HÖGSKOLAN I BORÅS

e-Business och den digitala marknadsplatsen
e-Business and the digital market place

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: A2EB1D
Version: 2.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2018-05-15
Gäller från: HT 2018

Nivå: Avancerad nivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (A1F), Informatik (A1N)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Avklarade kurser inom programmet motsvarande 60 högskolepoäng.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Genom en litteraturstudie införskaffas aktuell och relevant kunskap om hur informationsteknik kan användas i alla värdeskapande affärsprocesser (t.ex. inom inköp, infrastruktur & säkerhet, e-handel) och utgöra en möjliggörande faktor för effektiv affärsverksamhet och framgångsrikt företagande. I kursen ingår att skriva ett vetenskapligt paper och kritiskt granska och bedöma andras vetenskapliga arbete.

Mål

Efter avklarad kurs förväntas studenterna kunna:

Kunskaper och förståelse
1.1 beskriva och förklara innebörden och omfattningen av e-Business , e-handel och digitala marknadsplatser,
1.2 beskriva och diskutera utmaningar och hinder för införande av e-Business, e-handel och digitala marknadsplatser,
1.3 beskriva och diskutera tillämpliga verktyg, modeller, tekniker och metoder inom e-Business, e-handel och digitala marknadsplatser,

Färdigheter och förmågor
2.1 granska och bedöma vetenskapligheten i artiklar som berör e-business, e-handel och digitala marknadsplatser,
2.2 självständigt genomföra en akademisk studie rörande e-Business, e-handel och digitala marknadsplatser,
2.3 i en forskningsrapport avrapportera en egen mindre undersökning,

Värderingar och förhållningssätt
3.1 uppvisa ett kritiskt förhållningssätt till såväl egna som andras forskningsresultat inom e-business, e-handel och digitala marknadsplatser,
3.2 utifrån kurslitteraturen reflektera över rättsliga och etiska begränsningar för ett företags verksamhet inom e-business, e-handel och digitala marknadsplatser.

Undervisningsformer

Undervisning på kursen består av föreläsningar, gästföreläsningar, workshops och seminarier. Kurslitteraturen är på engelska.

Undervisningen bedrivs på engelska, men undervisning på svenska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Projektarbete: genomförs individuellt, skriftlig inlämning i from av vetenskaplig artikel
Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 5,5
Betygskala: U/G/VG

Peer-Review: kritisk granskning och bedömning av tre kurskamraters artiklar
Lärandemål: 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 1,0
Betygskala: U/G

Artikelseminarium: presentation av och diskussion kring den egna artikeln
Lärandemål: 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 1,0
Betygskala: U/G

Vid frånvaro eller underkänt på seminariet får studenten en kompletteringsuppgift.

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga moment. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs betyget Väl Godkänd på projektarbete.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2016). *E-commerce: business, technology, society* (12 ed.). Boston: Pearson.

Chaffey, D. (2014). *Digial Business and E-commerce Management: strategy, implementation and practice,* Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial tillhandahålls via lärplattformen (max 300 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram. Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i Masterprogrammet i Management av digital handel.