



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2012/2013

MRK 3510 Markedskommunikasjon

Studium

Bachelorstudiet i markedsføring (2. år)

Kursansvarlig

Even Johan Lanseng

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Høst

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset fokuserer på utvikling og ledelse av en bedrifts markedskommunikasjon. Temaer vil inkludere reklame, e-kommunikasjon, PR, salgsfremming, sponing og andre elementer i kommunikasjonsmiksen. Det vil bli lagt spesiell vekt på at markedskommunikasjon er en aktivitet som har bedriftsøkonomisk målsettinger. I denne sammenheng vil kurset, på den ene side, ta opp problemstillinger som integrert markedskommunikasjon, planlegging, mål, effektmålinger og, på den annen side, analysere hvordan markedskommunikasjonen virker gjennom forbrukerpsykologiske mekanismer.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Etter gjennomført kurs skal studenten kunne de relevante modeller og teorier som beskriver og forklarer hvordan markedskommunikasjon mottas, behandles, og responderes på av forbrukerne. Studenten skal også kunne sette mål for, planlegge og budsjettere markedskommunikasjonsaktiviteter samt forstå hvor viktige disse aktivitetene er i en forretningsmessig kontekst.

Ferdighetsmål

Etter gjennomført kurs skal studenten være i stand til å:

- Analytisk vurdere en bedrifts markedskommunikasjon herunder anvende kunnskap om planlegging og relevante modeller og teorier simultant slik at de avveininger og beslutningene de skal foreta er av høy kvalitet.
- Beskrive og forklare teorier og modeller innenfor integrert markedskommunikasjon.
- Anvende teorier og modeller på markedskommunikasjonsproblemer i case, arbeidskrav, fagoppgave og skriftlig eksamen.

Holdningsmål

Etter gjennomført kurs skal studenten være i stand til å:

- Forstå at de modeller, teorier og logikker som de blir presentert for i kurset er basert på utvalgte perspektiver på markedskommunikasjon som er relevant i en forretningsmessig kontekst, og at andre perspektiver kan være like relevante i andre kontekster.
- Forstå etiske vurderinger som angår markedskommunikasjon.

Forkunnskaper

MRK 3414 Markedsføringsledelse, MRK 2914 Markedsføring eller tilsvarende kunnskaper. Det anbefales at studentene har Forbrukeratferd i tillegg.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Pelsmacker, Patrick de, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh. 2010. Marketing communications : a European perspective. 4th ed. Financial Times/Prentice Hall

Anbefalt litteratur

Bøker:

Schultz, Don E., Heidi Schultz. 2004. IMC, the next generation : five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication. McGraw-Hill

Emneoversikt

1. Integrert markedskommunikasjon
2. Målsettinger, målgrupper, planlegging og budsjettering
3. Forbrukerpsykologiske mekanismer
4. Kommunikasjonsmiksens ulike elementer

Dataverktøy

Benyttes ikke.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset vil bestå av en kombinasjon av forelesninger og ulike former for oppgaveløsning. Under punktet "Oppgavegjennomgang og tilbakemeldinger i plenum" vil det kunne være ulike former for gjennomgang av arbeidskrav og presentasjoner fra studentene. Tilbakemeldinger vil bli gitt elektronisk eller i forelesninger.

Arbeidskrav

I kurset vil det være 5 obligatoriske oppgaver som skal innleveres til nærmere bestemte frister gjennom semesteret.

Det kreves at minimum 3 av de 5 oppgavene er godkjent for å få anledning til å avlegge eksamenene (prosjektoppgave og skriftlig eksamen). Eksamen vil delvis bygge på arbeidskravene.

Aktivitet	Timebruk
Forelesninger	30
Oppgavegjennomgang, veiledning og tilbakemeldinger i plenum	10
Forberedelse til forelesningene/lese litteratur	30
Oppgaveløsning	70
Selvstudium og kollokvier	58
Eksamen	2
Anbefalt tidsbruk totalt	200

BI Nettstudier

I kursgjennomføringen ved BI Nettstudier benyttes den nettbaserte undervisningsplattformen it's Learning. Her publiserer nettlærer fagstoff, øvingsoppgaver (inklusive innsendingsoppgaver med tilbakemeldinger), samt eventuelle case og digitale læringsressurser. Studentene gis mulighet til å kommunisere med nettlærer og medstudenter. Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i begynnelsen av semesteret og før eksamen. Nettstudentene tilbys også en studieguide, som er en pedagogisk veiledning til pensumlitteraturen.

Anbefalt tidsbruk i kurset:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisning (helgesamlinger)	8
Arbeid med pensumstoff, innsendingsoppgaver og oppgaver/aktiviteter på It's Learning	128
Oppgaveløsning og eksamen	64
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

30 timer - Forelesninger i klasserom

10 timer - Oppgavegjennomgang, veiledning og tilbakemeldinger i plenum

5 timer - Ansvarlig for gjennomføring og kontroll av arbeidskravene + henvendelser fra studentene vedr. dette (utføres sentralt av kursansvarlig)

45 timer totalt

Arbeidskrav

For å kunne avlegge avsluttende eksamen (prosjektoppgave og skriftlig eksamen), må tre av fem obligatoriske oppgaver være godkjent. Se punktet læreprosess og tidsbruk.

Eksamen

Endelig karakter i kurset vil bli satt på grunnlag av;

- En prosjektoppgave som løses individuelt eller i grupper på inntill 3 studenter. Denne teller 70 % av karakteren i kurset. Oppgaven vil bli levert ut i begynnelsen av semesteret.

- En to timers individuell skriftlig eksamen. Denne teller 30 % av karakteren i kurset.

Eksamenskode(r)

MRK 35101 - Prosjektoppgave teller 70 % i kurset MRK 3510, 7,5 studiepoeng

MRK 35102 - Eksamen teller 30 % i kurset MRK 3510, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle tilgjengelige hjelpemidler tillatt på prosjektoppgaven. Samarbeide på tvers av studentgrupper/besvarelser er ikke tillatt.

Ingen hjelpemidler tillatt til skriftlig eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamener tilbys hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke ta eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på prosjektoppgaven eller skriftlig eksamen, eller som ønsker å forbedre karakteren, må ta ny kontinuasjonseksamen ved senere gjennomføring av eksamen.

Tilleggsinformasjon