

Digital marknadsföring, 7,5 hp

Digital Marketing, 7,5 HE credits

Beslutad: 2023-05-25

Beslutande: Institutionen för Ekonomi och IT

Gäller från: V24

Kursens mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. redogöra för nyckelprinciperna för digital marknadsföring
2. redogöra för den digitala kundresan och konsumentbeslut i digitala kanaler

Färdighet och förmåga

3. analysera konsumentbeteende och engagemang i digitala kanaler
4. utveckla effektiva digitala marknadsföringsstrategier, inklusive marknadsföring i sociala medier, innehållsmarknadsföring och sökmotoroptimering
5. anpassa digitala marknadsföringsstrategier till olika kundsegment

Värderingsförmåga och förhållningssätt

6. värdera framgången för digitala marknadsföringskampanjer med hjälp av nyckeltal
7. bedöma digitala marknadsföringsstrategier utifrån marknadsförhållanden
8. kritiskt förhålla sig till digitala marknadsföringsstrategier, etik och hållbarhet.

Behörighetskrav

Fullgjorda kursfordringar om 60 hp i företagsekonomi varav 30 hp på nivå 31-60 hp, inklusive 15 hp marknadsföring motsvarande kurserna Marknadsföring I och Marknadsföring II eller motsvarande.

Formerna för bedömning av studenternas prestationer

- Litteraturseminarium. (mål 1, 2 och 8)
- Projekt. Skriftlig inlämningsuppgift med tillhörande diskussion och reflektion samt muntlig framställan. Inlämningen kan ske individuellt eller i grupp, vilket beslutas av kursansvarig. (mål 3, 4, 5, 6 och 7)

För betyget Godkänd på hela kursen krävs minst Godkänd på samtliga examinationsmoment. För betyget Väl godkänd krävs därutöver Väl godkänd på Projekt.

Närmare anvisningar, betygskriterier och tidsplan för samtliga bedömningsmoment för ordinarie examination samt omprövning delges studenterna skriftligt i kurs-PM vid kursens start.

Kursens innehåll

Kursen innehåller grundläggande begrepp, modeller och teoribildning inom digital marknadsföring samt ämnen som bland annat marknadsföring i sociala medier, innehållsmarknadsföring och sökmotoroptimering. Kursen behandlar också den digitala marknadsföringens förhållande gentemot omvärlden utifrån etik och hållbarhet, segmentering, målgruppsbestämning, konsumentbeteende samt den digitala kundresan.

Kursen syftar till att studenten ska utveckla grundläggande kunskap om begrepp och teoribildning inom digital marknadsföring och digitala kundresor samt förmåga att ta fram och anpassa digitala marknadsföringsstrategier till olika kundsegment. Vidare ska studenten utveckla insikter om hur man värderar framgång för digitala marknadsföringskampanjer samt anpassar strategier till förändrade marknadsförhållanden.

Övriga föreskrifter

Betygskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Undervisningsspråk: Undervisningen bedrivs på svenska.

Generella regler för examination vid Högskolan Väst finns på www.hv.se.

Om den studerande har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning har examinator rätt att examinera den studerande i en anpassad examinationsform.

Nivå

Grundnivå

Successiv fördjupning

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

Huvudområde(n)

Företagsekonomi