



## MRK 8614 Markedsføringsledelse

### Studium

Bachelor of Management, Diplomøkonomstudiet i finans (1. år), Diplomøkonomstudiet i forretningsjus (1. år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (2. år), Diplomøkonomstudiet i logistikkledelse (1. år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (1. år), Diplomøkonomstudiet i varehandelsledelse (1. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi, Handelskandidatstudiet (1. år)

### Kursansvarlig

Runar Framnes

### Institutt

Markedsføring

### Semester

Deltid: Bestemmes av den enkelte Høyskole, Fjernundervisning: Høst/Vår, Heltid: Høst, Modul: Høst

### Vekttall

2

Dette kurset eller tilsvarende kurs fra andre høyskoler inngår som kjernekurs i studiemodellen Bachelor of Management.

### Mål

Studenten skal etter kurset ha styrket sine basiskunnskaper i markedsføring og oppnådd en bedre forståelse av markedsføringens virkemidler og funksjon. Studenten skal bli godt kjent med sentrale begreper, teorier og modeller knyttet til markedsføring. En sterkere markedsorientering og faglige kunnskaper skal gjøre studenten bedre i stand til å identifisere, analysere og løse enklere markedsføringsproblemer i praksis.

### Forkunnskaper

Som for studiet. I og med at markedsføring er nært knyttet til praksis og til andre funksjoner i arbeidslivet, vil studenter med praktisk erfaring og med innsikt i andre bedriftsøkonomiske disipliner få større utbytte av kurset.

### Obligatorisk litteratur

Framnes, R. og H. M. Thjømøe. 2001. *Markedsføringsledelse*. 6. utg. Oslo: Tano Aschehoug.  
Framnes, R. og A.S. Johnsen. 2001. *Oppgavesamling med svar og løsningsmomenter til Markedsføringsledelse*.  
Sandvika: R. Framnes/ A.S. Johnsen.

### Anbefalt litteratur

Ingen.

### Emneoversikt

- Introduksjon til markedsføringsfagets utvikling
- Markedsføringsfunksjonenes plass i virksomheten
- Markedsføringens omgivelser og arbeidsbetingelser
- Strategi og markedsplanlegging
- Kjøpsatferd på forbruker- og bedriftsmarkedet
- Segmentering, markedsanalyse og prognoser
- Markedsføringens virkemidler
- Organisering og kontroll av markedsføringen

### Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i kurset.

### Gjennomføring

Heltid og deltid

Kurset foreleses totalt 42 kurstimer. Hele begrepsapparatet rundt markedsføringsplanlegging og planen har en sentral plass i forelesningene. Foreleser vil supplere fremstillingene med praktiske eksempler og trekke inn

hensynet til miljø og etikk der det faller naturlig. Oppgaveløsning og drøftelser utgjør en viktig del av kurset og er nødvendige øvelser med tanke på eksamen. Det forventes derfor en aktiv egeninnsats av studentene både med hensyn til oppgavearbeid og i selve oppgavegjennomgangen i klassen. Som ledd i egenkontroll av innlært pensum, gjennomføres individuelle flervalgsprøver i løpet av semesteret.

#### **Nettstudier**

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Senter for nettstudier benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan, oppgaver og faglige artikler knyttet til ulike emner. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

#### **Eksamen**

Kurset avsluttes med en fem timers skriftlig eksamen.

#### **Eksamenskode(r)**

MRK 86141 Markedsføringsledelse, teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset MRK 8614, 2 vekttall.

#### **Hjelpemidler til eksamen**

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

#### **Kontinuasjon**

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester.