MAR405	**Distribusjons-, Salgs- og Prisstrategi (Channel, Sales and Price Strategies)**	**7,5 studiepoeng**

Norsk	**Spesialisering i markedsføring**	**HØST**

1. LÆRINGSMÅL

Kurset gir fordypning i teorier, modeller og metoder som er relevante for å forstå og gjennomføre markedsstrategiske beslutninger. Gjennom kurset vil det bli lagt vekt på å forstå interne og eksterne drivkrefter som virker inn på bedrifters valg av distribusjons-, salgs, og prisstrategier.

2. INNHOLD

Emnet inneholder:

- Anvendelser av agentteori
- Anvendelser av transaksjonskostnadsteori
- Anvendelser av sosial kontraktsteori
- Makt, konflikt og beslutninger i distribusjonskanaler
- Make & Buy beslutninger i marketing, inkl. internasjonale inngangsstrategier
- Salgsledelse og effektivt salg
- Priseffekter, prissetting og prisstrategier

3. LÆRINGSAKTIVITETER

Undervisningen vil i hovedsak være basert på forelesninger og aktiv medvirkning fra studentenes side. Studieopplegget er i stor grad basert på selvstudium med fordypning i de ulike emneområdene. Det forutsettes videre at studentene deltar aktivt i undervisningen og seminararbeidet.

4. DELTAKELSE

Obligatoriske seminarinnlegg og oppgaveløsninger vil være knyttet til sentrale emneområder i fagplanen. Oppgavene og seminarinnlegg må være løst på en tilfredsstillende måte innenfor gitte tidsfrister for at den enkelte student kan melde seg til eksamen. Deler av undervisningen skjer på engelsk, og det oppfordres også til at studentene leverer inn besvarelser på engelsk for at studentene skal bli fortrolig med engelsk som arbeidsspråk i praktisk markedsføring.

5. VURDERING

Vurdering gjennom studietiden
Oppgaver og presentasjoner som må være løst i løpet av kurset må være bestått før kandidaten kan få kurset godkjent.

Avsluttende vurdering
Den avsluttende vurderingen skjer ved 4 timers skoleeksamen som teller 100% av karakteren i kurset.

Vurderingsuttrykk
Gradert karakterskala A – F, der A er beste karakter og F er ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Ingen

6. LITTERATUR

Litteratur blir offentliggjort sammen med plan for hvert semester.