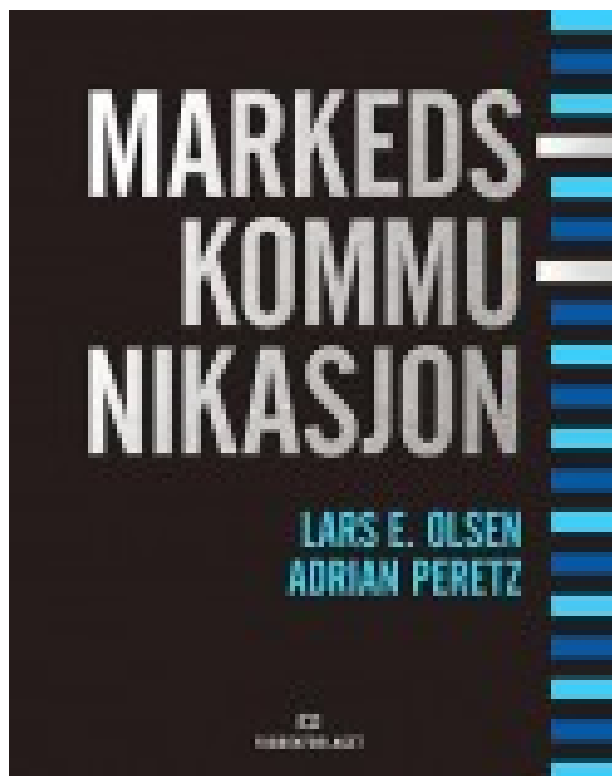


Markedskommunikasjon



Forfatter:	Lars E. Olsen og Adrian Peretz
Forlag:	Vigmostad & Bjørke AS
Sprak:	Bokmål
Antall sider:	438
ISBN/EAN:	9788245013689
Kategori:	Markedsføring
Utgivelsesår:	2017

[Markedskommunikasjon.pdf](#)

[Markedskommunikasjon.epub](#)

Markedskommunikasjon er i en lang rekke internasjonale fagbøker den første norske siden Helgesen utkom med sin siste utgave i 2004. Markedskommunikasjon som fagfelt og som profesjon er i en endringstid. Digital teknologi og nye mediekkanaler åpner for spennende, kreative budskap i nye mediekkanaler og i nye situasjoner, men gjør det også mer krevende å holde oversikten. Til tross for mange endringer er det imidlertid veldig mye som ikke er endret. Målet med markedskommunikasjon er å oppnå effekter. Alle disse effektene, enten det er kjennskap, kunnskap, holdninger eller atferd, kan kun oppnås gjennom å påvirke mennesker, eller deres hjerner. Og disse hjernene har ikke endret seg på grunn av vår tids digitale transformasjon. De er et produkt av millioner av år med evolusjon, og de siste 10-15 årene er i det perspektivet bare en liten «dråpe i havet». Markedskommunikasjon balanserer disse to, tilsynelatende motstridende, trekkene ved markedskommunikasjon. Forfatterne gir i denne boken et oppdatert bilde av markedskommunikasjon, samtidig som de lengre linjene trekkes: - Om hvordan og hvorfor markedskommunikasjon virker. - Ved å gi deg teoretisk og analytisk innsikt til å tolke muligheter i markedskommunikasjon, både i dag og i de nærmeste årene. - Gjennom avveiningen mellom hva som er teoretisk etablert, testet og anerkjent i akademisk forskning, og hva som er teknologisk mulig i praksisfeltet. Mange lærebøker i markedskommunikasjon handler like mye om markedsføring og forbrukeratferd og/eller om merkevareledelse, som om markedskommunikasjon. Denne boken handler kun om markedskommunikasjon, med unntak av noe forbrukeratferd og generell markedsføring for pedagogisk å kunne klargjøre poenger. Denne boken henvender seg til alle som studerer, jobber med eller er interessert i markedskommunikasjon.

Lars Erling Olsen er professor i markedsføring og instituttleder ved Høgskolen Kristiania. Adrian Peretz er

førsteamanuensis og faglig studieleder for bachelorstudiet i markeds...

Vi vil gjerne vise deg en beskrivelse her, men området du ser på lar oss ikke gjøre det. Å friste turister med de mest attraktive tilbudene, er en viktig oppgave for alle som jobber på markedet turisme. Det er en kunst å være aktuell. Bedre og Bedre jobber med markedskommunikasjon og motivasjon gjennom innvolvering og opplevelser. Sammen med kunden går vi gjerne utradisjonelle veier for å skape. Nettstedet Visjon er en digital komponent til læreverket Visjon i faget markedsføring og ledelse på videregående skole. Nettstedet består av en lærerside og en. (1990) Bettina er tilknyttet avdelingen for markedskommunikasjon hvor hun primært jobber med merkevarebygging, kommunikasjonsstrategier og planer, PR- og mediearbeid. Vi sier at produktet består av disse tre nivåene: 1 kjerneproduktet, 2 det konkrete produktet og 3 det forventede produktet. Kjerneproduktet er. Markedskommunikasjon vil si å formidle et markedsføringsbudskap fra selgeren til mulige kjøpere. Kommunikasjonsstrategi er strategier for hvordan vi henvender oss. Visjon er et læreverk i programfaget markedsføring og ledelse for videregående skole. Visjon 1 for vg2 ble utgitt første gang mai 2011, Visjon 2 for.

Fagstoff: Den vanligste måten å organisere en bedrift på er linjeorganisering. Det er naturlig å starte som linjeorganisasjon for deretter å utvikle seg til en. Fagstoff: Som navnet tilsier, er en prosjektorganisasjon en organiseringsform som er laget for å løse et spesifikt prosjekt som skal gjennomføres. Et prosjekt har.