

Utbildningsplan

för

Kandidatprogram i marknadskommunikation och IT
Bachelor Programme in Market Communication and Information
Technology

180.0 Höskolepoäng
180.0 ECTS credits

Programkod:	SMARK
Gäller från:	HT 2010
Fastställt:	2009-10-08
Värdinstitution:	Institutionen för data- och systemvetenskap

Beslut

Denna utbildningsplan är fastställd av samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden 2009-10-08

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Samhällskunskap A/Samhällskunskap 1b alt 1a1+1a2.

Programmets uppläggning

Under år 1 och 2 ges grundläggande kurser inom teori och metodik för analys, design, konstruktion och användning av IT-baserade system för marknadskommunikation, köparbeteenden, marknadsanalys och management.

Under år 3 ges kurser om 45 hp som ger fördjupade kunskaper inom integration av marknadskommunikation och IT. Under tredje året skall studenten också genomföra ett examensarbete om 15 hp.

Mål

Kunskap och förståelse

Studenten förväntas efter genomgången utbildning ha:

- grundläggande kunskaper i informationsteknik (IT) och kommunikationsvetenskap
- grundläggande kunskaper inom teori och metodik för analys, design, utvärdering, konstruktion och användning av IT-baserade system för marknadskommunikation

Färdigheter och förmågor

Studenten förväntas efter genomgången utbildning

kunna:

- använda, analysera, utvärdera, utforma och konstruera IT-baserade system för marknadskommunikation
- ansvara för projekt och verksamheter inom marknadskommunikation som inbegriper användningen av IT, exempelvis som medieproducent eller produktionsledare
- analysera köparbeteenden
- genomföra marknadsanalyser och utforma marknadsplaner
- producera olika mediala uttryck (visuella, auditiva, etc.) för marknadskommunikation med hjälp av IT-baserade medietekniker
- kreativt tillämpa sina kunskaper på nya problem

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten skall efter genomgången utbildning kunna:

- tillgodogöra sig ny kunskap samt
- kritiskt granska IT-baserade lösningar på marknadskommunikativa problem

- bedöma etiska aspekter och konsekvenser av projekt inom marknadskommunikation och IT
- kunna identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och kunna utveckla sin kompetens

Därutöver finns följande allmänna utbildningsmål:

- att ge en vetenskaplig grund inom de aktuella områdena för att möjliggöra studier på avancerad nivå samt att förbereda för yrkesverksamhet inom områdena
- att utveckla studentens förmåga att söka och värdera kunskap inom de aktuella områdena
- att ge grundläggande färdigheter inom muntlig och skriftlig kommunikation
- att ge studenten förmåga att effektivt kunna tillämpa sina kunskaper och färdigheter i ett modernt och internationaliserat arbetsliv

Kurser

Grundkurs i IT och kommunikationsvetenskap, 30 hp, termin 1-2

Fortsättningskurs i IT och kommunikationsvetenskap, 22.5 hp, termin 1-2

Introduktion till marknadskommunikation, 7.5 hp, termin 1-2

Köparbeteenden och marknadskommunikation, 15 hp, termin 3-4

Marknadsanalys (metod), 15 hp, termin 3-4

Kommunikationsekonomi/management, 15 hp, termin 3-4

Integrerad marknadskommunikation, 15 hp, termin 3-4

Påbyggnadskurs i marknadskommunikation och IT, 45 poäng, termin 5-6

Examensarbete, 15 poäng, termin 6

Examen

Programmet leder till kandidatexamen inom något av huvudområdena data- och systemvetenskap och reklam och PR.

Övrigt

Programmet ges gemensamt av Institutionen för data och systemvetenskap och Institutionen för reklam och PR.

Studerande, som antagits till programmet och ej slutfört det inom de planerade tre studieåren, kan begära att få slutföra programmet även efter det att utbildningsplanen upphört att gälla.

Därvid gäller de begränsningar som anges i kursplanerna för de i utbildningen ingående kurserna.