



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

SKOC42, Strategisk kommunikation: Digital marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng

Strategic Communication: Digital Marketing Communication, 7.5 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för strategisk kommunikation 2017-11-28 och senast reviderad 2025-12-16 av Styrelsen för institutionen för kommunikation (STYR 2025/3060). Den reviderade kursplanen träder i kraft 2026-01-01 och gäller från och med vårterminen 2026.

Allmänna uppgifter

Kursen är obligatorisk under fjärde terminen på Kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier, 180 högskolepoäng. Kursen ges i Helsingborg.

Undervisningsspråk: Svenska

Moment på andra skandinaviska språk och engelska kan förekomma.

Huvudområde

Fördjupning

Strategisk
kommunikation

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som
förkunskapskrav

Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten visa

Kunskap och förståelse

- kunskap om centrala teoretiska begrepp inom digital marknadskommunikation,
- kunskap om hur digital marknadskommunikation kan användas som ett medel för organisationer att kommunicera med olika målgrupper i enlighet med strategiska mål.

Färdighet och förmåga

- förmåga att använda och integrera olika digitala teknologier och kommunikationskanaler i en enhetlig marknadsföringskampanj,
- förmåga att analysera krav på, och behov av, lösningar för digital marknadskommunikation som förekommer hos företag och organisationer,
- förmåga att använda verktyg för webbanalys för att mäta användarbeteenden på webbplatser, samt välja lämpliga mål och strategier för konverteringsoptimering,
- förmåga att definiera och operationalisera kvantitativa mått som indikerar måluppfyllelse hos digitala marknadsföringskampanjer,
- färdighet att utforma digitalt innehåll för kommunikationskampanjer i överensstämmelse med strategiskt utvalda nyckelord,
- färdighet att kommunicera med målgrupper för digital marknadskommunikation genom att använda sökoptimering, displayannonsering och sociala medier,
- färdighet att mäta och utvärdera effekter av olika digitala marknadsföringsversioner genom tillämpning av webb-baserade experiment och analysmetoder.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- medvetenhet om etiska implikationer och kritiskt förhållningssätt till digital marknadskommunikation,
- förmåga att självständigt kunna utvärdera strategier för digital marknadskommunikation.

Kursens innehåll

Kursens mål är att ge fördjupade och tillämpade kunskaper om digital marknadskommunikation. Detta mål uppnås dels genom att studenten introduceras till centrala teorier inom digital marknadskommunikation och dels genom att kursdeltagarna får arbeta praktiskt med att mäta och analysera användarbeteenden på webbplatser, samt välja lämpliga mål och strategier för webboptimering. Studenten utformar en digital marknadskommunikationskampanj för att lösa specifika kommunikativa utmaningar som är kopplade till respektive fall. Arbetet med kampanjen löper parallellt med föreläsningar, seminarier och workshoppar genom kursen. Digitala metoder introduceras och tillämpas på kursen. Centrala metoder på denna kurs är sökmotoroptimering, nyckelordsbaserad utveckling av innehåll, användning av sociala medier, samt display- och videobaserade strategier för marknadsföring. Kursens deltagare introduceras också till metoder för konverteringsoptimering med hjälp av digitala experiment. Metoder för att mäta och påverka användares beteenden på webben är ytterligare ett genomgående fokus på kursen.

Kursen är indelad i tre moment: 1) Planering av en marknadsföringskampanj som optimalt utnyttjar befintliga digitala kommunikationskanaler utifrån en organisatorisk nulägesanalys; 2) Implementering av kommunikativa åtgärder som specificeras under planeringsfasen med hjälp av digitala teknologier, plattformar och kanaler; 3) Utvärdering av de implementerade åtgärderna och dess resultat. Samtliga teman är relevanta oavsett val av organisatoriskt fall.

Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, workshoppar och seminarier. Deltagande i workshoppar och seminarier är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger.

Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, till exempel olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras på följande sätt:

- två individuella seminarieuppgifter: en om webbanalys (1 hp) och en optimering (1 hp),
- ett individuellt salsprov (2,5 hp),
- en digital marknadsföringskampanj som genomförs i grupp (3 hp).

På kursen erbjuds ordinarie prov, omprov i nära anslutning till det ordinarie provet samt ytterligare ett provtillfälle avseende kurser som avslutats under det gångna läsåret (uppsamlingsprov). Inom ett år efter att kursen genomgått en större förändring eller upphört erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med gällande kursplan

Plagiering anses vara ett allvarligt brott inom universitetet och disciplinära åtgärder kommer att vidtas för alla former av oegentligheter i samband med examination. Följden kan bli varning eller avstängning från universitetet under viss tid.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt studentstöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna: U=Otillräckligt, E=Tillräckligt, D=Tillfredsställande, C=Bra, B=Mycket bra, A=Utmärkt

Betyg för icke godkänt resultat betecknas med Underkänd. Studentens resultat bedöms utifrån kursens lärandemål. För betyget E har studenten visat ett tillräckligt resultat. För betyget D har studenten visat ett tillfredsställande resultat. För betyget C har studenten visat ett bra resultat. För betyget B har studenten visat ett mycket bra resultat. För betyget A har studenten visat ett utmärkt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

Betyg på hela kursen utgörs av en summering av betygsatta prov: individuellt hemprov (4,5 hp) och gruppuppgiften (3 hp), (där A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, och E = 1) som delas i antalet hp för respektive prov. För att bli Godkänd på kursen måste studenten ha erhållit minst E på alla moment bedömda med betygskalan E – A, U och betyget Godkänd på alla moment bedömda med betygskalan G-U samt deltagit i alla obligatoriska moment.

Från betygsskalan ovan undantas seminarieuppgifterna. Som betyg för detta moment används någon av beteckningarna Godkänd eller Underkänd. För betyget Godkänd har studenten visat ett tillräckligt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

Vid kursens start informeras studenterna om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs fullgjorda kursfordringar om 60 högskolepoäng inom kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier, 180 högskolepoäng, varav hela första terminen ska vara avslutad.