

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2021
Markedsføring

1. semester

Varighed: 15 ECTS

Formål:

Formålet med forløbet er, at den studerende får overblik over og kendskab til relevante grundlæggende begreber, teorier og modeller inden for markedsføring. Den studerende skal opnå indsigt i emnerne strategi, metode og dataindsamling, markeds- og konkurrentanalyser, målgruppevalg, positionering samt kommunikations- og markedsføringsplanlægning. Forløbet skal også give den studerende et grundlæggende kendskab til markedsføringsretten, og gøre den studerende i stand til at praktisk anvende modtagerorienteret kommunikation inden for rammerne af en professionel etik.

Forløbet introducerer den studerende til skriftlig, visuel samt mundtlig og interpersonel kommunikation. Dette knyttes sammen med de markedsføringsfaglige læringsmål i en afsluttende projektopgave hvor de studerende skal præsentere et løsningsoplæg i et pitch format.

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Undervisningen vil foregå som en blanding af forelæsninger, holddiskussioner, gruppearbejde, workshops og selvstudie

Redskaber:

Microsoft Office

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Grundlæggende markedsføringsteori samt faserne i kommunikations- og markedsføringsplanlægning
- Grundlæggende teori indenfor markedsundersøgelser (marketing research) og undersøgelsesmetoder
- Grundlæggende markedsføringsret

De studerende skal opnå færdigheder i:

- Selvstændigt at kunne arbejde med fagets metoder og modeller
- At udføre kvalitative og kvantitative undersøgelser
- Mundtlig, skriftlig og visuel interpersonel kommunikation
- Brugen af kommunikationsværktøjer og retoriske virkemidler i en pitch-sammenhæng

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Håndtere marketingfaglige problemer

17.11.2023

Side 1 / 3

- Præsentere og forsvare faglige valg indenfor markedsføringsfaget
- Planlægge og udføre personlig fremtræden i professionel sammenhæng
- Argumentere og reflektere over faglige valg

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

Andersen, F. R. et al (2019). International markedsføring. 6. udgave. København: Trojka.

Rienecker, L., & Jørgensen, P.S. (2017). Den gode opgave. Håndbog i opgaveskrivning på videregående uddannelser, 5. udgave. Samfundslitteratur.

Christiansen, T. J. og Gabrielsen, J. (2010). Talens magt – indføring i mundtlig retorik. København: Hans Reitzels Forlag.

Litteratur - udleveres:

Jørgensen, Charlotte: Praktisk Argumentation (2004): Toulmins argumentmodel. Nyt Teknisk Forlag

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til fagets forelæsninger, og deltagelsespligt i fagets gruppearbejde.

17.11.2023

Side 2 / 3

Prøveform:

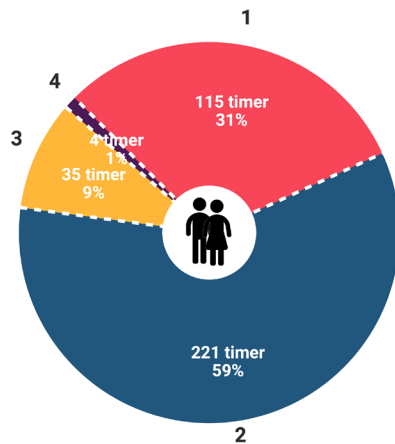
Forløbet afsluttes med en projektopgave som løses i grupper på tre eller fire studerende. Det skal fremgå af opgavens tekst, hvilke studerende der har været ansvarlige for hvert enkelt afsnit. Projektet forsvares ved en mundtlig eksamen på 35 minutter inkl. votering (40 minutter ved fire studerende) Den mundtlig eksamination gennemføres på baggrund af projektopgaven og en individuel refleksionsopgave, som afleveres samlet. Den mundtlige eksamen indledes med en præsentation i pitch-format (10 minutter). Der gives en samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af projektopgaven, den individuelle refleksions-opgave og den mundtlig eksamen efter 7-trins-skalaen med eks-tern censur.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Markedsføring

375 timer i alt
15 ECTS points
9 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Forelæsninger
Workshops
Vejledning
Eksamen

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Opgaver
Øvelser
Projektarbejde
Litteratur

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Studiegrupper
Informationssøgning

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Spørgetimer
Studievejledning

17.11.2023

Side 3 / 3

Godkendt af BBS, 2021-08-13