



MRK 9833 Internasjonal markedsføring

Studium

Diplomøkonomstudiet i logistikkledelse (3. år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (3. år)

Kursansvarlig

Erik B. Nes

Institutt

Markedsføring

Semester

Nettstudier: Vår, Heltid: Vår

Vekttall

3

Mål

Kurset omhandler hvordan globaliseringskreftene påvirker alle organisasjoner, også de som bare opererer på hjemmemarkedet. Det gir innføring i interne og eksterne arbeidsbetingelser for bedrifter som opererer på internasjonale markeder. Kurset har som mål at studentene skal tilegne seg kompetanse i å utvikle og tildels gjennomføre internasjonale markedsstrategier på basis av disse arbeidsbetingelsene.

Forkunnskaper

Generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur

Solberg, Carl. A. 1999. *Internasjonal markedsføring*. 6. utg. Oslo: Tano Aschehoug.

Nes, Erik B., red. 2000. *Artikkelsamling i Internasjonal markedsføring og ledelse*

2000/2001. Denne er tilgjengelig via følgende Internett

adresse: <http://www.bi.no/users/fgl93026/mrk9833.htm>).

Anbefalt litteratur

Ingen.

Emneoversikt

Den internasjonale konkurransearena

1. Internasjonaliseringsprosessen
2. Strategiutvikling på internasjonale markeder
3. Bruk av konkurransemidler i internasjonal markedsføring

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Kurset blir gjennomført over 54 kurstimer i vårsemesteret med 42 forelesningstimer og 12 timer casegjennomgang.

NB! Det er obligatorisk fremmøte ved casegjennomgangene, da det her foregår en evaluering av studentene som utgjør en stor del av karakteren i kurset. (Se under eksamen).

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

Evalueringen foregår ved at grupper på 2 - 4 studenter løser et case. Caset skal leveres skriftlig og etterpå presenteres for klassen. Presentasjonen kan føre til en regulering av casekarakteren på pluss/minus 0.2. Tilsammen utgjør dette 50% av totalkarakteren i kurset. I tillegg skal studentene delta i diskusjonen av tre case. For det faglige bidraget i hver diskusjon får studentene en individuell karakter som teller 16.67% av totalkarakteren. Det er kun karakteren på de skriftlige besvarelsene som kan påklages. Muntlig-karakteren er endelig.

Eksamenskode(r)

MRK 98331 Internasjonal markedsføring, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9833, 3 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen