

E-HANDEL OCH INTERNETMARKNADSFÖRING, 5 poäng
E-business and Internet marketing (7.5 ECTS credits)

A-nivå
IKA503

Kursplanen fastställd av sektionsstyrelsen 2005-05-11 och gäller från och med sommaren 2005.

KURSENS INPLACERING I UTBILDNINGSSYSTEMET

Kursen är en fristående kurs i Informatik på A-nivå.

SÄRSKILDA FÖRKUNSKAPER

Grundläggande behörighet.

KURSENS SYFTE OCH MÅL

Kursen mål är att ge kunskaper och förståelse hur affärsdrivande företag på olika sätt kan använda sig av informationstekniken. Kursen fokuserar speciellt på marknadsföringsstrategier och reklam via interaktiva medier. En viktig del av kursen är att diskutera och problematisera kring de möjligheter som informationstekniken möjliggör för företag i arbetet med digitala marknadsföringsstrategier

KURSENS HUVUDSAKLIGA INNEHÅLL

- Grundläggande begrepp och koncept
- Internetbaserad affärsverksamhet
- Strategier för marknadsföring och reklam på Internet
- Kundanpassning och interaktivitet
- Varumärket på Internet

UNDERVISNING OCH EXAMINATION

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och några mindre laborativa moment. Examination utgörs av två rapporter som görs i grupp, rapporterna skall även redovisas muntligen. Som betyg på kursen ges något av uttrycken väl godkänd, godkänd eller underkänd.

KURSVÄRDERING

Efter avslutad kurs ansvarar studierektor för att studenterna ges möjlighet att göra en värdering av kursen. Kursvärdering skall vara vägledande för utveckling och planering av kursen. Deltagande i kursvärdering sker anonymt. Resultatet delges berörd studierektor, labledare, lärare och studenter. Därefter görs en summering av resultat och åtgärder som rapporteras till sektionsstyrelsen.

KURSLITTERATUR

Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K & Ellis-Chadwick, F. *Internet Marketing – Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall, senaste upplagan

Backman, J. *Att skriva vetenskapliga rapporter och uppsatser*. Studentlitteratur, senaste upplagan.

Artiklar tillkommer