

Lektionsplanering

Årskurs: 1

Ämne: Praktisk marknadsföring

Tema: Digital marknadsföring

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla digitala marknadsföringsstrategier, inklusive sociala medier, SEO (sökmotoroptimering), och e-postmarknadsföring. Eleverna ska förstå hur man använder digitala verktyg för att skapa och genomföra marknadsföringskampanjer, samt hur man mäter och analyserar effekten av dessa insatser.

Kunskapskrav

Eleven beskriver översiktligt digitala marknadsföringsverktyg och deras användning i praktiska situationer. Dessutom planerar och genomför eleven marknadsföringsinsatser med digitala medier och utvärderar resultatet av dessa insatser.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till digital marknadsföring (15 min)

- Definition av digital marknadsföring och dess betydelse i dagens samhälle.
- Genomgång av olika digitala plattformar som används för marknadsföring.
- Diskutera skillnader mellan traditionell och digital marknadsföring.

SEO-grunder (10 min)

- Förklara vad SEO (sökmotoroptimering) är och dess roll i digital marknadsföring.
- Visa exempel på hur SEO påverkar synligheten av en webbplats.

- Diskutera vikten av nyckelord och innehållsstrategier.

Sociala medier som marknadsföringsverktyg (15 min)

- Genomgång av olika sociala medieplattformar och hur de kan användas för marknadsföring.
- Visa exempel på framgångsrika kampanjer via sociala medier.
- Låt eleverna diskutera i grupper vilket socialt medium som kan passa deras kampanjidéer.

Praktisk övning i att skapa digitalt innehåll (10 min)

- Eleverna får i uppdrag att skapa ett enkelt digitalt reklammaterial (t.ex. en annons eller ett inlägg för sociala medier).
- Ge instruktioner om vilka element som bör finnas med (text, bild, call-to-action).
- Låt eleverna presentera sina skapelser kort för klassen.

Aktivitet

Eleverna ska i grupper på 3-4 personer välja ett företag (verkligt eller påhittat) och skapa en digital marknadsföringskampanj för den valda produkten eller tjänsten. De ska ta hänsyn till målgrupp, välja lämpliga digitala plattformar och skapa en innehållsplan. Varje grupp ska förbereda en presentation där de visar upp sina kampanjidéer och beskriver hur de tänker använda digital marknadsföring för att nå sina kunder.

Exit-ticket - Frågor att besvara för utvärdering:

1. **Vad menas med digital marknadsföring?** – Svar: Marknadsföring som använder digitala kanaler och plattformar för att nå kunder.
2. **Vad är SEO och varför är det viktigt?** – Svar: SEO står för sökmotoroptimering och hjälper till att öka synligheten av en webbplats på sökmotorer.
3. **Näm två digitala plattformar som kan användas för marknadsföring.** – Svar: Facebook och Instagram.
4. **Hur kan man mäta framgången av en digital kampanj?** – Svar: Genom analyser av webbtrafik, engagement metrics och konverteringsgrad.
5. **Varför är innehåll viktigt i digital marknadsföring?** – Svar: Innehåll engagerar kunder och kan driva trafik samt konverteringar.

Hemuppgift

Eleverna ska välja en digital kampanj de har sett (exempelvis via sociala medier) och utvärdera den. De ska analysera vilket mål företaget hade med kampanjen, vilket innehåll som användes och om de anser att kampanjen var framgångsrik eller inte. Rapporten ska vara minst en sida lång och lämnas in vid nästa lektion.

Citat

"The internet is becoming the town square for the global village of tomorrow." - Bill Gates. Citatet uttrycker betydelsen av internet i vår moderna kommunikation och marknadsföring, vilket är centralt för förståelsen av digital marknadsföring och dess påverkan på företagsstrategier.

Nästa lektion

Förslag på tema för nästa lektion: "Analysera digitala kampanjer". Denna lektion syftar till att eleverna ska lära sig att analysera och utvärdera riktiga digitala kampanjer, förstå deras strategier och lärdomar.

Tags: [Lektion](#)