

E-Commerce Product Manager

400 YH-poäng

KURSER

Introduktion E-handel och omnikanal, 20 p

Kursens syfte och mål är att ge den studerande en introduktion kring e-handel och omnikanal och utbildningen som helhet. En sömlös köpupplevelse kräver att alla system kommunicerar med varandra i butik, online eller via mobilen. En genomgång görs av ansvar och roller som produktägare, systemägare, produktledare för webbplats, applikationer och system.

Retail Product management, 25 p

Kursens syfte och mål är att den studerande utvecklar kunskaper inom handel och Retailing. Strategiska frågor om produkter, produktplanering, inköp, marknad, prissättning, lönsamhet, positionering, varumärke för framgångsrik handel tas upp. I kursen tas också operativa frågor kring sortiment, kategorimix, produktlivscykel (PLC), Supply Chain och distribution upp.

Webb- och interaktionsdesign, 30 p

Kursens syfte och mål är att utveckla den studerandes kunskaper och färdigheter i att skapa funktionalitet på hemsidor genom tekniker som html5, CSS3 och Bootstrap. Innan utvecklingsfasen startar görs en funktions- och användbarhetskravanalys i form av målgruppsanalys, användbarhetsstudier och designkrav. Fokus i kursen är på kundupplevelse och sälj-/konverteringsoptimering.

Affärssystem och e-handelslösningar, 40 p

Kursens syfte och mål är att utveckla den studerandes kunskaper om affärssystem och e-handelslösningar för en rik kundupplevelse och omnikanal handel. Ett affärssystem består av olika moduler för redovisning, order- och lagerhantering, inköp, kassa etc. Genomgång av grundläggande funktioner i e-handelsplattformar som administration av produkter, order, katalog- och produktnavigering, kassa, kundkonto, design, marknadsföring och försäljningsoptimering. Integrationsmöjligheter mot delsystem som t.ex. betalssystem, frakt- och logistik, marknadsplatser etc.

Affärsmodeller och värdesystem, 20 p

Kursen syftar till att utveckla den studerandes kunskaper i affärsmodeller och värdesystem för framgångsrika affärskoncept. Med fokus på värdeskapande processer och ny affärslogik skapas nya hållbara affärskoncept inom digital handel. Kursen tar upp BMC (Business Model Canvas) modellen och Lean-Startup-metoder för att snabbare testa hållbarheten i affärsidéer.

Digital marknadsföring och analys, 30 p

Kursens syfte och mål är att utveckla den studerandes förståelse för viktiga marknads- och försäljningskanaler i det digitala ekosystemet. Det är fokus på att förse de olika kanalerna med rätt innehåll, vid rätt tid, till rätt målgrupp i kundresan. Kunna göra bättre prioriteringar i affärs- och marknadsplanen. En annan del är att analysera och följa upp kampanjer och marknadsaktiviteter i de olika kanalerna.

Agil Projektmetodik, 25 p

Kursens syfte och mål är att utveckla den studerandes kunskaper i att organisera och driva mindre till medelstora utvecklingsprojekt inom webb-/e-handel. Kursen tar upp grunderna i projektarbete, projektstyrning med traditionella metoder och i synnerhet Agila metoder. Den projektmetod som kursen specifik tar upp är Scrum. Begrepp inom Scrum-metodiken - Product Backlog, Sprint Backlog, Sprint Planing, Daily Scrum, Produktägare, Scrum-master, Utvecklingsteam.

Digital Product Management, 15 p

Kursen syfte och mål är att den studerande utvecklar kunskaper inom Product management för utveckling av webb och e-handelslösningar. I kursen är det fokus på helheten och bryggan mellan användare, tekniken och affären. En produktledare ansvarar för att produkt och lösningar utformas så önskade effekter uppstår i användning. I ramverket kring Product management tas produktstrategier, produktplanering upp samt begrepp som Roadmap, Release och Launch.

Avancerade e-handelslösningar, 40 p

Kursens syfte och mål är att fördjupa den studerandes kunskaper och färdigheter i e-handelsrelaterad utveckling kring e-handelsplattform, affärssystem och integrationer mot delsystem. Allt från optimering av standardfunktioner till mer avancerad katalogmodellering, ordersystem, API för olika delar av systemlösningen. Det är fokus på e-handelslösningen där affärssystem, e-handelsplattform och delsystem som CRM, BI, PIM för automatisering av processer och arbetsflöde.

Affärs- och datamodellering, 35 p

Kursens syfte och mål är att utveckla den studerandes kunskaper inom modellering av system och affärsprocesser med användning av processmodellering, ER-modellering och UML-notation. Innan systemstöd införs i en verksamhet/organisation kartläggs verksamhetsprocessen. Kursen ger förståelse för hur system samverkar och på vilket sätt system behöver integreras för att stödja dessa processer.

Lärande i Arbete (LIA) I, 50 p

Kursens syfte och mål är att praktiskt tillämpa de teoretiska kursernas i utbildningen. Den ska bidra till bilden av hur företaget arbetar när det gäller e-handelslösningar för B2B/B2C. Det handlar om att få inblick i marknads- och affärsplan för digitala strategier och att arbeta service- och kvalitetsmedvetet med ständiga förbättringar för ökade kundupplevelse.

Lärande i Arbete (LIA) II, 50 p

Kursens syfte och mål är att praktiskt tillämpa de teoretiska kurserna i utbildningen. Den ska bidra till bilden av hur företaget arbetar när det gäller produktledning, e-handels- och affärssystemlösningar med integration mot delsystem, t.ex. CRM, PIM etc. Det handlar om att få inblick i företagets produktplanering, agila utvecklingsprocess, kravhantering för e-handels- och affärssystemlösningar.

Examensarbete, 20 p

Kursens syfte och mål är att den studerande ska tillämpa förvärvade kunskaper genom att göra en muntlig och skriftlig presentation av ett utvecklingsprojekt inom e-handel. Det förslag som den studerande presenterar ska kunna bidra till företagets utveckling av koncept för e-handel.