

## Mobile Commerce

15. og 16. mars tilbyr ANFO seminaret Mobile Commerce – skreddersydd av NTNU. Kurset Mobile Commerce er et frittstående kurs som er åpent for alle.

For dem som er interessert kan kurset kompletteres og formaliseres i regi av NTNU, og på den måten være starten på eller videreføring av en mastergrad. Da melder du deg også på del 2 av kurset. (29. mars og 10. mai)

Modulen "Mobile Commerce" inngår i spesialiseringsfeltet "eBusiness" ved det nye masterstudiet i Organisasjon og Ledelse ved NTNU – Master of Management. Du finner mer informasjon om masterprogrammet på [www.ntnu.no/mm](http://www.ntnu.no/mm).

ANFO og NTNU har sammen intensjoner om å videreføre tilbud om kurs knyttet til masterprogrammet, og planlegger derfor å tilby kurset eBusiness høsten 2006.

ANFO-kurset Mobile Commerce kan således være den gode starten på eller videreføring av din kommende mastergrad – noe du kanskje har hatt drømmer eller planer om men ikke har fått realisert ennå.

**Påmelding på: [www.anfo.no](http://www.anfo.no) | e-post: [fagseminar@anfo.no](mailto:fagseminar@anfo.no) | tlf: 99 33 20 00**

ANFO - næringsslivets interesseorganisasjon for markedsføring - med et hundretalls medlemsbedrifter fra mange bransjer. Myndighetskontakt og lobbyvirksomhet i Oslo og Brussel. Internasjonalt kontaktnett. Faglig medlemservice - informasjon og seminarer. Leverandørtalere/assistanse - Juridisk bistand - Markedsrettslig rådgivning.

ANFO - Annonserforeningen - Norwegian Association of Advertisers  
 ANFO - Munkedamsveien 53b, 0250 Oslo - Tel: 99 33 20 00 - Fax: 22 83 07 00 - [www.anfo.no](http://www.anfo.no)  
 Member of World Federation of Advertisers, Brussels

**PRIS: 2-dagers kurs**  
 Medlemsbedrifter:  
 kr 7.000,- pr. deltaker.  
 Andre bedrifter:  
 kr 10.000,- pr. deltaker.  
**Totalmodul (2+2 dager)**  
 kr 14.000,- pr. deltaker.  
 Medlemmer av ANFO gis kr 1000,- i rabatt ved påmelding til totalmodulen.  
 25% rabatt f.o.m deltaker nr. 2 fra samme bedrift/fakturaadresse. Denne rabatten gjelder 2-dagers kurset.  
 Vent med betaling. Vi sender faktura. Påmelding bekreftes pr. e-post.

**Sted** Hotel Bristol Konferansesenter  
 Kristian IVs gt 7, Oslo  
 Tlf. 22 82 60 00  
**Parkering** Ibsen parkeringshus eller Hotel Bristol (henv. resepsj. - egen regning)  
**Påmeldingsfrist** Onsdag 8. mars  
**Avmelding** Etter påmeldingsfristen og inntil 3 dgr før arrangementet belastes halv avgift. Senere enn 3 dgr før arrangementet belastes full avgift. Dokumentasjon blir tilsendt.

Onsdag 15. og torsdag 16. mars 2006, Hotel Bristol, Oslo

## 2-dagers kurs Mobile Commerce

Tilgjengeligheten via mobiltelefon gjør noe med oss som mennesker, og med forretningsmulighetene. For virkelig å forstå hvilke muligheter og utfordringer den mobile verden kan gi - både når det gjelder annonsering, nye produkter og tjenester - så er dette kurset et av de mest omfattende tilbud som er utviklet. Dersom du ønsker, får du også muligheten til å dokumentere ditt kunnskapsløft - en dokumentasjon av kompetanse svært få av dagens markedsførere har.

