

Uge nr.	Kernestof/Emne	Teorier/begreber	Materiale
Uge 33-39	Internationalisering	Virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab. Udvælgelse af markeder i form af forskellige markedsudvælgelsesmetoder. Kulturelle forhold.	Kap. 28 og 29 side 626-666, kap. 30 side 667-683, kap. 31 side 684-703 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.
Uge 40-41	Målgruppevalg globalt	Segmentering, målgruppevalg og positionering globalt	Kap. 32 side 704-711. Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave.
Uge 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 2, 3	Marketing mix globalt	De 4 P'er på internationalt niveau. Med udgangspunkt i valg af målgruppe skal virksomhedens parameterindsats analyseres og vurderes. Overvejelser om i hvilket omfang virksomhedens marketingmix skal differentieres eller standardiseres.	Kap. 33, 34, 35, 36 og 37. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.
Uge 4 og 5	Marketingplan globalt		Kap. 39 side 818-832. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.

Uge 6, 8, 9 og 10	Diverse eksamenstræning, repetition		
Uge 15-19	Eksamensprojekt		

Uge nr.	Emne	Teorier/begreber	Kernestof
Uge 33-39	Internationalisering	Virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab. Udvælgelse af markeder i form af forskellige markedsudvælgelsesmetoder. Kulturelle forhold.	Kap. 28 og 29 side 626-666, kap. 30 side 667-683, kap. 31 side 684-703 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.
Uge 40-41	Målgruppevalg globalt	Segmentering, målgruppevalg og positionering globalt	Kap. 32 side 704-711. Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave.
Uge 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 2, 3	Marketing mix globalt	De 4 P'er på internationalt niveau. Med udgangspunkt i valg af målgruppe skal virksomhedens parameterindsats analyseres og vurderes. Overvejelser om i hvilket omfang virksomhedens marketingmix skal differentieres eller standardiseres.	Kap. 33, 34, 35, 36 og 37. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.
Uge 4 og 5	Marketingplan globalt		Kap. 39 side 818-832. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.

Uge 6, 8, 9 og 10	Diverse eksamenstræning, repetition		
Uge 15-19	Eksamensprojekt		