



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE604 Business Administration II - Experiential Marketing and Customer Experience Management, 7,5 högskolepoäng

Business Administration II - Experiential Marketing and Customer Experience Management, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2025-06-16.

Kursplanen gäller från och med hösttermin 2025.

Förkunskaper

Minst 15 hp i Företagsekonomi, varav minst 7,5 hp marknadsföring och Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva, analysera och utvärdera ett företags erbjudande ur ett kundupplevelseperspektiv
- utveckla, implementera och optimera företagets marknadsföring för en integrerad kundupplevelse genom hela kundresan
- diskutera relationsmarknadsföring från ett kundupplevelseperspektiv

- beskriva och tillämpa entreprenörskap ur ett effektueringsperspektiv

Innehåll

Kursen behandlar följande områden och begrepp:

- entreprenöriellt tänkande ur ett effektueringsperspektiv
- avgörande förändringar i konsumentbeteende
- teoretiska grunder för upplevelsebaserad marknadsöring
- ett konceptuellt ramverk för upplevelsebaserad marknadsföring
- den upplevelsebaserade marknadsföringsmixen (7E)
- kundinsikt och kundupplevelser under en kundresa
- design av kundupplevelser, både fysiskt och digitalt.
- fysiska kundupplevelser

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och case.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E eller F.

Kursen examineras genom en individuell skriftlig tentamen 4 hp och skriftliga grupppapper som presenteras under seminarier 3,5 hp.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen är engelska kommer även examinationer genomföras på engelska.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Batat, W. *Experiential Marketing - Consumer Behavior, Customer Experience and The 7Es*. Oxon. Routledge. Senaste upplaga. Cirka 250 sidor.

Rigamonti, H. *Customer Experience Management på svenska*. Lund. Studentlitteratur. Senaste upplaga. Cirka 200 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 100 sidor.