

## AU International markedsføring og - analyse

### Vejledende lektionsplan Efterår 2013

Dato	Emne	Litteratur
3/9	Introduktion	
10/9	Markedsinformation	Kap. 10 s.235 - 248
17/9	Markedsundersøgelser 1	Kap. 10 s.249 - 288
24/9	Markedsundersøgelser 2	Kap. 10 s.289 - 318
1/10	Markedspotentiale	Kap. 11
8/10	Kunders købsadfærd og købskriterier (B2C)	Kap. 7
15/10	Efterårsferie	
22/10	Kunders købsadfærd og købskriterier (B2B+B2G)	Kap. 8
29/10	Forretningsmodeller	Udleveres
5/11	Segmentering	Kap. 12
12/11	Positionering	Kap. 13
19/11	Branding	Kap.17
26/11	Internationalisering	Kap. 14
3/12	Markedsudvælgelse	Kap. 15
10/12	Vejledning projektskrivning (Adobe Connect)	
17/12	Indtrængningsstrategier	Kap. 16
17/12	Aflevering af projekt i 3 eksemplarer + upload	

**Eksamen: tirsdag og onsdag den 7. og 8. januar 2014**

**Sted:** University College Nordjylland (UCN), Lindholm Brygge 35, Lokale 5.2.01

**Tid:** Tirsdag kl. 17.30 – 20.45

**Underviser:** Jens Kjær Sørensen, E-mail: [jks@ucn.dk](mailto:jks@ucn.dk)

**Website:** [www.marketing-info.dk](http://www.marketing-info.dk)

#### Litteratur:

- ”**International markedsføring**”, Finn Rolighed Andersen m.fl., 4. udgave, Trojka 2011  
ISBN 978-87-92-09846-7
- ”**Cases og opgaver til International markedsføring**”, Finn Rolighed Andersen m.fl., 4. udgave, Trojka 2011  
ISBN 978-87-92-09847-4

INTERNATIONAL  
MARKEDSFØRING

