



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2003/2004

MRK 2210 Markedsføringsledelse

Studium

Siviløkonomstudiet 1. år, Siviløkonomstudiet 2. år

Kursansvarlig

Bendik Samuelsen og Håvard Hansen

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Mål

Målet med kurset er å gi studentene en grunnleggende innføring i faget markedsføringsledelse. Kurset skal utvikle studentenes grunnferdigheter for senere påbygging av mer avanserte teorier innen fagfeltet. Studentene skal lære de grunnleggende prinsipper i markedsføring om hvordan man med utgangspunkt i analyse av kundenes behov og markedets karakter utvikler varige konkurransefortrinn basert på differensiering, påvirkning og kontinuerlig utvikling av verdier for kundene.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Kotler, Philip, Gary Armstrong, John Saunders og Veronica Wong. 2001. *Principles of marketing*. 3rd European ed. Essex : Pearson Education.
Fem case-oppgaver gitt i første forelesning.

Anbefalt litteratur

Ingen

Emneoversikt

- Markedsføringens rolle i bedriften og i samfunnet
 - Analyse av behov i ulike markeder
 - Segmentering og strategisk posisjonering
 - Merkevarerutvikling
 - Verdiutvikling og konkurransefortrinn
 - Merkevarerledelse
 - Produktutvikling
 - Prissetting
 - Påvirkning gjennom markedskommunikasjon
 - Distribusjon

Dataverktøy

Er ikke påkrevd i dette kurset.

Gjennomføring

Kurset vil bli gjennomført ved forelesninger av teori og arbeid i mindre grupper. Oppgaveløsning skjer i grupper på inntil tre deltakere. Studentene innleverer skriftlige besvarelser på de oppgaver som blir gitt og er forberedt på å presentere disse i plenum. Studenten må ha bestått fire av fem oppgaver for å kunne ta eksamen. En del av vurderingen vil baseres på plenumspresentasjonene. Kurset gjennomføres med 42 kurstimer med forelesninger og studentstyrt gruppearbeid. Studentene kan få tilbud om å delta i forskningsprosjekter initiert av fagansvarlig, og få dette arbeidet godkjent på linje med en eller flere av oppgavebesvarelsene.

Eksamen

En tre timers skriftlig eksamen for Markedsføringsledelse. Studenten må ha bestått oppgaveprogrammet for å kunne ta eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 22102 Skriftlig eksamen 3 timer, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2210, 6 studiepoeng.

MRK 22103 - Caseprogrammet, som bedømmes til bestått/ikke bestått. Denne eksamen må bestås for å gå opp til skriftlig eksamen

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære eksamen i faget.