry Porras. 1996. "Building Your Company's Vision". <i>Harvard Business Review</i>, 74(5): 65-77. [Tilgjengelig via <a href="#">CK-biblioteket</a>].</p> <p>Dahle, Yngve, Patrick Verde og Sjur Dagestad. 2012. <i>Vekstbedriften: forretningsidé- forretningsmodell- forretningsplan</i>. 2. utg. Oslo: Universitetsforl. ISBN: 9788215019963. Sider: 372. Pris ca. 439,-</p> <p>Gadiesh, Orit og James Gilbert. 2001. "Transforming Corner Office Strategy into Frontline Action". <i>Harvard Business Review</i>. 79(5):72-79 [Tilgjengelig via <a href="#">CK-biblioteket</a>].</p> <p>Løwendahl, Bente R. og Fred E. Wenstøp. 2010. <i>Grunnbok i strategi</i>. 3. utg. [Oslo]: Cappelen akademisk. ISBN: 9788202294397. Kap 1-8. Sider: 375. Pris: ca 629,-</p> <p>Mankins, Michael C. og Richard Steele. 2005. "Turning Great Strategy into Great Performance. (cover story)". <i>Harvard Business Review</i>, 83(7/8):64-72. [Tilgjengelig via <a href="#">CK-biblioteket</a>].</p> <p>Neilson, Gary L., Martin Karla L. og Elizabeth Powers. 2008. "The Secrets to Successful Strategy Execution. (cover story)". <i>Harvard Business Review</i>. 86(6):60-70. [Tilgjengelig via <a href="#">CK-biblioteket</a>].</p> <p>Rogers, Paul og Marcia Blenko. 2006. "Who has the D? How Clear Decision Roles Enhance Organizational Performance." <i>Harvard Business Review</i>. 84(1):52-6. [Tilgjengelig via <a href="#">CK-biblioteket</a>].</p>

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

	Samlet sidetall:
12. Anbefalt litteratur	Blank, Steve. 2007. <i>The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Startups that Win</i> . K&S Ranch Consulting. ISBN-10: 0976470705  Ries, Eric. 2011, <i>The Lean Startup</i> . London: Penguin Books. ISBN 978-0-670-92160-7.