



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2005/2006

MRK 9833 Internasjonal markedsføring

Studium

Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (2. 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

Artikkelsamling(er):

Nes, Erik B., red. 2005. Artikkelsamling i Internasjonal markedsføring og ledelse 2005/2006.

Denne er tilgjengelig via følgende Internettadresse:

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

Annet:

When the course is given in English for exchange students the compulsory literature is:

Hollensen, Svend. 2004. Global marketing. 3rd ed. Harlow : Prentice Hall/ Financial Times.

ISBN 0-273-67839-6 (h.)

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 Silkoet. 2004. "The Impact of National Culture and Communication on Exporter-Distributor Relations and on Export Performance" - to be handed out.

Anbefalt litteratur

Annet:

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. Tilbakemelding fra sensor til studentene etter hver casediskusjon bidrar til læring, og at studentene kan justere sin innsats fra case til case. (Se under eksamen).

Eksamen

Evalueringen består av to deler:

Del 1 - Skriftlig del

Grupper på 3 - 5 studenter løser et case. Caset skal leveres skriftlig og det teller 50% av karakteren i faget.

Del 2 - Casepresentasjon/casediskusjoner

I tillegg til caseinnleveringen skal studentene presentere sitt case og lede en etterfølgende diskusjon om caset. Dette teller 12.5% karakteren. I tillegg til aktiviteter knyttet til eget case, skal studentene delta i diskusjoner om tre andre case. For den aktive klassesdeltakelse i hvert case får studentene en individuell karakter som teller 12.5% av total karakteren. Karakteren for casepresentasjon og deltakelse i casediskusjoner 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 - casepresentasjon og aktiv klassesdeltakelse i casediskusjoner, eksamen teller 50% for å oppnå karakter i MRK 9833, 9 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Pensumbok, pensumartikler og egne håndskrevne notater.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen. Både del 1 – caseinnlevering og del 2 – Casepresentasjon/casediskusjoner må bestås for å få kurset godkjent, men eventuell kontinuasjon i en av delene kan gjøres separat. Ved kontinuasjon kun i del 2 skal studenten delta som debattant i fire case.