

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Customer Relations and Marketing (FLM0000639), 4.0
Toteutus	BIT13: 1/2013-2014 , BIT13: 2/2013-2014 (02.09.2013 - 31.12.2013)
Tyyppi	OPINNOT (OP)
Ryhmät	Ensisijainen: FA-LUOTI Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: 1 Maksimi: 1
Ilmoittautumisaika	31.05.2013 08:00 - 15.09.2013
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin:
Opettajat	
Kampus	Lahden ammattikorkeakoulu
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 0 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	31.01.2014 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 31.12.2014
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Learning objectives © ©The student ©-understands the marketing process ©-understands the strategic role of marketing in corporations ©-understands the value of customer oriented thinking in corporations ©-knows the basic concepts and tools of marketing ©-is able to pursue them in a business context. © ©Contents © ©Customer oriented approach in business, marketing environments, customer relationship marketing, consumer behaviour and purchasing process, marketing mix: product, price, place, promotion. © ©Assessment and evaluation © ©Contact lectures, exam, course work. © ©Evaluation: 1-5. © ©Materials © ©Kotler, P, Armstrong, G. 2012. Principles of Marketing. © ©or © ©Armstrong, G. Kotler, P. 2013. Marketing An Introduction ©
Edeltävät opinnot	
Muut toteutusjärjestelyt	04BUS602/4 CUSTOMER RELATIONS AND MARKETING 4 ECTS © ©Learning objectives © ©The student ©understands the value of customer oriented thinking in corporations ©knows the basic concepts and tools of marketing ©is able to pursue them in a business context. © ©Contents © ©Customer oriented approach in business, marketing environments, customer relationship marketing, consumer behaviour and purchasing process, marketing mix: product, price, place, promotion. © ©Assessment and evaluation © ©Contact lectures, exam, course work. ©Evaluation: 1-5. © ©Materials © ©Kotler, P, Armstrong, G. 2004. Principles of Marketing.