



Ekonomihögskolan

FEKA25, Företagsekonomi: Principer för och hantering av marknadsföring på nätet, 7,5 högskolepoäng

Business Administration: On-line Marketing Principles and Management, 7.5 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen 2016-09-27 att gälla från och med 2016-09-27, höstterminen 2016.

Allmänna uppgifter

Kursen ges som uppdragsutbildning.

FEKA25 är en kurs i företagsekonomi som ges på grundnivå.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Företagsekonomi

Fördjupning

G1N, Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Kursens mål

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som kan visa

Kunskap och förståelse

- Gedigna kunskaper om grundläggande strategier och taktik för effektiv marknadsföring och varumärkesbyggande på nätet
- Funktionella kunskaper om insamling, analys och tillämpning av data från nätet för marknadsföringsbeslut
- God förståelse för betydelsen av sociala medier för marknadsförare, konsumenter och samhället i stort
- Modeller och verktyg för att följa, mäta och värdera marknadsföring på nätet och dagligen administrera plattformar på nätet

Färdighet och förmåga

- Utvecklad analytisk förmåga på området genom att använda centrala begrepp, modeller och tekniker såväl muntligt i falldiskussioner som i skriftliga uppsatser
- Utvecklade praktiska färdigheter på området genom att använda teoretiska kunskaper för att lösa praktiska problem
- Utvecklad förmåga att anlägga såväl ett hanterings- som ett konsumentperspektiv på marknadsföring och varumärkesbyggande på nätet

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Förmåga att följa utvecklingen av forskningen om marknadsföring/varumärkesbyggande på nätet genom tidskriftsartiklar, e-böcker och andra elektroniska resurser
- Förmåga att aktivt använda marknadsföringsverktyg på nätet, t ex genom att skapa en egen blogg, bygga upp en marknadsföringskampanj, bedriva forskning om marknadsföring på nätet, etc, som en förberedelse för vidare arbete med dem
- Förmåga att arbeta såväl självständigt som i grupper med deltagare från olika kulturer (organisatoriska enheter) för att lösa praktiska problem och bedriva ett mer omfattande projekt

Kursens innehåll

Kursens syfte är att deltagarna ska utveckla ett praktiskt förhållningssätt till marknadsföring på nätet och lära sig att använda specifika digitala verktyg för att bygga upp varumärkesvärde i B2B-sektorn. Syftet uppnås via lärande genom handling, vari deltagarna möter yrkesverksamma som delger praktiska erfarenheter från aktuella fall och med omfattande användning av nätplattformar.

Kursen är inriktad på att studenterna ska förstå olika nätplattformar tillräckligt väl för att kunna:

- a) identifiera hur de kan användas för att de affärsmässiga målen ska kunna uppnås på ett bättre sätt
- b) förstå hur de ska kontrollera och underhålla dem
- c) förstå hur de ska kunna mäta och värdera utförande och resultat

Kursinnehållet har en betoning på teori och reflektion över lärandekomponenter på nätet som ett stöd till studenternas lärande under kursen.

Kursens genomförande

Kursen behandlar marknadsföring på nätet med ett praktiskt tillvägagångssätt. Den genomförs som en nätbaserad distanskurs med föreläsningar, workshoppar, webinarier och interaktiva verktyg på nätet. Studenterna förväntas interagera med lärarna och de andra deltagarna via en digital läroplattform och genom att använda digitala samarbetsverktyg. De olika delarna i marknadsföring på nätet behandlas i de fem undervisningsmodulerna.

Modul 1: Traditionell marknadsföring i förhållande till marknadsföring på nätet

Modul 2: Köparens utveckling i B2B-miljön

Modul 3: Nya möjligheter för marknadsföring och försäljning genom marknadsföring på nätet

Modul 4: Innehållsmarknadsföring och nätverkande på nätet (sociala medier)

Modul 5: Att sprida budskapet – sökmotoroptimering och reklam på nätet

Kursens examination

Bedömning av student sker på basis av fortlöpande uppgifter som tester och övningar samt individuella uppgifter och gruppuppgifter för var och en av de fem modulerna. Varje modul betygsätts med ett av uttrycken Godkänd (D) eller Underkänd (U). För att bli godkänd på hela kursen måste studenten vara godkänd på samtliga moduler.

Provl/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd.

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Godkänd (D) och Underkänd (U).

Betyg (Benämning) Karakteristik.

G Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

U (Underkänt). Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas gentemot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat. Vid bevisat fusk kan påföljden bli avstängning från studier vid Lunds universitet under en viss tid.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt Matematik 3b eller 3c och Samhällskunskap 1b eller 1a1+1a2.

Övrigt

Studenter som är antagna till program där kursen ingår är kvalificerade för kursen. För studenter som läser kursen som fristående kurs krävs, åtminstone, grundläggande behörighet samt Matematik C och Samhällskunskap A.

Vid nedläggning av kursen: Vid nedläggning av kursen kommer, inom tre terminer efter kursens nedläggning, att erbjudas tre extra tillfällen för examination av respektive examinationsmoment i kursen till studenter med inte godkänt resultat. Observera att efter detta kan du få intyg bara på de examinationsmoment som du är klar med.

Prov/moment för kursen FEKA25, Företagsekonomi: Principer för och hantering av marknadsföring på nätet

Gäller från H16

1601 Principer för och hantering av marknadsföring på nätet, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd