



Utbildningsplan

för

Kandidatprogram i marknadskommunikation och IT
Bachelor Programme in Market Communication and Information
Technology

180.0 Högskolepoäng
180.0 ECTS credits

Programkod:	SMARK
Gäller från:	VT 2020
Fastställt:	2009-10-08
Ändrad:	2019-12-17
Värdinstitution:	Institutionen för data- och systemvetenskap

Beslut

Denna utbildningsplan är fastställd av samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden 2009-10-08 och senast reviderad 2019-12-17.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Samhällskunskap A/Samhällskunskap 1b alt 1a1+1a2.

Programmets uppläggning

Under år 1 och 2 ges grundläggande kurser inom teori och metodik för analys, design, konstruktion och användning av IT-baserade system för marknadskommunikation, köparbeteenden, marknadsanalys och management.

Under år 3 ges kurser om 45 hp som ger fördjupade kunskaper inom integration av marknadskommunikation och IT. Under tredje året skall studenten också genomföra ett examensarbete om 15 hp.

Termin 5 kan studenten välja att studera en termin utomlands.

Mål

Utöver de allmänna målen i 1 kap. 8§ i högskolelagen gäller högskoleförordningens mål enligt nedan:

Kunskap och förståelse

För kandidatexamen ska studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

För kandidatexamen ska studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper,
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För kandidatexamen ska studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällsliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

Därutöver finns följande allmänna utbildningsmål:

- att ge en vetenskaplig grund inom de aktuella områdena för att möjliggöra studier på avancerad nivå samt att förbereda för yrkesverksamhet inom områdena
- att utveckla studentens förmåga att söka och värdera kunskap inom de aktuella områdena
- att ge grundläggande färdigheter inom muntlig och skriftlig kommunikation
- att ge studenten förmåga att effektivt kunna tillämpa sina kunskaper och färdigheter i ett modernt och internationaliserat arbetsliv

Kurser

Samtliga obligatoriska kurser ligger på grundläggande nivå.

År 1:

IT och kommunikationsvetenskap I, 30 hp
Huvudområde data- och systemvetenskap

Reklam och PR: grundläggande management, 7,5 hp
Reklam och PR: grundläggande redovisning, 7,5 hp
Reklam och PR: grundläggande marknadsföring, 7,5 hp
Marknadsjuridiska perspektiv, 7,5 hp
Huvudområde reklam och PR

År 2:

Marknadskommunikation och IT II, 30 hp
Huvudområde data- och systemvetenskap

Reklamstrategi, 7,5 hp
Reklam och PR: fortsättningskurs i marknadsföring, 7,5 hp
Konsumtion, kultur och kommers, 7,5 hp
Kreativa processer inom marknadskommunikation, 7,5 hp
Huvudområde reklam och PR

År 3:

Valbara kurser inom huvudområdet data- och systemvetenskap, enligt förteckning från institutionen, 15 hp

Marknadsföring på Internet, 7,5 hp
Industriell marknadsföring och försäljning, 7,5 hp
Huvudområde reklam och PR

Inriktningsval:

Inriktning mot data- och systemvetenskap:
Vetenskaplig metodik och kommunikation, 7,5 hp
Valbar kurs enligt förteckning från institutionen, 7,5 hp
Examensarbete i data- och systemvetenskap på kandidatnivå, 15 hp
Huvudområde data- och systemvetenskap

Inriktning mot reklam och pr:

Slutprojekt i reklam och PR, 7,5 hp
Forskningsmetoder i reklam och PR, 7,5 hp
Examensarbete i reklam och PR för kandidatexamen, 15 hp
Huvudområde reklam och PR

Termin 5 kan bytas mot valfria utlandsstudier.

Examen

Programmet leder till filosofie kandidatexamen. Huvudområde för examen är data- och systemvetenskap eller reklam och PR. Inriktning är marknadskommunikation och IT.

Övrigt

Programmet ges gemensamt av Institutionen för data och systemvetenskap och Företagsekonomiska institutionen.

Studerande, som antagits till programmet och ej slutfört det inom de planerade tre studieåren, kan begära att få slutföra programmet även efter det att utbildningsplanen upphört att gälla.

Därvid gäller de begränsningar som anges i kursplanerna för de i utbildningen ingående kurserna.