Mobile Commerce er spesialutviklet i samarbeid med NTNU, Norges fremste miljø innen mobil teknologi. Kurset er enkeltstående men kan være starten eller videreføring av din masterutdanning. Kurset er en del av spesialiseringsfeltet eBusiness ved det nye masterstudiet i Organisasjon og Ledelse ved NTNU – Master of Management

Onsdag 15. og torsdag 16. mars 2006, Hotel Bristol, Oslo

# Mobile Commerce

## Onsdag 15. mars

**0845 - 0900**

Kaffe og registrering

**0900 - 0915**

Innledning v/Gunn Berit Jomaas

**0915 - 1000**

### Introduksjon til mobil handel

Hvilke utfordringer står vi foran med tanke på mobil handel som fag- og funksjonsområde i næringsliv og offentlig forvaltning? Hvilken kunnskap bidrar forskningen med?  
*Arne Krokan, professor dr. polit. ved NTNU*

**1000 - 1045**

### Sesam på mobilen?

De eier aviser, tv, radio, søkemotor, kataloger og mye annet. Men hva tenker de om mobile tjenester? Kommer Sesam på mobilen også? Og hvilket scenario ser Schibsted for seg i den videre utviklingen framover?

*Mikal Rohde, administrerende direktør i Sesam*

**1045 - 1100**

Pause (Kaffe, te, mineralvann, wienerbrød og frukt)

**1100 - 1200**

### Multifonen er her – hva skjer a?

Teknologisk konvergens og divergens har skapt en sann flora av dingser som benytter tjenester i de mobile nettene. Kameraer, stereoanlegg, navigasjonsutstyr og tjenester for koordinering og kommunikasjon tar vi for gitt, men hvor vil dette føre oss hen? Hvor skal vi? Hvordan ser framtiden ut? Hva kan vi vente oss av muligheter og tjenester i neste generasjons håndsett?

*Lars Kjennerud, Ericsson*

**1200 - 1300**

LUNSJ

**1300 - 1345**

### TV og annet snadder på mobilen

Mobil og nett, streaming og podcast / videocast skaper grunnlag for helt nye tjenester. Hvordan skal vi utnytte og utvikle dette videre? NRK har utviklet verdens første interaktive mobil-TV. De har skapt interaktivitet i tilknytning til etablerte tjenester, og de har høstet heder og ære for sin kreativitet og evne til nyskaping innen den tradisjonelle mediesektoren. Kan vi andre lære noe av dette?

*Gunnar Garfors, ansvarlig for mobilutvikling i NRK*

**1345 - 1430**

### Handelsløsninger på mobilen – hvor står vi?

Hvor sikker er forbindelsen til mobilen din og hvilke sikkerhetsutfordringer står vi overfor ved mobil handel? Hvor står vi i utviklingen av gode betalingsløsninger? Hva tilbyr for eksempel Telenor på dette området?

*Hanne Sjørusen, konsernansvarlig ID og e-betaling i Telenor*

**1430 - 1445**

Pause (Kaffe, te, mineralvann, wienerbrød og frukt)

**1445 - 1515**

### 1881 – 2006, kataloger og reklame på mobilen

Mobilen gir muligheter for å automatisere enkle arbeidsoppgaver, slik som oppslag i registre med mer. Opplysningen 1881 har tatt dette i bruk på nye og kreative måter og skapt en helt ny tjeneste med en ny forretningsmodell. Snart kommer dette integrert med reklame også.

*Inge Sandvik, adm.dir i Mobile CTI*

**1515 - 1545**

### Utvikling av mobile tjenester

Nye tjenester utvikles i økende grad med tanke på å være nyttige i en bestemt situasjon eller på ett bestemt sted. Finnes det noen metoder for å utvikle slike tjenester? Vi setter søkelys på gode forbilder.

