

Digital markedsføring

Omfang: 10 ECTS-point
Eksamensform: Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition.
Intern censur.

Formål

Formålet med faget er, at den studerende opnår kompetencer, der bygger på en grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring, således at den studerende kan forestå og tage del i analyse, planlægning og praktisk anvendelse af digital markedsføring. Dette inkluderer analyse og vurdering af markedspotentialet, udvikling af digitale markedsføringsstrategier, planlægning af konkrete digitale markedsføringsaktiviteter samt måling og optimering af den digitale markedsføring.

Læringsmål: Den studerende...

Viden og forståelse

Den studerende har på teoretisk og praktisk niveau viden om og forståelse af:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen.
- Den digitale strategis betydning og relevans.
- Metoder til digital markedsføring.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis.
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier.
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge arbejdet med usability og brugertests til forbedring af brugervenligheden.
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder.
- Vurdere og begrunde behov samt og udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
- Identificere relevant jura og vurdere konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring.
- Vurdere potentialet for markedsføring via mobile enheder samt medvirke ved udvikling af koncepter.

Fagmodul – Akademiuddannelse (AU)

- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater til fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring.
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter.
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats.

Indhold

- Digital strategi.
- Målsætninger og KPI (key performance indicators).
- Webanalyse.
- Konvertering og konverteringsoptimering.
- Usability og brugertests.
- Søgemaskineoptimering.
- Digital reklame og annoncering.
- Relevant jura.
- Konzeptudvikling til mobile enheder.
- Sociale medier.