



## GRA 4145 Brand Management

### Studium

Siviløkonomstudiet (spesialisering)

### Kursansvarlig

Bendik Samuelsen

### Institutt

Markedsføring

### Semester

Vår

### Vekttall

2

### Mål

### Forkunnskaper

MRK 9711 eller lignende kurs innen marketing management og forbrukeratferd.

### Obligatorisk litteratur

Keller, Kevin Lane. 2002. *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. 2nd ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.  
Articles: a list will be provided on the first day of class

### Anbefalt litteratur

Aaker, David A and Erich Joachimsthaler. 2000. *Brand leadership*. New York: The Free Press.  
Kapferer, Jean-Noël. 1997. *Strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*. 2nd ed. London, Kogan Page. (chapter 3)  
Aaker, David A. 1996. *Building strong brands*. New York: The Free Press. (chapters 3-5)  
De Chernatony, Leslie. 2001. *From brand vision to brand evaluation: Strategically building and sustaining brands*. Oxford: Butterworth Heinemann.

### Emneoversikt

1. Merkevarekunnskap og merkeassosiasjoner
  - Oppmerksomhetseffekter, dannelse av holdning til merkevarer
  - Metoder for måling av merkeassosiasjoner
  - Kunde-merkerelasjoner, merkets rolle som relasjonspartner
2. Merkevarekapital og –verdi
  - Merkeidentitet og –personlighet
  - Merkekonseptstrategier
3. Merkearkitektur og –porteføljestrategier
  - Merkeutvidelser
4. Produsentmerker vs. private labels
5. e-Branding
6. Merkevarer i organisasjonen
7. Omgivelsenes reaksjoner på merkevarebygging

### Dataverktøy

Ingen

**Gjennomføring**

Følge de tema som er lagt opp.

**Eksamen****Eksamenskoder(r)**

GRA 41452 Project paper 100% of final grade (groups of max 3)

GRA 41453 Individual pass/fail multiple choice exam, duration: 1 hour

**Hjelpemidler til eksamen**

Project: all written aids

Mid-term: none

**Kontinuasjon**

At the next ordinary exam