*Arne Krokan, professor dr. polit. ved NTNU*

**1545 - 1600**

### Avslutning og kort oppsummering dag 1.

v/Arne Krokan

## Torsdag 16. mars

**0900 - 0945**

### Søkemotorgiganten mot mobile løsninger

Google fosser frem. Endringer skjer nesten fra uke til uke... Søkemotoren til Google er viden kjent – og flere og flere tar i bruk Gmail, Google Earth, Froogle osv. Men hva med Google på radio, mobil og tv? Hva skjer når Googles annonsemodell kommer med lyd, bilder og er tilgjengelig overalt? Hvor flinke er annonsørene til å gripe dagens muligheter?

*Jan Grønbech, kommersiell sjef i Google*

**0945 - 1030**

### Spill som markedsføringskanal

Det globale markedet for dataspill er på over 200 mrd. kroner. Norske Funcom var først i verden med å selge reklameplass i online spill, og nå kommer produkt-plasseringer, dynamisk reklame, sponsering og andre kjente markedsselementer for fullt i spillverden også. Hvordan kan en utnytte dette? Og hva med dem som ikke har digitale tjenester å selge?

*Jørgen Tharaldsen, produktdirektør i Funcom*

**1030 - 1045**

Pause (Kaffe, te, mineralvann, wienerbrød og frukt)

**1045 - 1130**

### Mobilen i dagens media mix

Kampanjer består ofte av flere elementer, og mobilen vil bli mer og mer aktuell etter som den mobile handelen øker. Mobilen er enkel, direkte og toveis – derfor er den et godt markedsføringsverktøy. Med kunnskap om mobilens særegenheter kan mobilen være en uovertruffen kommunikasjonskanal. Dette eksemplifiseres i to case.

*Fredrik Oscarson, gründer av Mobiento*

**1130 - 1215**

### Mobile kunder, mobile medier og mobil teknologi

Flere norske bedrifter utvikler tjenester i dette markedet. Kort presentasjon av aktuelle tjenester og forretningsmodeller, med fokus på nytteverdi for annonsørene.

*Arne Krokan, professor dr. polit. ved NTNU*

**1215 - 1300**

LUNSJ

**1300 - 1345**

### djuice – en historie om global industrialisering fra Telenor

Telenor fikk ikke noe sving på den første satsningen med djuice.com. Derfor "gjenbrakte" de merkevareverdien i en satsning mot ungdomsmarkedet. Nå har de tatt med seg hele konseptet til utlandet.

*Svein Størmer Thaulow, direktør i Telenor Mobile/Pannon*

**1345 - 1430**

### Menneskene i den mobile verden

Hva særpreger moderne mennesker? Og hvilket forhold har vi til de nye teknologiene? Hva gjør de med oss? Dette foredraget gir oss innspill fra forskningsfronten, og formidler kunnskap om Internett, mobile medier og samfunnsutvikling, - nødvendig for å kunne utvikle gode tjenester.

*Terje Rasmussen, professor vd UiO*

**1430 - 1445**

Pause (Kaffe, te, mineralvann, wienerbrød og frukt)

**1445 - 1530**

### Mobilt internett – nye tjenester og nye kontaktflater

Blir mobilen mer segmenteringsverktøy, underholdningskanal, betalingsterminal og PCens klient? Hvorfor blir det gratis å ringe/sendt SMS? Når Internett blir operativsystemet, endres forretningsmodellen dramatisk. Innovative tjenester forvandler mobilen mer enn ny teknologi. Lettere å finne = lettere å kjøpe (på mobil) = lettere å selge (overalt!). Lettere å måle = mindre risk - men for hvem? Hvorfor mobilen muligens dreper fjernsynet, gir avisen puste-problmer og tvinger ingeniører til å slutte med tekno-branding. Og - ikke minst - hva skal vi som annonsører fokusere på? Hva er og blir det viktigste?

*Carl Størmer, gründer av StudentUniverse*

**1530 - 1600**

### Avslutning og oppsummering. Informasjon om del II av kurset

Hva må du gjøre hvis du vil gå videre og ta eksamen?

*Arne Krokan*

Påmelding og ytterligere informasjon på [www.anfo.no](http://www.anfo.no)