

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2017

Markedsføring

1. semester

Varighed: 3 uger (5 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 opnår indsigt i og forståelse for emner som marketingresearch, konkurrentanalyse, segmentering, positionering og branding.

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
- Anvende markedsføringsteori på medieprodukter

Litteratur:

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

Andersen, F. R et al (2016). International Markedsføring. Cases og opgaver. 5. udgave. København: Trojka.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til fagets forelæsninger.

Prøveform:

Forløbet afsluttes med en individuel skriftlig eksamen, af tre timers varighed, og under tilsyn på højskolen. Til prøven skal den studerende medbringe computer. Prøven bedømmes efter 7-trinsskala med ekstern censur.

Studieaktivitet

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

