



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2003/2004

MRK 8614 Markedsføringsledelse

Studium

Bachelor of Management, Diplommarkedsførerstudiet i reiseliv- og serviceledelse (1. år), Diplommarkedsførerstudiet i varehandelsledelse (1. år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (2. år), Grunnfag i bedriftsøkonomi, Grunnfag i markedsøkonomi, Revisorstudiet (1. år)

Kursansvarlig

Runar Framnes

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Mål

Studenten skal etter kurset ha tilegnet seg basiskunnskaper i markedsføring og fått forståelse av markedsføringens virkemidler og funksjon. Studenten skal lære å kjenne sentrale begreper, teorier og modeller knyttet til markedsføring. Markedsorientering og faglige kunnskaper skal gjøre studenten i stand til å identifisere, analysere og løse 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, Runar og Hans Mathias Thjømøe. 2001. *Markedsføringsledelse*. 6. utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Framnes, Runar og Arne Stokke Johnsen. 2001. *Oppgavesamling med svar og løsningsmomenter til Markedsføringsledelse*.

Sandvika: Runar Framnes og Arne Stokke 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 36 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.

BI Nettstudier

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved BI Nettstudier benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver. Fagveiledningen gjennomføres via Internett, med fagsider, diskusjonsgrupper og interaktive oppgaver, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 86141 Markedsføringsledelse, teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset MRK 8614, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

"Lov om kontroll med markedsføring"

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester.