Norges miljø- og biovitenskapelige universitet
Handelshøyskolen

Emnenavn: Bærekraftig markedsføringsledelse[1]
Emnekode: AOS121-B
Emneansvarlig: Thore Larsgård
Studiepoeng: 7,5
Normert arbeidsmengde: 187,5 timer
Undervisningsperiode: Høstparallellen, uke 43-50 2022

Innhold:
Emnet dekker grunnleggende begreper og teorier i bærekraftig markedsføring, med vekt på forbrukermarkedet:

- Markedsføring, markedsføringsledelse og markedsplanlegging
- Markedsplan, segmentering, relasjoner og produktkonsept
- Identifisering av "grønne" verdier og segmenter
- Strategier for å nå og å forsterke grønne segmenter
- Pris, markedskommunikasjon og markedsnettverk
- Merkevarer, merkearkitektur, merkekommunikasjon og merkeledelse i et bærekraftperspektiv
- Kjøpsprosessen, forbrukerholdninger og kjøpsatferd i bedrifter
- Faktorer som påvirker bedriften, markedskunnskap

Læringsutbytte
Kunnskap: Studenten har grunnleggende forståelse for markedsføringens virkeområder, kjenner til sentrale begreper, teorier og metoder i markedsføringen, og kjenner til eksempler på bruk av markedsføring i enkelte bedrifter. Studenten har videre god forståelse for hvordan markedsføring kan bidra til økt bærekraft i samfunnet gjennom å skape endringer i forbruksmønsteret.

Ferdigheter: Studenten kan finne, vurdere og henvise til informasjon relevant for markedsføring og framstille dette slik at det belyser grunnleggende problemstillinger innen markedsføring og bærekraft. Studenten kan delta i løsning av enkle markedsføringsutfordringer i praksis.

Generell kompetanse: Studenten kan anvende kunnskap og ferdigheter innen markedsføring i samarbeid med andre, og er i stand til å reflektere og tenke kritisk rundt enkle markedsføringsproblemer.

Læringsaktiviteter og -støtte
Digitale forelesninger, videofilmer, quizer og ukentlige øvinger. 4-5 timer digitale forelesninger per uke. Det legges opp til 2 timer øving per uke. Studentene må levere og få godkjent minst 2/3 av innleveringsoppgavene.
Studentene vil få tilgang til nettressurser på i Canvas.

Overlapp
Kurset overlapper 5 studiepoeng med AOS120/AOS120F Markedsføring. Det vil si at har du tidligere bestått eksamen i emnet ved NMBU, så får du kun 2,5 studiepoeng etter bestått eksamen. Emnet AOS120/120F kan da inngå som en del av din årsenhet.

Pensum
Fullstendig pensum vil bli kommunisert før oppstart av emnet.
Følgende lærebok vil inngå i pensum: Nygaard, Arne: Grønn Markedsføringsledelse

Eksamen
3 timers digital hjemmeeksamen. Bestått / Ikke bestått.

[1] NB! Kursbeskrivelsen kan bli gjenstand for justeringer og endringer før kursstart.