



ME2088 Portföljstrategi för varumärken 6,0 hp

Brand Portfolio Management

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

Fastställande

Kursplan för ME2088 gäller från och med VT16

Betygsskala

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

Utbildningsnivå

Avancerad nivå

Huvudområden

Industriell ekonomi

Särskild behörighet

Industriell Marknadsföring grundkurs eller liknande

Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

Lärandemål

Efter den här kursen ska deltagarna kunna:

- bedöma storleken och strukturen på en teknologisk varumärkesportfölj och hur man ska gå tillväga för att optimera varumärkesportföljen strategiskt
- avgöra när man ska lägga till varumärken eller krympa portföljens storlek i teknologiföretaget.
- skapa ett system av strategiska portföljroller
- jobba systemetiskt med varumärkeskonsolidering
- expandera portföljen genom varumärkeslicensiering och franchising
- avveckla varumärken
- bedöma kandidater för uppköp på basis av varumärkesstyrka och affärspotential
- allokera ekonomiska resurser till olika varumärken baserat på deras styrka och vitalitet

Kursinnehåll

Brand Portfolio Management fokuserar på praktiska strategier för varumärken på en mogen marknad med komplexa varumärkesstrukturer och en ofta fragmentariserad marknadsplats. Syftet med kursen är att möjliggöra teoretiska insikter och rent praktiska kunskaper för att tillämpa högteknologisk varumärkesarkitektur och utformningen av en enhetlig och trovärdig varumärkesstrategi för det industriella företaget över tiden. Teknologointensiva företag som 3M, Microsoft, Honeywell, ABB och General Electric är typiska representanter för en verklighetsanpassad tillämpning av Brand Portfolio Management på en industriell marknad.

Kursen syftar också till att formulera en mer expansiv syn på vad en varumärkesportfölj och en varumärkesarkitektur innebär i praktiken och olika definitioner av varumärkesportföljer och varumärkessystem diskuteras i relation till utvidgningar, allianser och högteknologiska ingrediensvarumärken, såsom Intel Inside (processorteknologi) och Gore-Tex. (membranteknologi). En annan viktig aspekt är att betrakta individen ur ett portföljperspektiv hur individen kan bygga sitt eget varumärke över tiden. Kursen karaktäriseras av en stark industriell verklighetsförankring med en realistisk referensram och industriella portföljprojekt.

- Brand Portfolio teori för industriella företag
- Varumärkesarkitektur för teknikföretag
- Utvecklande av varumärkesidentitet för teknikföretag
- Portföljroller och positionering för industriella varumärken
- Energiskapande och differentierande varumärken.
- Positioneringsnivåer i industriella företag.
- Industriella varumärkesrelationsspektrum
- Skapande av energi i en varumärkesportfölj

- Inklusiva vs exklusiva portföljstrategier
- Co-branding, ingredient branding för teknikprodukter
- Varumärkeskonsolidering i teknikföretag

Postmerger Industrial Brand Management

Portföljprojekt för högteknologivarumärke eller industriellt varumärke

Kurslitteratur

Aaker, D.A. (2004) Brand Portfolio Management, The Free Press, New York

Mc Dowell-Mudambi, S (1997) "An Exploratorion of Branding in Industrial Markets, Industrial Marketing Management, Industrial Marketing Management Vol. 26, s. 433-446,

Theile, K & Burr, W (2001) "Ingredient branding: Perspectives and problems of brand development in business to business and enduser relations", Vol 9, s.443-465. Advances in Business Marketing and Purchasing.

Honeywell (2011) Honeywell Brand Strategy and Visual Identity System: Training Session http://brand.honeywell.com/wp-content/uploads/2011/09/Honeywell-Brand-Strategy-and-Visual-Identity-SystemTraining-Session_Revised_1216.pdf

Examination

- PRO1 - Projekt, 3,0 hp, betygsskala: P, F
- TEN1 - Skriftlig 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.

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.