

421

Markedsføring – effektiv og målrettet kommunikation

Du opnår grundlæggende forståelse for begreber og mekanismer i markedsføring. Som en værktøjskasse og en måde at tænke på. Og det er i stigende grad relevant for alle virksomheder og organisationer, Du bliver dermed bedre rustet til at diskutere med, eller rådgive andre om effektiv kommunikation og selvfølgelig også til selv at planlægge og evaluere større eller mindre kampagner med promotion i centrum.

Fagets hovedelementer

- Markedsføringsplanlægning
- Situationsanalysen
- Handlingsparametre (de 7 P)
- Motivation og købs-adfærd
- Kommunikationsteori
- Segmentering og positionering
- Målsætninger og promotionmix
- Markedsanalyser

Eksamensform

Faget afsluttes med en mundtlig eksamen.

Underviser

Ole E. Andersen

Adgangskrav

Ingen.

Merit

Specialefaget Generel Markedsføring fra merkonomuddannelsen giver merit.

I øvrigt kan en bestået eksamen på fag med tilsvarende indhold og niveau give merit på baggrund af individuel ansøgning.

Litteratur og pensum

"Opsummering af Phillip Kotler, Marketing management" af Pernille Schnoor. Forlaget Ventus, 2005. Downloades gratis på www.ventus.dk

"Reklamekampagnen - analyse, planlægning og evaluering" af Ole E. Andersen. Forlaget Grafisk Litteratur, 2009.

OBS kan bestilles via Mediehøjskolens bibliotek.

Undervisningsdage

København: 1. marts, 6. april og 5. maj 2010

Århus: 3. februar, 10. marts og 14. april 2010

Eksamensdato

København: 25. maj 2010

Århus: 12. maj 2010

Omfang

6 ECTS-point – 165 timer

21 timer på undervisningsstedet (3 dage á 7 lektioner)

144 timer til forberedelse, opgaveløsning og eksamen.