

Sociala medier som marknadsföringsverktyg, 5 hp

Social media in marketing, 5 HE credits

Beslutad: 2020-06-25

Beslutande: Institutionen för Ekonomi och IT

Gäller från: H20

Kursens mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten:

Kunskap och förståelse

1. kunna redogöra för centrala begrepp vid användning av och förståelse för sociala medier som marknadsföringsverktyg
2. ha kännedom om aktuella sociala medier och kommunikationsteknologier samt förståelse för dess ursprung

Färdighet och förmåga

3. kunna tillämpa centrala begrepp och applicera dessa på marknadsföringsarbete med sociala medier och kommunikationsteknologier i det egna yrkesutövandet
4. använda sociala medier för att förstå sin målgrupp på respektive plattform
5. utveckla en strategisk marknadsföringsplan för sociala medier

Värderingsförmåga och förhållningsätt

6. värdera och beskriva etiska, juridiska, integritetsrelaterade utmaningar och risker vid studier av och arbete med sociala medier

Behörighetskrav

Grundläggande behörighet.

Formerna för bedömning av studenternas prestationer

Kursen examineras i tre moment. För godkänt på kursen krävs godkänt resultat på samtliga tre examinationsmoment. De tre examinerande momenten är:

- 1) Gruppvis utformande av wiki samt individuellt författande av reflektionstext där begreppen appliceras på situationer och sammanhang i ens eget yrkesutövande.
- 2) Gruppvis insamling av data om målgrupp och användare genom ett par olika metoder samt redovisning av data
- 3) Individuellt författad essä/marknadsplan om eget varumärke/företag/organisation.

Övriga föreskrifter

Betygskala: Underkänd eller Godkänd

Undervisningsspråk är svenska, men litteratur på engelska kan förekomma.

Läraktiviteter genomförs såväl individuellt som i grupp.

Generella regler för examination vid Högskolan Väst finns på www.hv.se.

Om den studerande har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning har examinator rätt att examinera den studerande i en anpassad examinationsform.

Nivå

Grundnivå

Successiv fördjupning

G1N - grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Sociala medier som marknadsföringsverktyg, 5 hp

Social media in marketing, 5 HE credits

Kursens innehåll

Stora delar av befolkningen tillbringar idag sin tid på nätet, vilket har gett konsekvenser för hur och var vi arbetar, hur vi interagerar med andra, hur vi konsumerar nyhets- och underhållningsmedia och hur vi köper och säljer varor och tjänster. Nya sociala mötesplatser skapas och relationer mellan lärare och studenter, politiker och väljare och inte minst företag och kunder, förändras. Den här kursens syfte är att fördjupa deltagarens förståelse för hur de här nya framväxande platserna ser ut och fungerar, samt att ge en insyn i underliggande mekanismer som styr den teknologimedierade interaktionen på dessa platser för att kunna möta de utmaningar som kan stötas på i takt med att teknologi och media utvecklas.

Målet med den här kursen är att skapa en förståelse för hur sociala medier fungerar och användas och vilken roll dessa spelar idag, på såväl individ- som samhällsnivå, för att i förlängningen kunna applicera den här kunskapen på sitt eget yrkesutövande. Du lär dig förstå din målgrupp och hur du når ut till dem med ditt budskap.