



KURSPLAN

Digital marknadsföring och sociala medier, 7,5 högskolepoäng

Digital Marketing and Social Media, 7.5 credits

Kurskod:	TDMK19	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	VD 2019-06-01	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området (50%) och tekniska området (50%)
Reviderad av:	Utbildningschef 2020-07-12	Ämnesgrupp:	JK9
Gäller fr.o.m.:	2020-08-17	Fördjupning:	G1F
Version:	3		

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.

Obligatorisk litteratur

Titel: How not to plan

Författare: Les Binet and Sarah Carter (2018)

Förlag:

ISBN: 9781789014501

<https://www.adlibris.com/no/bok/how-not-to-plan-9781789014501>

Titel: The long and short of

Författare: Les Binet and Peter Field (2013)

Förlag:

ISBN:

https://jeanallary.files.wordpress.com/2016/07/the_long_and_short_of_it_pdf_doc.pdf

Additional articles and resources will be given in class.

Inte obligatorisk men litteraturen rekommenderas:

Titel: Digital Minimalism

Författare: Cal Newport

Förlag: Penguin USA

ISBN: 9780525542872

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