

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Praktisk marknadsföring

Tema: Digital marknadsföring och sociala medier

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Denna lektion fokuserar på digital marknadsföring och hur företag effektivt använder sociala medier som marknadsföringskanal. Eleverna kommer att lära sig om strategier för att nå kunder genom digitala plattformar och om betydelsen av innehåll och engagemang i digital kommunikation.

Kunskapskrav

Eleven kan redogöra för och tillämpa grundläggande strategier för digital marknadsföring och använda sociala medier för att kommunicera med och nå en specifik publik.

Lärrarledda instruktioner

Introduktion till digital marknadsföring (10 min)

- Definiera digital marknadsföring och diskutera dess betydelse i dagens företagande.
- Gå igenom de olika formerna av digital marknadsföring, inklusive SEO (sökmotoroptimering), SEM (sökmotorannonsering), innehållsmarknadsföring och e-postmarknadsföring.
- Presentera hur sociala medier passar in i den digitala marknadsföringsstrategin.

Genomgång av sociala medier som marknadsföringskanal (15 min)

- Diskutera de olika plattformarna (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn etc.) och deras primära målgrupper och funktioner.
- Ge exempel på framgångsrika sociala mediekampanjer och diskutera varför de var effektiva.
- Presentera strategier för att skapa engagerande innehåll som lockar användare och bygger varumärkeslojalitet.

Workshop: Skapa en digital kampanj (20 min)

- Dela in klassen i grupper och ge dem en uppgift att skapa en enkel digital marknadsföringskampanj för en fiktiv produkt eller tjänst.
- Be dem att tänka på målgrupp, val av plattformar, kampanjens budskap, och hur de skulle engagera sina följare.
- Låt grupperna presentera sina kampanjer för klassen och få feedback.

Sammanfattning och reflektion (5 min)

- Sammanfatta lektionens huvudpunkter om digital marknadsföring och sociala medier.
- Diskutera vikten av att anpassa innehåll och strategier till målgruppen.
- Ställ frågor för att hjälpa eleverna att reflektera över vad de har lärt sig och hur de kan tillämpa detta i sina framtida projekt.

Aktivitet

Eleverna ska dokumentera sina kampanjidéer och skriva en kort reflektion över vilka strategier de använde samt hur de tror att dessa skulle fungera i verkligheten.

Beräknad tidsåtgång: 30 minuter

Exit-ticket

- Vad innebär digital marknadsföring? Svar: Användning av digitala verktyg och plattformar för att marknadsföra produkter eller tjänster.
- Nämn en fördel med att använda sociala medier för marknadsföring. Svar: Möjligheten att nå en bred publik och engagera kunder i realtid.
- Hur kan man mäta effektiviteten av en digital kampanj? Svar: Genom att analysera statistik som klickfrekvens, konverteringar och engagemang.
- Vad är viktigt när man skapar innehåll för sociala medier? Svar: Att det är relevant, engagerande och anpassat till målgruppen.
- Varför är det viktigt att veta vilken plattform man ska använda? Svar: För att säkerställa att kampanjen når rätt publik och för att anpassa meddelandet till plattformens användartyp.

Hemläxa

Välj en aktuell kampanj från ett företag eller en organisation och skriv en analys av deras digitala marknadsföringsstrategi. Diskutera hur de använder sociala medier och vilket budskap de vill förmedla. Längd: 500 ord.

Fördjupningsuppgift

Eleverna kan i en fördjupningsuppgift utveckla en mer omfattande digital marknadsföringskampanj för en produkt eller tjänst, inklusive en detaljerad analys av målgruppen och en mediestrategi. Kampanjen ska också innehålla visuella och textuella exempel på annonsering.

Förslag för nästa lektion

Tema: Konsumentbeteende och marknadsanalys

I nästa lektion kommer vi att fokusera på konsumentbeteenden och hur företag kan analysera dessa för att anpassa sina marknadsföringsstrategier. Lektionen kommer att involvera diskutera lager av behov och hur företag kan uppfylla konsumenternas krav genom anpassade kampanjer.

Förberedelser

- Samla exempel på framgångsrika digitala kampanjer och deras strategier.
- Förbereda verktyg och resurser för workshopen för att utveckla marknadsföringskampanjer.
- Utveckla exempel på målgrupper och hur digitala plattformar används effektivt för olika demografiska grupper.

Tags: [Gymnasiet](#), [Marknadsföring](#), [Praktisk marknadsföring](#)