



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

## **MRK 9833 Internasjonal markedsføring - KONTINUASJONSEKSAMEN**

### **Studium**

Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (2. år), Bachelorstudiet i markedsføring (3. år), Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon (3. år)

### **Kursansvarlig**

### **Institutt**

Institutt for markedsføring

### **Semester**

Se studieplan for aktuelt studium

### **Studiepoeng**

9

### **Undervisningsspråk**

Norsk

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**

#### **Bøker:**

Solberg, Carl. A. 2005. Internasjonal markedsføring. 7. utg. Oslo: Universitetsforlaget

#### **Artikkelsamling:**

Nes, Erik B., red. Artikkelsamling i Internasjonal markedsføring og ledelse 2006/2007. 2007. Denne er tilgjengelig via følgende Internettadresse:  
<http://www.bi.no/users/fgl93026/mrk9833.htm>

### **Anbefalt litteratur**

### **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 til at studentene kan justere sin innsats

fra case til case. (Se under eksamen).

### **Eksamen**

Evalueringen består av to deler:

#### **Del 1 - Skriftlig del**

Grupper a 4 studenter løser et case. Caset skal leveres skriftlig og det teller 50% av karakteren i faget. Administrasjonen kan endre gruppestørrelsen +/- 1 student for å få studentantallet til å gå opp i storgrupper.

#### **Del 2 - Casepresentasjon/casediskusjoner**

I tillegg til caseinnleveringen skal studentene presentere sitt case, og de skal lede en etterfølgende diskusjon om caset. Dette teller 12.5% av 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 totalkarakteren. 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**

Obligatorisk pensumlitteratur og egenproduserte notater til faget og caseløsningen.

### **Kontinuasjon**

Kontinuasjon gjennomføres siste gang vår -09. 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.