



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2009/2010

GRA 6420 Pricing Strategies: Measuring, Capturing and Retaining Value

Studium

Master i strategisk markedsføringsledelse, Master i økonomi og ledelse - Siviløkonom, Master i økonomi og ledelse - Siviløkonom (Marketing), Specialization Course

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

Annet:

A reading list of articles and cases will be provided 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:

Monroe, Kent B. 2003. Pricing : making profitable decisions. 3rd ed (International ed.). Boston : McGraw Hill/Irwin

Nagle, Thomas T. and John E. Hogan. 2006. The strategy and tactics of pricing : a guide to growing more profitably. 4th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice Hall

Emneoversikt

Dataverktøy

Læreprosess og tidsbruk

Eksamen

Eksamenskode(r)

Hjelpemidler til eksamen

Kontinuasjon

Tilleggsinformasjon