HÖGSKOLAN
I SKÖVDE

KURSPLAN

Digital marknadsföring och brand management A1F

7,5 högskolepoäng

Kurskod: FÖ728A
Revisionsnummer: 1
Gäller från: 2026-01-01
Beslutad av: Utbildningskommittén för handel och företagande
Beslutsdatum: 2025-06-10

1. Allmänt om kursen

Kursen ges av Högskolan i Skövde och benämns Digital marknadsföring och brand management A1F (Digital Marketing and Brand Management A1F). Omfattningen är 7,5 högskolepoäng (hp). Kursen är på avancerad nivå och har fördjupningsnivå A1F.

Kursen ingår i huvudområdet företagsekonomi. Kursens utbildningsområde är samhällsvetenskap.

2. Behörighetskrav

Kursen har följande behörighetskrav: godkänd FÖ724A Affärsutveckling A1N eller godkänd FÖ726A Marknadsföringens grunder A1N (eller motsvarande kunskaper).

Vidare krävs godkänt betyg i Engelska 6 eller Engelska nivå 2 (eller motsvarande kunskaper). Motsvarande kunskaper visas normalt genom ett internationellt erkänt språktest, till exempel IELTS eller TOEFL.

3. Innehåll

Kursinnehållet är anpassat till kunskapsområdena som beskrivs i kursens mål och ger en heltäckande bild av de marknadsföringsmetoder som används av företag i både konsument- och business-to-business (B2B)-marknader. Kursen behandlar två sammanhängande områden: användningen av digitala verktyg för marknadskommunikation samt utveckling av corporate- och/eller produktvarumärken.

Kursen är uppdelad i tre moduler. I de två första modulerna introduceras studenterna till digital marknadsföring och AI, samt varumärkeshantering. Dessa moduler genomförs via en serie seminarier, inklusive praktiska laborationer och fallanalyser, med syftet att stärka studenternas förmåga att tillämpa relevanta teorier och utveckla deras analytiska och praktiska färdigheter inom dessa områden.

I den tredje modulen förväntas studenterna sammanfatta kunskapen från de tidigare modulerna genom att genomföra individuella projekt med fokus på digital marknadsföring och varumärkeshantering. Denna uppgift är utformad för att utveckla deras förmåga att identifiera och konceptualisera utveckling inom ett definierat forskningsområde.

4. Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- beskriva relevanta begrepp, metoder och processer som används inom digital marknadsföring och brand management,

Färdighet och förmåga

- analysera hur digital marknadsföring används i en brand management-kontext,
- tillämpa teoretiska begrepp, modeller och processer inom digital marknadsföring och brand management på relevanta empiriska fenomen,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt utvärdera akademiska bidrag med fokus på hur digital marknadsföring applicerats inom brand managementlitteraturen.

5. Examination

Kursen bedöms med betygen A (Utmärkt), B (Mycket bra), C (Bra), D (Tillfredställande), E (Tillräcklig) eller F (Underkänd).

Kursen har följande examinationsmoment:

- **Individuellt projekt**
  4,5 hp, betyg: A/B/C/D/E/F (bestämmer betyg på hel kurs)
- **Seminarier**
  3 hp, betyg: G/U

Studenter med varaktig funktionsnedsättning som har fått beslut om riktat pedagogiskt stöd kan erbjudas anpassad examination.

6. Undervisningsformer och undervisningsspråk

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och handledning.

Undervisningen bedrivs på engelska.

7. Kurslitteratur och övriga läromedel

Ett urval av vetenskapliga artiklar inom området.

8. Studentinflytande

Studentinflytande i kursen säkerställs genom kursvärdering. Studenterna informeras om resultatet av kursvärderingen och eventuella åtgärder som genomförts eller planeras, grundat på kursvärderingen.

9. Övrigt

På Högskolan i Skövdes webbplats finns ytterligare information om kursen samt nationella och lokala styrdokument för högskoleutbildning.