



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2004/2005

MRK 9833 Internasjonal markedsføring

Studium

Bachelorstudiet i logistikkledelse (3. år), Bachelorstudiet i Markedsføring (3. år),
Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon (3. år)

Kursansvarlig

Erik B Nes

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

9

Globaliseringskreftene påvirker alle organisasjoner, også de som har all sin virksomhet på hjemmemarkedet. Det er viktig for alle å ha en godt utviklet forståelse for denne utviklingen for å kunne vurdere endringer i konkurransesituasjonen og nye muligheter og trusler. I kurset behandler vi de viktigste trekk i utviklingen, gir teoretisk innsikt i hvilke krav utviklingen stiller til egen organisasjon, og utvikler forståelse for alternative markedsstrategier.

Mål

Kurset skal gi studentene kompetanse i å analysere interne og eksterne arbeidsbetingelsers påvirkning på bedriftens internasjonalisering, utvikle internasjonale markedsstrategier på basis av disse arbeidsbetingelsene og benytte kunnskapen i praktiske case.

Forkunnskaper

Generelle kunnskaper innenfor økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur

Solberg, Carl A. 2005. *Internasjonal markedsføring*. 7. utg. Oslo: Tano Aschehoug.

Nes, Erik B., red. 2003. *Artikkelsamling i Internasjonal markedsføring og ledelse 2004/2005*. Denne er tilgjengelig via følgende Internett adresse: <http://www.bi.no/users/fgl93026/mrk9833.htm>.

Når kurset gjennomføres på engelsk for utvekslingstudenter er obligatorisk litteratur følgende:
Hollensen, Svend. 2004. *Global marketing*. 3rd ed. New York: Financial Times.
Martin S. Roth. 1995. "The Effects of Culture and Socioeconomics on the Performance of Global Brand Strategies". *Journal of Marketing Research*, Vol XXXII (May).
Nes, Erik B., Carl A. Solberg and Ragnhild Silkoset. 2004. "The Impact of National Culture and Communication on Exporter-Distributor Relations and on Export Performance" - to be handed out.

Anbefalt litteratur

Ingen.

Emneoversikt

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

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Kurset blir gjennomført over 51 kurstimer i vårsemesteret med 39 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).

Eksamen

Evalueringen foregår ved at grupper på 3 - 5 studenter løser et case. Caset skal leveres skriftlig og det teller 50% av karakteren i faget. I tillegg skal studentene presentere sitt case og lede en etterfølgende diskusjon om caset. Dette teller 12.5% karakteren. Studentene vil også delta i diskusjoner om 3 andre case. For det faglige bidraget i hver diskusjon får studentene en individuell karakter som teller 12.5% av total karakteren. Det er kun karakteren på de skriftlige besvarelsene som kan påklages. Muntlig-karakteren er endelig.

Eksamenskode(r)

MRK 98332 Internasjonal markedsføring - skriftlig case teller 50% for å oppnå karakter i MRK 9833, 9 studiepoeng.

MRK 98333 Internasjonal markedsføring - muntlige case diskusjoner, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i MRK 9833, 9 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen