



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE423 Marknadsföring i mobila enheter, 7,5 högskolepoäng

Marketing in Mobile Devices, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd 2015-05-13

Senast reviderad 2019-06-20 av Ekonomihögskolan. Litteratur revidering.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2019

Förkunskaper

Företagsekonomi I-II, 60 hp varav minst 15 hp marknadsföring samt Engelska B/

Engelska 6.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva och förklara grundläggande begrepp inom marknadsföring och handel i mobila enheter
- diskutera och analysera möjligheten att initiera, förstärka, och bevara engagemang och relationer i kontexten mobila enheter
- jämföra och diskutera olika verktyg för marknadskommunikation i mobila enheter

Innehåll

Kursen innehåller:

- handel och marknadsföring på internet
- handel och mobila enheter
- den mobila konsumenten
- den nätverkande individen
- marknadsföringsaktiviteter i mobila enheter
- platsbaserad marknadsföring
- applikationer och websidor för mobila enheter
- analys och utvärdering av marknadsföringsaktiviteter och mobila tjänster

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs genom föreläsningar, seminarier, grupparbeten samt självständigt arbete. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

Examination sker genom skriftlig tentamen, rapporter och muntliga presentationer.

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.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle.

Kursvärderingen genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: 2FE422

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Rainie, L. & Wellman, B. *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MIT press. Senaste upplaga. Cirka 360 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 400 sidor.