



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2012/2013

## GRA 4145 Brand Management

### Studium

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

### Kursansvarlig

Bendik Samuelson

### Institutt

Institutt for markedsføring

### Semester

Høst

### Studiepoeng

6

### Undervisningsspråk

Engelsk

### Innledning

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

### Læringsmål

### Forkunnskaper

### Obligatorisk litteratur

#### Bøker:

Keller, Kevin Lane. 2008. Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity. 3rd ed. Pearson/Prentice Hall

#### Artikkelsamling:

Compendium of articles will be available to buy from the document centre

#### Annet:

During the course there may be hand-outs and other material on additional topics relevant for the course and the examination.

### Anbefalt litteratur

#### Bøker:

De Chernatony, Leslie. 2010. From brand vision to brand evaluation : the strategic process of growing and strengthening brands. 3rd ed. Elsevier/Butterworth-Heinemann

Kapferer, Jean-Noël. 2012. The new strategic brand management : advanced insights and strategic thinking. 5th ed. Kogan Page. Chapter 3

Aaker, David A. 1996. Building strong brands. Free Press. Chapters 3-5

Aaker, David A. and Erich Joachimsthaler. 2000. Brand leadership. Free Press

### Emneoversikt

### Dataverktøy

### Læreprosess og tidsbruk

**Eksamen**

**Eksamenskode(r)**

**Hjelpemidler til eksamen**

**Kontinuasjon**

**Tilleggsinformasjon**