



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2007/2008

MRK 2514 Markedsføring - KONTINUASJONSEKSAMEN

Studium

Bachelorstudiet i eiendomsmegling (1. år), Bachelorstudiet i entreprenørskap (1. år), Bachelorstudiet i finans (1. år), Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i kultur og ledelse (1. år), Bachelorstudiet i markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (1. år), Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (1. år), Bachelorstudiet i reiselivsledelse (1. år), Bachelorstudiet i revisjon (1. år), Bachelorstudiet i varehandelsledelse (1. år), Bachelorstudiet i økonomi- og næringslivsjournalistikk (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og forretningsjus (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og IT-ledelse (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og ledelse (1. år), Årsenhet i bedriftsøkonomi, Årsenhet i markedsøkonomi

Kursansvarlig

Even Johan Lanseng

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Mål

Målet med kurset er å gi en grunnleggende innføring i faget markedsføring. Kurset skal fokusere på forståelsen av sentrale begreper i markedsføring. Denne kunnskapen danner basis for videregående kurs innen fagfeltet. Studentene skal lære de grunnleggende prinsipper i markedsføring og hvordan disse kan anvendes på praktiske problemer.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Kotler, Philip og Kevin Lane Keller. 2006. Marketing management. 12th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall

Annet:

To caseoppgaver som publiseres elektronisk ved semesterstart

Anbefalt litteratur

Bøker:

Kotler, Philip. 2005. Markedsføringsledelse. 3. utg. Oslo: Gyldendal Akademisk

Emneoversikt

- Segmentering og målgruppetenkning
- Posisjonering og differensiering
- Produkt, tjeneste og merkevarestrategi
- Prisstrategier
- Markedskommunikasjon
- Distribusjon, kanaler og logistikk
- Markedsinformasjon og forbrukeratferd
- Markedsorientert strategisk planlegging
- Salg og reklame

Dataverktøy

Er ikke påkrevd, men de to obligatoriske casene kan ikke innleveres i håndskrevet format. Dette fordrer bruk av tekstbehandling. Videre er det utarbeidet egen Web-side for kurset, der informasjon om kurset er lagt ut. Her finnes også caseoppgavene. Det er derfor en fordel om studentene har tilgang til Internett.

Gjennomføring

Kurset vil bli gjennomført med forelesninger av teori og arbeid i mindre grupper. Gruppearbeidet omfatter to cases som gis i første forelesning. Disse skal innleveres og vil bli gjennomgått i plenum, og det forventes at studentene deltar aktivt i casediskusjonen. Kurset gjennomføres med 33 timer til forelesninger og 6 timer til casearbeid/øvelser.

Caseopplegget organiseres på følgende måte: Casebesvarelsene innleveres innen den angitte tidsfristen. Under gjennomgangen velger foreleser i første time ut en gruppe studenter som presenterer sin løsning av den første oppgaven for resten av klassen. Samtidig velges en opponentgruppe. Disse diskuterer løsningen, og etter hvert åpnes det også for kommentarer fra resten av klassen. I andre time velges en ny gruppe som presenterer løsningen på oppgave to og en ny gruppe opponerer. Siste time benytter foreleser til å oppsummere casediskusjonen.

Caseinnleveringene er obligatoriske, og studentene oppfordres derfor til å jobbe aktivt med å løse oppgavene og være til stede ved gjennomgangen. Videre vil det komme spørsmål relatert til casene på den skriftlige eksamen.

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 obligatoriske oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset har to evalueringer, først caseprogrammet hvor oppgavene løses i grupper på minimum 3 til maksimum 5 studenter. Deretter en tre timers individuell skriftlig eksamen. Både caseprogrammet og skriftlig eksamen må være bestått før karakter oppnås i kurset, men eventuell kontinuasjon i en av delene kan gjøres separat (se informasjon under kontinuasjon). Hele caseprogrammet (2 case) må fullføres og bestås innenfor samme semester.

Eksamenskode(r)

MRK 25141 - Skriftlig eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2514

Markedsføring, 6 studiepoeng.

MRK 25142 - Skriftlig caseprogram, vurderes til bestått/ikke bestått. Begge casene må bestås for å bestå caseprogrammet som helhet.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til skriftlig eksamen.

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt i caseprogrammet

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen for caseprogrammet avholdes høsten -07 og siste gang våren -08.

Kontinuasjonseksamen for skriftlig eksamen avholdes høsten -07 og siste gang våren -08.

Skriftlig eksamen vil alltid basere seg på innværende semesters caseprogram. Studenter som skal kontinuere i skriftlig eksamen må derfor sette seg inn i gjeldende caseprogram selv om dette er bestått tidligere.