

Kursplan sociala medier i marknadsföring och kommunikation



Vecka 1 | INTRODUKTION

Genomgång av vad social media är samt vad begreppet betyder för var och en av oss. En historisk tillbakablick över mediekonsumtionen på 2000-talet, hur har utvecklingen sett ut och vad säger statistiken i dag. Kursledarna Pia Hammargren och Sofie Sjöstrand presenterar även vår gemensamma plats, distanskursen.ning.com.



Vecka 2 | ATT MÖTAS VIA SOCIALA MEDIER

Fokusering på begreppet blogg och mikroblogg. Vad kännetecknar en framgångsrik blogg, och vad gör den intressant för läsaren? Vad är Twitter och hur kan det användas som kommunikationskanal för organisationer.



Vecka 3 | ATT MÖTAS VIA SOCIALA MEDIER (forts.)

Genomgång av ett urval av de verktyg som används inom sociala medier idag. Fokus denna vecka ligger på Facebook. Hur skapar man officiella Facebook-sidor samt exempel på lyckade Facebook-kampanjer. Undersökning av bland annat registrering, avregistrering, användning, ihopkoppling av olika verktyg plus fler spännande funktioner som du kan ha nytta av.



Vecka 4 | SOCIALA MEDIER UTIFRÅN OLIKA PERSPEKTIV OCH SPECIFIKA BEHOV

Genomgång av sociala medier utifrån olika förutsättningar, behov och önskemål. Fokuseringen är på skillnader i användandet av sociala medier mellan myndigheter, företag, föreningar och privatpersoner. Vi tittar även närmare på valrörelsen 2010 och hur sociala medier kan användas av myndigheter.



Vecka 5 | POLICYS FÖR SOCIALA MEDIER, ATT STÄRKA SITT VARUMÄRKE OCH HUR MAN GÖR FÖR ATT SÖKOPTIMERA

Behöver er organisation en policy för sociala medier? I såfall, hur ska den se ut? Här går vi igenom tips och modeller för att skapa policys kring sociala medier. Vi går även igenom vad sociala medier har för betydelse varumärken och hur man gör för att locka fler besökare till sin webbsida/blogg genom optimering.



Vecka 6 | SAMMANFATTNING

Gemensam sammanfattning av kursen av vad som gjorts och vad är nästa steg för var och en av oss att påbörja vår arbete på detta område, efter kursen.