

Samlingsbasert masterstudie NHH Executive

Du kan velge å ta ett årsstudie eller to. Begge årsstudiene er samlingsbaserte, med fem eller seks samlinger over tre til fire dager. To fullførte årsstudier, i alt 60 studiepoeng, og prosjektoppgave vil gi deg en mastergrad.

30 p

Innovasjonskultur og nye forretningsmodeller

– 30 studiepoeng (høst 2017 – vår 2018, første samling i desember 2017)

Programmet retter seg mot ledere og bedrifter som søker å oppnå vekst i eksisterende eller nye markeder gjennom å utforske nye muligheter for å skape kunde verdi. Ettersom vi anser ferdigvareprodusenter som en særskilt relevant målgruppe for programmet, vil vi legge vekt på innovasjon i nedstrømsaktiviteter.

Temaer som vil berøres i programmet: business model innovation, kundeinnsikt, markedsanalyse, big data, tjeneste-innovasjon, design thinking, kundereisen, «brand story telling in a digital marketplace», digital verdikjede, nye disruptive forretningsmodeller, blockchain, global ekspansjon, endringsledelse og implementering av ny strategi.

Hovedtema for samlingene:

- Introduksjon til «Business Model Innovation»
- Kunden først: Identifisere og analysere kundebehov i nye kunde- og markedssegmenter
- Verdiløfte: Hvordan utvikle differensierende kunde verdi?
- Leveringsverdi: Nye og verdiskapende leveransemodeller
- Verdikapring: Hvordan skaper vi verdi og hvordan deler vi verdiskapningen
- Veikart for ekspansjon: analyse, strategi, implementering

- Gjennomføring ved NHH i Bergen og NHH i Oslo.
- Fagansvarlig: Professor Leif E. Hem
- Studieavgift kr 97.000,- (kr. 65.000,- for klyngemedlemmer)
- Informasjon om opptakskrav: www.nhh.no/executive
- Første samling i desember 2017

Søknadsfrist 15. september 2017

30 p

Merkevarerledelse og internasjonalisering

– 30 studiepoeng (høst 2018 – vår 2019)

Vi setter fokus på merkevarerledelse og internasjonalisering i et innovasjonsperspektiv, hvor nye forretningsmodeller utfordrer etablert kunnskap om merkevarer, målgrupper, distribusjonskanaler og markedsføring.

I dette programmet går vi inn i etablerte modeller og teorier og spiller disse opp mot den virkeligheten vi møter i dagens digitaliserte verden. Vi setter også søkelyset på hvordan norske ferdigvareprodusenter kan og må re-orientere seg for å skape konkurransekraft internasjonalt. Her vil vi legge vekt på innovasjon i forretningsmodeller og aktiviteter nedstrøms i verdikjeden.

Hovedtema for samlingene:

- Situasjonsanalyse og merkestrategi
- Merkevarerledelse og innovasjon
- Virkemidler i merkevarerbyggingen
- Analyser og identifikasjon av lønnsomme markeder
- Trender og varige konkurransefortrinn
- Verdikjede, e-commerce og bærekraft
- Strategiske ressurser og implementering

- Gjennomføring ved NHH i Bergen og NHH i Oslo.
- Fagansvarlig: Professor Leif E. Hem
- Studieavgift kr 92.000,- (kr. 65.000,- for klyngemedlemmer)
- Informasjon om opptakskrav: www.nhh.no/executive

Søknadsfrist 15. september 2017

7,5 p

Digital strategi og ledelse

– 7,5 studiepoeng (vår 2017)

Kurset vil bidra til at du forstår og kan kommunisere om digitale strategier og verdikjeder på et strategisk nivå. Det vil gi deg grunnleggende kunnskap om Big Data og Internet of Things og dets mulighetsrom, samt evner til utvikling av digital strategi og implementering av relevant teknologi.

Etter gjennomført kurs vil du kunne utvikle og analysere strategier for digitalisering av virksomheter, verdikjeder, Big Data og Internet of Things.

- Fagansvarlige: Assoc. professor Kjell Inge Tomren og Assoc. Professor Hao Wang
- Første samling i juni, andre samling i august
- Opptak fra mai 2017

Søknadsfrist blir annonsert senere

7,5 p

Internasjonal merkevarerledelse i en digital tid

– 7,5 studiepoeng (vinter 2017)

Formålet med programmet er å gi deg innsikt i hvordan du kan designe gode strategier for utvikling av bedriften internasjonalt og bygge en sterk merkevare. Digitalisering har gitt mange nye muligheter for analyse av markedsdata og digital kommunikasjon, og vil være sentrale tema i kurset.

Kurset skal sette deg i stand til å analysere problemer, muligheter og konkrete løsninger som kan bidra til å designe gode modeller for internasjonalisering og merkevarerbygging ved hjelp av digitale verktøy.

