

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2018

Markedsføring

1. semester

Varighed: 7 uger (10 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.

Egenskaber: Lærevillighed, samarbejdsevne

Metoder: Forelæsning og opgaver

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Grundlæggende marketingteori samt faserne i kommunikations- og markedsføringsplanlægning
- Grundlæggende teori indenfor marketing research og undersøgelsesmetoder

De studerende skal opnå færdigheder i:

- At selvstændigt kunne arbejde med fagets metoder og modeller
- At udføre kvalitativ og kvantitativ marketing research

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Håndtere marketingfaglige problemer
- Præsentere og forsvare faglige valg indenfor markedsføringsfaget

Litteratur:

Andersen, F. R et al (2015). International Markedsføring. 5. udgave. København: Trojka.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til fagets forelæsninger.

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 et fælles mundtlig forsvar og efterfølgende individuel eksamination, med 20 minutters eksamination pr studerende, inklusive votering. Eksamen bedømmes efter 7-trinsskalaen, med eksternt censur.

Studieaktivitet

En vejledende fordeling af undervisningstid på holdet, egen studier samt evt. yderligere opgaver i forløbet er illustreret herunder.

