



ME2024 Industriell marknadsföring, avancerad kurs 6,0 hp

Industrial Marketing, Advanced Course

När kurs inte längre ges har student möjlighet att examineras under ytterligare två läsår.

Fastställande

Kursplan för ME2024 gäller från och med HT10

Betygsskala

A, B, C, D, E, FX, F

Utbildningsnivå

Avancerad nivå

Huvudområden

Industriell ekonomi

Särskild behörighet

Industriell ekonomi grundkurs, eller liknande/motsvarande.

Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

Lärandemål

Att förstå och tillämpa strategiskt marknadsföringstänkande och avancerade former av varumärkesstrategi. Efter kursen ska studenterna kunna skapa en strategisk segmentering och positionering och utveckla en kapitaliseringsstrategi för mogna varumärken.

Kursinnehåll

Kursen omfattar två huvudsakliga områden: Strategisk Marknadsföring med focus på segmentering och positionering och Strategic Brand Management med inriktning på komplexa varumärkesstrategier.

Kurslitteratur

Tybout and Calkins ed (2005) Kellogg on Branding, Wiley, USA. Uggla, H (2005) Creating Brand Alliances, PhD Brand Management Publishing Group.

Examination

- SEMA - Seminarier, 3,0 hp, betygsskala: P, F
- TENA - Tentamen, 3,0 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F

Examinator beslutar, baserat på rekommendation från KTH:s handläggare av stöd till studenter med funktionsnedsättning, om eventuell anpassad examination för studenter med dokumenterad, varaktig funktionsnedsättning.

Examinator får medge annan examinationsform vid omexamination av enstaka studenter.

Övriga krav för slutbetyg

Tentamen måste skrivas på engelska för att bli rättad av läraren. Den är ogiltig om den besvaras på annat språk.

Etiskt förhållningssätt

- Vid grupparbete har alla i gruppen ansvar för gruppens arbete.
- Vid examination ska varje student ärligt redovisa hjälp som erhållits och källor som använts.
- Vid muntlig examination ska varje student kunna redogöra för hela uppgiften och hela lösningen.