



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

4FE128 E-Business Management, 15 högskolepoäng

E-Business Management, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1F

Fastställande

Fastställd 2014-11-27

Senast reviderad 2017-09-20 av Ekonomihögskolan. Felaktigt översatt engelska behörighet, nu korrekt.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2018

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet: Kandidatexamen i företagsekonomi, 15 hp på avancerad nivå (inom programmen: master i marknadsföring, master i Business Process Control & Supply Chain Management, eller master i Innovation genom ekonomi, teknik och design - inriktning företagsekonomi), samt Engelska B/6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- förklara och analysera begreppet e-business management
- diskutera begrepp inom e-handelsaktiviteter såsom B2C och B2B
- diskutera relaterade ämnen såsom hantering av leveranskedjan inom e-handel och e-marknadsföring
- analysera, bedöma och hantera komplexa e-handelssituationer

Innehåll

Ämnen som behandlas under kursen är:

- e-marknadsplatser
- hantering av leveranskedjan inom e-handel
- e-marknadsföring

Undervisningsformer

Undervisningen på kursen består av föreläsningar, övningar, seminarier, självstudier kombinerat med diskussioner och studentpresentationer. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

Kursen examineras genom tre inlämningsuppgifter/workshops och ett seminariepaper.

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 kurs-/delkursstart, 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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Chaffey, D. *E-Business and E-Commerce Management*. Financial Times Prentice Hall. Senaste upplagan. Ca. 770 sidor.

Turban, E. & King, D. *Electronic Commerce: Managerial and Social Networks Perspective*. Pearson-Prentice Hall. Senaste upplagan. Ca. 790 sidor.

Utvalda vetenskapliga artiklar, 600 sidor