



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2011/2012

MRK 2714 Markedsføring KONTINUASJONSEKSAMEN

Studium

KontinuasjONSEksamener

Kursansvarlig

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

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 and Kevin Lane Keller. 2009. Marketing management. 13th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice Hall. Kapitlene 1, 2, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 17, 20 (ved eventuelt annen utgave - kapitler som omhandler samme temaer som disse kapitlene)

Annet:

Eventuelt Kotler og Keller 13. utgave dersom denne foreligger til semesterstart

Anbefalt litteratur

Bøker:

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

Emneoversikt

- Segmentering og målgruppetenkning.
- Posisjonering og differensiering
- De fire P'er.
- Forbrukeratferd.
- Markedsplanlegging og strategi.

Dataverktøy

Er ikke påkrevd, men prosjektoppgaven og caseoppgaven 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. Blackboard benyttes også til å distribuere informasjon. Det er derfor en fordel om studentene har tilgang til Internett.

Gjennomføring

Kurset vil bli gjennomført med forelesninger av teori. Kurset gjennomføres med 36 timer til forelesninger. I forbindelse med caseoppgave 1 vil det bli en forelesning om casebesvarelse.

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

Gjennom kurset prøves studentene i tre eksamener, som alle må være fullført og bestått før karakter oppnås i kurset.

Del 1 - Caseoppgave 1, løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter. Caseoppgave 1 innleveres midt i semesteret, og besvarelsen skal være på 6-8 sider.

Del 2 - Caseoppgave 2, løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter. Caseoppgave 2 innleveres før skriftlig eksamen, og besvarelsen skal være på 6-8 sider.

Del 3 - Tre timers Individuell skriftlig eksamen.

Eventuell kontinuasjon i en av eksamenene kan gjøres separat.

Eksamenskode(r)

MRK 27141 - Caseoppgave 1, teller 30 % for å oppnå karakter i kurset MRK 2714
Markedsføring, 6 studiepoeng

MRK 27142 - Caseoppgave 2, teller 30 % for å oppnå karakter i kurset MRK 2714
Markedsføring, 6 studiepoeng

MRK 27143 - Skriftlig eksamen, teller 40 % for å oppnå karakter i kurset MRK 2714
Markedsføring, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler er tillatt for caseoppgavene.

Ingen hjelpemidler er tillatt til skriftlig eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen for caseoppgavene avholdes hvert semester - siste gang våren 2012.

Kontinuasjonseksamen for skriftlig eksamen avholdes hvert semester - siste gang våren 2012.

Tilleggsinformasjon