Business til humanister til Business

TILVALG

Marketing, Branding & Kommunikation

Giv din humanistiske uddannelse et markedsorienteret twist

Du er sikkert allerede godt i gang med et humanistisk centralfag og har lyst til at give dig selv en anderledes og mere erhvervsrettet profil.

Med et tilvalg i *Marketing, Branding og Kommunikation* får du ikke bare en spændende uddannelse, men også gode kort på hånden i en jobsøgningssituation.

➲ Kan læses i: **Odense**

Sæt trumf på dine kvalifikationer

Du vil blive klædt godt på til at udføre spændende opgaver inden for marketing, branding og kommunikation gennem en bred vifte af fag, der er særligt udvalgte.
Du lærer bl.a. at:

- formidle budskaber til virksomheders forskellige målgrupper
- tilrettelægge brugen af medier i forbindelse med brandingprocesser
- fortolke og vurdere markedsundersøgelser
- analysere nye tendenser i forbruget
- diagnosticere organisationers kulturer

Uddannelsens indhold

Tilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation er et fuldtidsstudium på 45 ECTS, hvoraf de 35 ECTS er kernefag, og de sidste 10 ECTS består af valgfag.

Tallene i parentes angiver fagets størrelse i ECTS

2. Sem.	Marketing og forbruger-adfærd (10)	Markeds-kommunikation og reklame (10)		Valgfag (10)*
1. Sem.	Markeds-forståelse og -analyse (5)	Organisations-forståelse og -kulturanalyse (5)	Brand Management (5)	

*Der skal vælges valgfag svarende til i alt 10 ECTS. Der kan vælges mellem et 10 ECTS fag eller to 5 ECTS fag. Semesterplaceringen på valgfagene fremgår af oversigten overfor.

Valgfag	ECTS	Semesterplacering
International Service Management	5	1.
Kultursociologi	5	1.
Interkulturel kommunikation*	5	1.
Tekstanalyse og tekstproduktion*	10	1.
Medievalg og planlægning	5	2.
Visuel analyse og design*	10	2.
Interpersonel kommunikation*	10	2.
Innovation, projektledelse og teambuilding*	10	2.
Praktikophold	5	1. eller 2.

* Udbydes af Studienævn for International Virksomhedskommunikation.

Kernefag

Markedskommunikation og Reklame
Faget lærer dig at analysere og planlægge markedsrelateret kommunikation og reklame samt at vurdere kommunikationsstrategiers potentielle virkning og hensigtsmæssighed.

Brand Management
Faget introducerer dig for branding som et strategisk og ledelsesmæssigt værktøj med udgangspunkt i et kulturelt og forbrugerorienteret perspektiv.

Marketing og Forbrugeradfærd
Faget giver dig en introduktion til marketing – f.eks. konkurrentanalyse, segmentering, målgruppevalg og brand positionering – og forbrugeradfærd f.eks. faktorer, der styrer forbrugsvaner, som f.eks. personlighed, holdninger, livsstil og sociale grupper.

Markedsforståelse og -analyse
Faget introducerer de vigtigste begreber inden for markedsanalyse og kvalitative undersøgelsesmetoder, og du vil få mulighed for at afprøve teorien i praksis.

Organisationsforståelse og -kulturanalyse
Fagets fokusområde er analyse af virksomheder og organisationskulturer, og du får indsigt i de vigtigste organisationsteorier.

MBK-tilvalget åbner døre

Vælger du at føje Marketing, Branding og Kommunikation til din bachelortitel, vil du automatisk åbne døren for en lang række mulige overbygningsuddannelser: Eksempelvis cand.negot. i Human Resource Management eller Marketing og Kommunikation, cand.mag. i International Virksomhedskommunikation m.fl.

Men du vil også opleve, at der vil blive åbnet døre for dig som færdiguddannet kandidat. Du vil kunne søge en bred vifte af job inden for det offentlige og det private. Jobfunktionerne kan variere fra administrative stillinger til job af mere kreativ karakter eksempelvis på reklamebureauer.

Kort til erhvervslivet
- for markedsorienterede humanister

Kontakt os

Studienævnssekretær Sabine Jørgensen
sabj@sam.sdu.dk

Faglig vejleder Rie Lund
Fvl17@samnet.sdu.dk
Træffetid: Mandag kl. 12-14
Telefon: 6550 3191 (kun i kontortiden)
Se mere på **www.sdu.dk/mbk**

LINK SDU
MARKETING & MANAGEMENT

januar 2010