



Kursplan

för kurs på grundnivå

Marknadsföring på internet

Internet Marketing

7.5 Högskolepoäng

7.5 ECTS credits

Kurskod: PRMF1
Gäller från: HT 2013
Fastställd: 2008-05-28
Ändrad: 2013-01-24
Institution Företagsekonomiska institutionen

Huvudområde: Reklam och PR
Fördjupning: G2F - Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Beslut

Denna kursplan är upprättad av Maria Frostling Henningsson och är fastställd av styrelsen vid Institutionen för reklam och PR.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

120 hp i Marknadskommunikation och IT (MarkIT) eller motsvarande.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
MF11	Marknadsföring på internet	7.5

Kursens innehåll

Kursens ger studenterna övergripande kunskap om hur varor, tjänster och idéer marknadsförs på Internet samt hur handel av varor och tjänster på Internet går till.

Kursen omfattar tre huvudblock som är integrerade i en pedagogisk helhet.

- 1.E-handel
- 2.Marknadskommunikation via interaktiva medier
- 3.Essäarbete med ett tema om marknadskommunikation på Internet

Förväntade studieresultat

Efter att ha genomgått kursen förväntas den studerande kunna:

- Redogöra för hur varor och tjänster marknadsförs på Internet
- Beskriva och diskutera olika sätt att annonsera på Internet, och olika sätt att mäta annonseringens effekter
- Grundläggande principer för prissättning av annonser på Internet
- Förstå hur den traditionella segmenteringsmetoden ändrar karaktär på Internet
- Ha insikt kring etik -och integritetsfrågor i samband med marknadskommunikation på Internet
- Föra en kritiskt reflekterande diskussion kring den valda litteraturen

Undervisning

Föreläsningar, seminarier, essäarbete och litteraturstudier.

Föreläsarna kommer från Institutionen för reklam och PR, andra högskolor och universitet samt från näringslivet. En del av föreläsningarna är knutna till litteraturen, andra är fristående och kompletterar de mer teoretiska föreläsningarna med praktisk tillämpning.

Kunskapskontroll och examination

- Skriftlig salstentamen
- Essäarbete
- 80% närvaro på föreläsningar och seminarier

Betygssättning sker enligt en sjugradig målrelaterad betygsskala:

A = Utmärkt
B = Mycket bra
C = Bra
D = Tillfredsställande
E = Tillräckligt
Fx = Otillräckligt
F = Helt Otillräckligt

För att få slutbetyg på hela kursen krävs lägst betyget E på samtliga moment.

Studerande som fått betyget FX eller F på ett prov har rätt att genomgå minst fyra ytterligare prov så länge kursen ges för att uppnå lägst betyget E.

Studerande som fått lägst betyget E på prov får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

Studerande som fått betyget FX eller F på prov två gånger av en examiner har rätt att begära att en annan examiner utses för att bestämma betyg på provet. Framställan härom ska göras till institutionsstyrelsen.

Studerande kan begära att examination enligt denna kursplan genomförs högst tre gånger under en tvåårsperiod efter det att den upphört att gälla. Framställan härom ska göras till institutionsstyrelsen. Med prov jämföras också andra obligatoriska kursdelar.

Det slutgiltiga betyget ges enligt en sjugradig betygsskala, där A är det högsta betyget och F är det lägsta. A till E innebär att studenten är godkänd på kursen, betyget FX och F att studenten är underkänd.

Kurslitteratur

- Kompendium "Marketing on the Internet" ISBN 987 1 78086 740 3
- Social Corp, Social Media Goes Corporate. Joel Postman. New Riders Publishing. ISBN 978 032 1580 085.