Oslo Nye Høyskole

Pensumliste for:

Digital markedsføring og ledelse

Studieåret:
2023 / 2024

Litteraturliste studieår 1

Nedenfor finner du en oversikt over pensumbøkene på det første studieåret av bachelorgraden og årsenheten i digital markedsføring og ledelse. Det er kun det obligatoriske pensumet det er forventet at studentene skal skaffe seg. Forslagene under støttelitteratur er bøker og artikler studenter kan ha nytte av i arbeidet med et emne, men som ikke kreves for å kunne gjennomføre emnet.

Første semester (bachelor og årsstudium):

ØKAD 1110 Grunnleggende bedriftsøkonomi

- Sending, Aage (2014). Innføring i bedriftsøkonomi (5. utgave), Fagbokforlaget. (Pensum kap. 1-9 og 13-18) ISBN: 9788245016284

Arbeidshefte

- Sending, Aage (2014). Arbeidshefte til Innføring i bedriftsøkonomi (5. utgave), Fagbokforlaget. ISBN: 9788245016291

DML1120 Forbrukeratferd og psykologi

- Fagerstrøm, A., R. Eg, M. Johannessen, N. Vogt (2022) Forbrukeratferd, Gyldendal. ISBN: 9788205558748

ØKAD1130 Organisasjon og ledelse

- Jacobsen, D.I. og Thorsvik, J. (2019). Hvordan organisasjoner fungerer (5. utg.). Bergen: Fagbokforlaget. (HOF) ISBN: 9788245025248

ØKAD1140 Markedsføring

- «Markedsføring – verdibasert forventningsledelse» av Magne Supphellen, Helge Thorbjørnsen, Sigurd V. Troye, Fagbokforlaget, 2023. ISBN: 9788245026559
- 1. eller 2. utgave kan begge benyttes i emnet.

Valgfri støttelitteratur:

- "Markedsføringsledelse" av Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Gyldendal akademisk, 2016. ISBN: 9788205472808

Andre semester (bachelor og årsstudium):

DML1210 Innføring i digital markedsføring

- «Digital markedsføring og kommunikasjon» (2021) av Nina Furu, Cappelen Damm akademisk. ISBN: 9788202700317

DML1220 Merkevareledelse, PR og omdømme

- «Merkevareledelse» (2019) av Bendik M. Samuelsen, Adrian Peretz og Lars E. Olsen, Cappelen Damm akademisk. ISBN: 9788202609207
- «Åpen eller innadvendt – omdømmebygging for organisasjoner» (2019) av Peggy Simcic Brønn, Gyldendal. ISBN: 9788205525009

ØKAD1230 Mikroøkonomi

- Viggo Andreassen, Iver Bredesen og Joachim Thøgersen (2020) Innføring i Mikroøkonomi, For økonomisk-administrative studier, 3 utgave, Cappelen-Damm: Oslo, ISBN 978-82-02-64052-1
- Viggo Andreassen, Iver Bredesen og Joachim Thøgersen (2020) Innføring i Mikroøkonomi - Øvingsoppgaver med løsningsforslag, 3 utgave, Cappelen-Damm: Oslo, ISBN 978-82-02-65648-5

ØKAD1240 Digital Transformation Management

- Rogers, D. (2016). The digital transformation playbook. Columbia University Press. ISBN: 9780231175449
- Pensum består av i tillegg av artikler mm. som ligger i Qybele.

Litteraturliste studieår 2

Nedenfor finner du en oversikt over pensumbøkene på det andre studieåret av bachelorgraden i digital markedsføring og ledelse. Det er kun det obligatoriske pensumet det er forventet at studentene skal skaffe seg. Forslagene under støttelitteratur er bøker og artikler studenter kan ha nytte av i arbeidet med et emne, men som ikke kreves for å kunne gjennomføre emnet.

Tredje semester (bachelor):

ØKAD2110 Metode og statistikk

- Johannessen, Asbjørn, Tufte, Per Arne & Christoffersen, Line (2021) Introduksjon til Samfunnsvitenskapelig metode (6.utgave), Oslo: Abstrakt forlag ISBN: 9788279354048
- Sørbøe Solbakken, Simen (2019) Statistikk for nybegynnere (1. utgave), Fagbokforlaget. ISBN: 9788245023510

DML2120 Organisasjonspsykologi og HR

- «Praktisk organisasjonspsykologi» av Saksvik-Lehouillier, I. og Vaag, J.R. (2020), Gyldendal
- «Organisasjon og ledelse» av Einarsen, S., Martinsen, Ø.L. og Skogstad, A. (red.) (2017), Gyldendal.

DML2130 Interaksjonsdesign

- «Introduksjon til interaksjonsdesign» av Tone Nordbø (2023), 2. utgave, Universitetsforlaget ISBN: 9788215068619

Fjerde semester (bachelor):

DML2210 Digital markedskommunikasjon

- «Hvordan oppnå suksess i sosiale medier» av Astrid Valen-Utvik (2022), Hegnar Forlag ISBN: 9788271464202

DML2220 Business analytics: digitale markedsverktøy

- Heggernæs, T.A. (2020). Digital forretningsforståelse. Fagbokforlaget. ISBN: 9788245033670
- Pensum er også samlet i et eget kompendium, som studenten får tilgang til i Qybele

DML2230 Prosjektledelse

- Det er ingen lærebok for dette emnet. Pensum er samlet i et eget kompendium, som studenten får tilgang til i Qybele.

ØKAD2240 Strategi

- Lien, L. B., Sjåholm Knudsen, E., og Baardsen T. Ø. (2016). Strategiboken. Vigmostad & Bjørke AS. ISBN: 9788245017885

Litteraturliste studieår 3

Nedenfor finner du en oversikt over pensumbøkene på det tredje studieåret av bachelorgraden i digital markedsføring og ledelse. Det er kun det obligatoriske pensumet det er forventet at studentene skal skaffe seg. Forslagene under støttelitteratur er bøker og artikler studenter kan ha nytte av i arbeidet med et emne, men som ikke kreves for å kunne gjennomføre emnet.

ØKAD3110 Etikk, bærekraft og samfunnsansvar

- Syse, Henrik og Olsen, Jørn B. (2020) Næringslivsetikk og samfunnsansvar (2. utgave), Fagbokforlaget. ISBN: 9788245033397

DML3990 Bacheloroppgaven

Valgfri støttelitteratur:

- Rognsaa, A. (2023). Bacheloroppgaven: Skriveråd og regler for utformingen (2. utgave.). Universitetsforlaget. ISBN: 9788215066639.