



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2009/2010

MRK 9900 Markedsføring på bedriftsmarkedet

Studium

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

Kursansvarlig

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Markedsføring til bedrifter er på mange måter mer komplisert enn til forbrukere og stiller spesielle krav til markedsstrategi og den mer utøvende markedsføringen. Dette gjelder spesielt organisasjoners kjøpsadferd, internorganisatoriske relasjoner og betydningen av personlig salg.

Mål

Målet med kurset er at studentene skal få innsikt i og forståelse for de problemområder bedriftene står ovenfor når de skal markedsføre sine produkter og tjenester til andre organisasjoner. Kurset skal gi studentene kunnskap om de teorier og metoder som er mest anerkjente blant praktikere og teoretikere. En praktisk forståelse for fagområdet vil bli tilegnet gjennom casearbeid og eksempler fra Norge og utlandet.

Forkunnskaper

Basiskunnskaper i markedsføring.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Biong, Harald og Erik B. Nes. 2009. Markedsføring på bedriftsmarkedet. 3. utg. Oslo: Universitetsforlaget. 458 sider

Anbefalt litteratur

Bøker:

Anderson, James C. and James A. Narus. 2008. Business market management : understanding, creating, and delivering value. 3rd ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall

Dwyer, F. Robert and John F. Tanner. 2008. Business marketing : connecting strategy, relationships, and learning. 4th ed. Boston : McGraw-Hill/Irwin

Emneoversikt

- Introduksjon; spesielle trekk ved bedriftsmarkedet
- Organisasjoners kjøpsadferd
- Etablering og utvikling av kunde-leverandørrelasjoner
- Segmentering på bedriftsmarkedet
- Bruk av virkemidler

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Kurset vil bli gjennomført med forelesninger av teori og arbeid i mindre grupper. Gruppearbeidet omfatter ett case som deles ut til studentene ved kursstart. Etter innlevering blir caset evaluert av foreleser og blir

deretter gjennomgått i plenum. Det forventes at studentene deltar aktivt i casediskusjonen. I store klasser blir denne delt i mindre grupper. Kurset gjennomføres med 33 timer til forelesninger og 3 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 for resten av klassen på den første oppgaven eller en oppgave som foreleser velger. Deretter åpnes det for kommentarer fra resten av klassen og diskusjon i plenum. Etter at gruppens løsning er diskutert velges en ny gruppe som presenterer løsningen på oppgave to eller en annen problemstilling som foreleser velger. Så velges en nye grupper så langt tiden tillater det. Siste time benytter foreleser til å oppsummere casediskusjonen.

Både caseinnleveringene og deltakelse i diskusjonene/presentasjonene er obligatoriske, og studentene oppfordres derfor til å arbeide aktivt med å løse oppgavene og være til stede ved gjennomgangen. Videre vil det komme spørsmål relatert til caset på den skriftlige eksamen.

Nettstudier

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. BI nettstudier benytter studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan, oppgaver og faglige artikler knyttet til ulike emner. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige 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. Hele caseprogrammet må fullføres og bestås innenfor samme semester. Ved Nettstudier er det aktiviteten på nettet som blir vurdert.

Eksamenskode(r)

MRK 99002 - Skriftlig caseprogram, vurderes til bestått/ikke bestått. (Ved Nettstudier er det aktiviteten på nettet som blir vurdert.)

MRK 99003 - Tre timers skriftlig eksamen, teller 100% av totalkarakteren i MRK 9900
Markedsføring på bedriftsmarkedet, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt ved caseløsningen.

BI-definert eksamenskalkulator er tillatt ved skriftlig eksamen.

Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes det definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.

<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Både del 1 – skriftlig caseprogram og del 2 – skriftlig eksamen må bestås for å få kurset godkjent, men eventuell kontinuasjon i en av delene kan gjøres separat.

I forbindelse med revidering av Bachelorstudiene fra og med studieåret 2009/2010, blir det endringer i sammensetningen av kurs i studiene, samt endringer i de enkelte kurs.

Dette kurset undervises siste gang våren 2010. Deretter tilbys kontinuasjonseksamen hvert semester tom. våren 2012.

Tilleggsinformasjon