



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

1IK441 Digital marknadsföring i praktiken, 7,5 högskolepoäng

Applied Digital marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Informatik

Ämnesgrupp

Informatik/Data- och systemvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-11-27

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2015

Förkunskaper

Företagsekonomi I, 30 hp samt E- marketing, 7,5 hp, arbetsprov.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för kampanjplanering med fokus på sökmotormarknadsföring
- praktiskt genomföra en planerad *PPC-kampanj
- redogöra för analys och optimering av kampanjaktiviteter med fokus på sökmotormarknadsföring
- praktiskt genomföra analys och optimering av olika PPC-kampanjaktiviteter

*PPC=Pay per click

Innehåll

Kursen innehåller:

- upprättande och hantering av PPC-konto
- utveckla en kampanjstruktur
- kampanj och ad group hantering
- identifiering av nyckelord
- budget och budgivning
- analys och optimering av kampanj
- annonsformat och kvalitet

Undervisningsformer

Undervisningen består av handledning, föreläsning, seminarier, laborationer, praktikfall

Under kursens övningar av handledning, föreläsning, seminarier, laborationer, praktiska och gruppuppgifter. Deltagande och förberedelser inför alla undervisningsmoment är obligatoriskt.

Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd eller Godkänd.

Examinationen sker genom färdigställande och inlämnande av praktiskt projekt, författande av tillhörande rapporter samt muntlig presentation av genomfört praktiskt projekt. Ett aktivt deltagande under seminarier och övrig undervisning, samt resultatet av skriftliga rapporter utgör tillsammans med praktiskt projekt grunden för det enskilda betyget.

För kursen som helhet ges något av betygen: godkänd, underkänd samt C-F enligt ECTS betygsskala.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet "Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 2011/160".

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Chaffey, D. & Ellis Chadwick F. *Digital Marketing – Strategy Implementation and Practice*. Pearson Education Ltd. Senaste upplagan, 728 s.

Geddes, B. *Advanced Google AdWords*. Sybex, senaste upplagan, 696 s.

Referenslitteratur

Fishkin, R. & Høgenhaven, T. (2013) *Inbound Marketing and SEO: Insights from the Moz Blog*. John Wiley & Sons, 362 s.

Övriga läromedel

Digitalt kursmaterial