



MRK 9831 Markedskommunikasjon

Studium

Diplommarkedsførerstudiet - Informasjon og samfunnskontakt (2. år), Diplommarkedsførerstudiet - Markedsføring og internasjonalisering (2. år), Diplommarkedsførerstudiet - Markedskommunikasjon (2. år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon

Kursansvarlig

Arne Morten Ulvnes

Institutt

Markedsføring

Semester

Nettstudier: Høst, Heltid: Høst, Modul: Vår

Vekttall

2

Mål

Kurset tar sikte på å gi en studentene en bred innføring i kommunikasjon som en viktig del av markedsførersens verktøy, såvel som en innføring i ulike kommunikasjonsteorier. Gjennom å fokusere på massekommunikasjon såvel som personlig kommunikasjon, kommunikasjon mellom avdelinger og mellom bedrifter er det et mål at studentene skal utvikle et helhetssyn på kommunikasjon i et markedsføringsperspektiv. Likeledes vil studentene tilegne seg kunnskaper om annonsøren og dens samarbeidspartnere samt andre aktører i reklamebransjen. Kuset skal gi konkrete kunnskaper om hvordan en annonsør og et reklamebyrå planlegger kommunikasjonsstrategien, samt redegjøre for de premissene som ligger bak reklamens utforming. Det blir spesielt lagt vekt på organisasjoners bruk av kommunikasjonsvirkemidler og å utvikle en kommunikasjonsforståelse hos studentene for at ulike måter å kommunisere på kan gi ulike resultater for bedriften.

Forkunnskaper

Det er ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Helgesen, T. 2000. *Markedskommunikasjon: Prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning*. 5.utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag.
Ulvnes, Arne M. og Tor M. Løland, red. 2001. *Artikkelsamling: MRK 9831 Markedskommunikasjon*. Sandvika: BI Forlag

Anbefalt litteratur

Blindheim, T. og G. Sætrang. 1997. *Premisser for påvirkning*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.
Rosendahl, T. og R. Bjerke. 1998. *Reklame over alle grenser: Tverrkulturell markedskommunikasjon*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.

Emneoversikt

INNLEDNING

1. Kommunikasjon i et markedsperspektiv - kommunikasjonsmiksen
2. Relasjoner i reklamebransjen

BEDRIFTENS MARKEDSKOMMUNIKASJON

3. Markedskommunikasjon - begreper og modeller
4. Den praktiske virkeligheten og teoretiske tilnærmingen
5. Psykologiske, sosiologiske og økonomiske synspunkter på markedskommunikasjonen
6. Kommunikasjonsplanlegging og kommunikasjonsstrategi (analyser og

kommunikasjonsmål)

7. Reklamens budskap, kreativitet og utforming
8. Tilpasning vs utvikling av reklame
9. Medievalg og mediebruk
10. E-kommunikasjon
11. Måling av kommunikasjonseffekter

INTERN KOMMUNIKASJON

12. Kommunikasjonsflyt i bedriften
13. Teoretiske perspektiver på internkommunikasjon

KOMMUNIKASJON MELLOM BEDRIFTER

14. Ulike former for kommunikasjon mellom bedrifter
15. Personlig salg

SPESIELLE KOMMUNIKASJONSTEMA

16. Integrert markedskommunikasjon
17. Reklamens makt
18. Sponsing
19. Samfunnsinformasjon og politisk reklame
20. Reklamen og samfunnet

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Heltid og deltid

Kurset gjennomføres over 42 timer med forelesninger, case og selvstudium. Ved kursstart blir det utlevert 10 eksamensforberedende øvingsoppgaver som studentene skal arbeide med individuelt eller i grupper.

Øvingsoppgavene er frivillige, og blir ikke evaluert.

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 og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 98311 Markedskommunikasjon - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset. MRK 9831, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes i hvert semester..