



## KURSPLAN

# Digital marknadsföring och sociala medier, 7,5

### högskolepoäng

*Digital Marketing and Social Media, 7.5 credits*

---

<b>Kurskod:</b>	TDMK19	<b>Utbildningsnivå:</b>	Grundnivå
<b>Fastställd av:</b>	VD 2019-06-01	<b>Utbildningsområde:</b>	Samhällsvetenskapliga området (50%) och tekniska området (50%)
<b>Reviderad av:</b>	Utbildningschef 2019-08-15	<b>Ämnesgrupp:</b>	JK9
<b>Gäller fr.o.m.:</b>	2019-08-01	<b>Fördjupning:</b>	G1F
<b>Version:</b>	2		

---

### Lärandemål

Efter genomgången kurs skall studenten

Kunskap och förståelse

- visa förståelse för programmatisk marknadskommunikation i digitala kanaler
- ha kännedom om sökmotoroptimering

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att genomföra förstudier och marknadsundersökningar
- visa förmåga att skapa en marknadsplan för sociala medier inklusive budget och målgruppssegmentering
- visa förmåga att skapa innehåll för marknadskommunikation på digitala- och sociala medier
- visa förmåga att använda digitala verktyg för statistik och uppföljning

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att analysera och utvärdera befintliga kampanjer för marknadskommunikation på digitala- och sociala medier
- visa förmåga att genomföra en sökoptimering-analys
- visa förmåga att värdera och föreslå lämpliga kanaler för marknadskommunikation på internet och sociala medier

### Innehåll

Kursen bygger på grundläggande teorier inom marknadsföring och marknadskommunikation med fokus på internet, sökmotorer och sociala medier.

Kursen innehåller följande moment:

- Förstudie och marknadsundersökning
- Sälj- och marknadsprocessen på sociala medier
- Always-on och agilitet i digital marknadskommunikation
- Customer journey marketing
- Aktuella sociala plattformar

- Annonsering på sociala medier och digitala plattformar
- Programmatisk marknadsföring
- Big Data och algoritmers funktion i digital marknadsföring
- Statistik och analys
- Innehållsmarknadsföring
- Viral spridning
- Sökmotoroptimering
- Lagar och etiska normer för marknadskommunikation på internet

### Undervisningsformer

Föreläsningar, inlämningsuppgifter och projektarbete.

Undervisningen bedrivs på engelska.

### Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt genomförd kurs Marknadskommunikation, 7,5 hp

### Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd eller Godkänd.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Projekt och inlämningsuppgifter	7,5 hp	U/G

### Kurslitteratur

Litteratur

Kurslitteraturen fastställs en månad innan kursstart.

Titel: Spreadable Media

Författare: Jenkins, H., Ford, S. and Green, J.

Förlag: New York University Press

ISBN: 9780814743508

Titel: How Brands Grow Part 2

Författare: Romaniuk, J. and Sharp, B. (2015)

Förlag: OUP Australia and New Zealand

ISBN: 9780195596267

Titel: How Brands Grow

Författare: Sharp, B.

Förlag: OUP Australia and New Zealand

ISBN: 9780195573565

Titel: Cyber Effects

Författare: Mary Aiken

Förlag: Hodder Stoughton General Div

ISBN: 9781473610255

Inte obligatorisk men litteraturen rekommenderas:

Titel: Digital Minimalism

Författare: Cal Newport

Förlag: Penguin USA

ISBN: 9780525542872