

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 er uddannet sociolog fra Københavns Universitet, men kastede sig hurtigt over markedsanalyser, markedsføring specielt kommunikation. Efter 12 år med markedsanalyse, blev Ole E. adm. Direktør for Dansk Reklame Film (biografreklame) og senere hen rektor for Reklameskolen. I mere end 25 år har Ole E. været ekstern lektor på CBS (Handelshøjskolen i København) og har - som noget helt unikt - modtaget Undervisningsprisen 2 gange. Mediehøjskolen har nu i 5 år haft fornøjelsen af denne engagerede og pædagogiske underviser både på dagskolen og på Medie-enkeltfag.

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.

Undervisning

Type: Mediefag

Sted: Mediehøjskolen, Emdrupvej 72, 2400 København NV

Journalishøjskolen, Oluf Palmes Allé 11, 8200 Aarhus N

Omfang

5 ECTS point – 138 timer

21 timer på undervisningsstedet (3 dage á 7 lektioner)

120 timer til forberedelse, opgaveløsning og eksamen