HÖGSKOLAN I BORÅS

Direkt- och interaktiv marknadsföring
Direct- and Interactive Marketing

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: SDI022
Version: 2.0
Fastställd av: Institutionsstyrelsen 2010-06-16
Gäller från: HT 2010

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet samt avklarade kurser om sammanlagt 45 högskolepoäng i företagsekonomi på 1-60 högskolepoängsnivå varav kurser om minst 15 högskolepoäng inom marknadsföring.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen innehåller följande moment

- framväxt och utveckling av direkt- och interaktiv marknadsföring inom teori och praktik
- teoribildning inom direkt- och interaktiv marknadsföring i förhållande till andra teoribildningar inom marknadsföringsämnet.
- dataanalystekniker inom direkt- och interaktiv marknadsföring
- utveckling av direkta och interaktiva marknadsföringsstrategier
- planering, implementering och uppföljning av direkta och interaktiva marknadsföringsaktiviteter
- legala och etiska aspekter med relevans för tillämpningen av direkt- och interaktiv marknadsföring

Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- självständigt genomföra analyser och synteser av marknadsföring utifrån transaktions- och relationsperspektiv
- genomföra analyser av hur direkt- och interaktiv marknadsföring används i praktiken och reflektera och dra slutsatser i förhållande till teoribildningen inom området
- använda tekniker för planering, genomförande och uppföljning av marknadsföringsaktiviteter som sker direkt och i interaktion med konsumenter med hjälp av modern informationsteknologi
- göra legala och etiska bedömningar av marknadsföringsaktiviteter som riktar sig direkt till konsumenter med hjälp av modern informationsteknologi.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar och seminarium. Kursen innehåller inslag av gästföreläsningar från professionen. Studenterna arbetar i grupp med litteratur- och fältstudier vilka behandlas och avrapporteras i seminarieform under kursens gång. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma. I huvudsak är litteraturen på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom tre skriftliga inlämningsuppgifter, aktivt deltagande i seminarier samt en individuell frivillig hemtentamen. För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga skriftliga inlämningsuppgifter samt aktivt deltagande i kursens seminarier. För betyget Väl godkänd krävs dessutom Väl godkänd på en inlämningsuppgift, samt Väl godkänd på den individuella hemtentamen. Hemtentamen är således frivillig och ingår endast i bedömningsunderlaget för betyget Väl godkänd. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i

Borås.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Tapp, A., (senaste upplaga), *Principles of Direct and Database Marketing*. Pearson Higher Education.

Utöver kursboken ingår artiklar, lista över dessa finns på kursens lärplattform i anslutning till kursstart.

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas skriftligt efter avslutad kurs. Utvärderingen sammanställs. Sammanställningen offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser och kommer att ligga till grund för framtida kursplanering och ingår i den programutvärdering som sker.

Övrigt

Kursen ingår i Civilekonomutbildningen samt som fristående kurs.