- Fagansvarlig: Assoc. Professor Mark Pasquine
- Første samling i februar, andre samling i mars
- Opptak fra mai 2017

Søknadsfrist blir annonsert senere

NTNU

Studiepoenggivende kortprogram

Kortprogrammene vil bestå av spennende kurs innen både globalisering og digitalisering. Programmene går over to intensive samlinger á to dager. Kursmenyen dekker temaer klyngebedriftene selv har hatt øverst på ønskelisten for økt kompetansetilfang. For de som avlegger og består eksamen oppnås 7,5 studiepoeng per kortprogram.

7,5 p

Innovasjonskultur og nye forretningsmodeller

– 7,5 studiepoeng (høst 2017)

Samspillet mellom teknologisk utvikling og fremvoksende trender krever endringer av eksisterende forretningsmodeller. Overgang til digitale løsninger og tjenestetilgjengelighet står sentralt, i tillegg til bærekraftig utvikling og grønn vekst.

Kurset vil gi deg oversikt over megatrender og strategisk foresight, disruptive skifter og omstillingsevne, innovasjonskultur og tjenesteinnovasjon, nye forretningsmodeller og grønn vekst, og verktøy for arbeid med nye forretningsmodeller.

- Fagansvarlige: Assoc. Professor Øivind Strand og viserektor og professor Annik Magerholm Fet
- Første samling i september, andre samling i oktober
- Opptak fra mai 2017

Søknadsfrist blir annonsert senere

Målgrupper:

Personer med beslutningsansvar, som medlemmer av ledelsen, styremedlemmer og mellomledere. Konsulenter og andre personer i rådgivende stillinger.

- Arrangeres lokalt, ved NTNU Ålesund.
- Studieavgift kr 25.000,- (kr. 17.500,- for klyngemedlemmer)

Kortprogrammene er effektiv kompetanseopplysning, lett tilgjengelig (arrangeres lokalt), møteplass for nøkkelpersoner i internasjonale virksomheter – på tvers av bransjer – med gode muligheter for å lære av hverandre.

Deltakere på studiet Merkevarerledelse og Internasjonalisering 16/17



Fint å ha anledning å kunne «gå inn i boblen» med fullt fokus på Merkevarerledelse og Internasjonaliseringsfaget, og det er hyggelig å bli kjent med andre erfarne og dyktige kollegaer fra bransjen, i et faglig tungt læringsmiljø her på NHH Executive

Svein Erik Husby
Scandinavian Business Seating



Undervisningen har vært veldig bra til nå. Jeg synes vi har hatt gode diskusjoner underveis og vi har hatt caseoppgaver i grupper som har vært veldig spennende og lærerike.

Karoline Hole Fløtre
Slettvoll Møbler

Kompetanse er ferskvare

Nyutviklede, unike kompetanseprogram for næringslivet.

30%

medlemsrabatt første gang kurs og studier tilbys. Begrenset antall plasser.

Et fjerde kortprogram settes opp våren 2018. Tema blir lansert høsten 2017

Næringslivet får nå tilgang til et nytt, skreddersydd kompetanseprogram som tar tak i høyaktuelle temaer for omstilling og utvikling inn i en ny fremtid. Kompetanseprosjektet «Global Branding and Business Model Innovation» skal fremfor alt utvikle bedriftene og deres nøkkelressurser, og sikre et unikt kompetanseløft i merkevareledelse, internasjonalisering, digitalisering og nye forretningsmodeller.

Prosjektet er et unikt samarbeid mellom tre klynger, GCE Blue Maritime, Blue Legasea og Norwegian Rooms® Cluster, men er også åpent for alle bedrifter som finner det interessant for videre vekst.



Åsne Folstad
asne.folstad@aakp.no

norwegianrooms.no

Hvorfor Go Global

Næringslivet må forholde seg til et internasjonalt marked i stadig endring, og de skal forstå nye krefter i sine globale verdikjeder. Behovet for nedstrømsinnovasjon utfordrer bedriftene til å tenke nye kundetilpassede løsninger både når det gjelder produkt og tjenester. Det kan bidra til å styrke konkurransefortrinnene i et stadig mer internasjonalt marked. Her opplever selv toneangivende merkevarer og industrimiljø et nytt kompetansebehov. Prosjektet skal bidra til at bedriftene oppnår økt internasjonal vekst, gjennom å utvikle nye markeder, nye forretningsmodeller og optimaliserte verdikjeder, gjennom læring på tvers av ulike bransjer.

Hvorfor Go Digital

Digitaliseringen får stadig større betydning for næringslivet, uansett bransje og marked. Bedriftene opptrer i GoDigital skal samle flere aktiviteter som bidrar til et kompetanseløft innenfor digital ledelse og strategi, med programmer som setter bedriftene i stand til å endre tradisjonelle forretningsmodeller til digitale verdikjeder. Økt innsikt i digital markedsføring vil kunne bidra til en langt mer effektiv markedskommunikasjon, med helt nye virkemiddel og mer kundetilpassede løsninger.

Invitasjon til et unikt kompetanseløft for næringslivet

Merkevareledelse og internasjonalisering Digitalisering og nye forretningsmodeller



G O
G L O B A L

GO
D I G I T A L

