



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2009/2010

## **GRA 6409 Strategic Marketing Issues**

### **Studium**

Advanced Specialization Course (MSc), Master i internasjonal markedsføring og ledelse, Master i strategisk markedsføringsledelse, Master i økonomi og ledelse - Siviløkonom, Master i økonomi og ledelse - Siviløkonom (Marketing)

### **Kursansvarlig**

### **Institutt**

Institutt for markedsføring

### **Semester**

Se studieplan for aktuelt studium

### **Studiepoeng**

6

### **Undervisningsspråk**

Engelsk

### **Innledning**

The course description is available in English only, please see the English course description

### **Læringsmål**

### **Forkunnskaper**

### **Obligatorisk litteratur**

#### **Artikkelsamling:**

A number of scientific and managerial articles are compulsory literature. In addition students need to acquire a set of HBS cases.

#### **Annet:**

A list of compulsory readings will be provided on Blackboard or in class. During the course there may be hand-outs and other material on additional topics relevant for the course and the examination.

### **Anbefalt litteratur**

#### **Bøker:**

Larréché, Jean-Claude, Hubert Gatignon and Réme Triolet. 2003. Markstrat online : student handbook. Paris : StratX International

### **Emneoversikt**

### **Dataverktøy**

### **Læreprosess og tidsbruk**

### **Eksamen**

**Eksamenskode(r)**

**Hjelpemidler til eksamen**

**Kontinuasjon**

**Tilleggsinformasjon**