



BACHELOR OF MANAGEMENT

DLF Kompetanseprogram 2021/2022

➤ Et skreddersydd program for DLFs medlemsbedrifter





HVORDAN ØKE BRANSJENS VERDISKAPNING OG STYRKE KATEGORIARBEIDET?

Med økende behov for å styrke merkevarens posisjon og øke kompetansen i et stadig mer krevende marked, har DLF i samarbeid med BI utviklet et skreddersydd kompetanseprogram for vår bransje.

Gjennom et spennende studie med økonomi, merkevareledelse og forbrukeradferd skreddersydd for DLFs medlemmer, skal medlemsbedriftene bli enda dyktigere på å styrke merkevarens plass i handelen og mot forbruker. Studiet gir 15 studiepoeng og spisses mot kategoriinnsikt, kategoriutvikling og styrking av salgs- og kategoriarbeidet mot kjedene, drevet av merkevarer.

Hvem kan delta?

Foruten KAM og medarbeidere innen salg og kategoriledelse, er studiet også relevant for de som ikke har direkte salgs- eller kategoriutviklingsansvar, herunder medarbeidere innen kommunikasjon, logistikk, marked, produktledelse med flere. Bedriften avgjør selv antall og hvem de ønsker å videreutdanne for å øke relevant kompetanse, for eksempel medarbeidere med stort potensial som man ønsker skal utvikle seg for å forbli i bedriften. Programmet er eksklusivt for DLFs medlemsbedrifter.

Stort læringsutbytte

Studiet gir økt forståelse for verdikjede og mekanismer i bransjen, gjennom

kunnskap om hva som styrer kjedenes beslutninger og hvordan man kan sikre seg en bedre posisjon som en aktiv kategoriutvikler.

Deltakerne får en god forståelse for prosesser og metodebruk, slik at kompetansen kan videreføres og benyttes av hele bedriften.

Programmet skal styrke bedriftenes evne til å skape kategorivekst med lønnsom utvikling gjennom sine merkevarer.

Fagansvarlige:

I tillegg til forelesere ved BI, benyttes gjesteforelesere fra bransjen, andre ressurspersoner for aktuelle temaer og cases.

Fagansvarlig for økonomi:

Førstelektor Espen Skaldehaug, Institutt for regnskap, revisjon og foretaksøkonomi, BI Oslo.

Fagansvarlig for merkevareledelse og forbrukeradferd:

Høyskolelektor Robert Ingvaldsen, Institutt for markedsføring.

Merkevareledelse og forbrukeratferd

- Rettet mot vår bransje, mot kategori-innsikt og kategori- vekst. Forbrukerens beslutningsprosess og valgmodeller:
- Hvordan øke verdiskapningen og styrke kategoriarbeidet?
- Hvordan forstå og tilpasse seg detaljistens category management
- Forbrukerinnsett, holdningsdanning og strategier for holdningsendring
- Bygggesteiner i merkevarebygging
- EMV: Hva er EMV og hvordan forholde seg til det som merkevareprodusent?
- Jus: Beskyttelse av varemerker, god forretningsskikk og god handelsskikk
- Merkeposisjonering
- Vekststrategier for merkevarer
- Markedskommunikasjon

Økonomistyring/Lønnsomhet/ Forretningsanalyse

- Verdiskapning og beslutninger
- Forretningsanalyse og utvikling, i dag og i fremtiden. Hvordan vil bærekraft-mål og sirkulærøkonomi påvirke virksomheten, og hvordan ta hensyn til dette i relevante metoder og verktøy for virksomhetens forretningsutvikling?
- Økonomistyring: Regnskapsforståelse, kalkulasjon og prissetting, kostnads-analyse og investeringsanalyse
- Forhandlinger

Opptakskravet til disse programmene er generell studiekompetanse. Du kan også søke om opptak på bakgrunn av real-kompetanse.

Se følgende link for detaljert informasjon: www.bi.no/hoyskolekurs-opptakskrav

PRAKTISK INFORMASJON

Kompetanseprogrammet gjennomføres over tre samlinger høsten 2021 og tre samlinger våren 2022. Antall studenter er begrenset til 35 deltagere.

Samlinger høsten 2021:

1. samling: 13. – 14. september
2. samling: 27. – 28. oktober
3. samling: 22. – 23. november

Samlinger våren 2022:

4. samling: 17. – 18. januar
5. samling: 7. – 8. mars
6. samling: 25. – 26. april

Med forbehold om små endringer.

Gjennomføring:

Gjennomføringen av høstens kurs og programmer tilpasses hele tiden gjeldende smittevernanbefalinger fra

myndighetene. Når det er nødvendig, vil undervisningsaktiviteter gjennomføres digitalt. Om undervisning må endres fra fysisk til online, så vil selve undervisningen gjennomføres på Zoom. Der vil forelesninger, diskusjoner og gruppearbeid foregå primært på kurs/samlingsdagene. Ved fysiske samlinger til høsten så vil vi også tilrettelegge for en hybrid løsning som gir muligheter for de som er forhindret i å følge undervisningen fysisk å kunne følge den digitalt. Fullført studie gir 15 studiepoeng og kan inngå som en del av BIs Bachelor of Management-grad.

Kostnader:

Pris: Kr. 43.000. I tillegg påløper kostnader til undervisningsmaterieell og evt. kostnader ifm. reise og overnatting.

➤ FOR PÅMELDING OG INFORMASJON:

bi.no/dlf-kompetanseprogram

- Spesielt utviklet for å styrke de ansattes forretningsforståelse og kategorinnsikt med vekt på økonomi, forhandlinger, merkevareledelse og forbrukeradferd
- Særdeles gode tilbakemeldinger fra vel 185 bransjekolleger gjennom 8 kull

BI

Handelshøyskolen BI tilbyr over 200 kurs for deg som er i jobb.

Fra korte og effektive kurs på få dager til hele mastergrader innen ledelse. Se hele vårt studietilbud på bi.no/videreutdanning

Handelshøyskolen BI ble rangert som nummer 49 i Financial Times European Business School Rankings i 2020. BI er også den eneste norske handelshøyskolen som har mottatt de tre mest prestisjetunge internasjonale akkrediteringene. Mindre enn 1% av alle handelshøyskoler i verden har mottatt denne trippel akkrediteringen.

