

# Mappeinnlevering (100% av total karakter)

Mappeinnleveringen gjøres i grupper på mellom 1 og 5 personer. De fleste grupper er mellom 4 og 5, men det er gjort noen unntak som betyr at det er noen som er enten 3 eller mindre.

## Oppgaven i mappen er som følgende:

Gruppen skal velge seg et foretak og et produkt/en tjeneste som skal markedsføres.

Foretaket skal markedsføres i Norge, og det bør være et foretak som eksisterer (ellers må logoer og alt av markedsmateriell lages selv). Foretaket kan være noe abstrakt som en festival eller en by (Visit Norway) eller lignende, dette velger gruppen selv. Det skal innleveres to rapporter for «produktet» som er valgt.

1. Rapport
2. Digital markedsplan

Det skal primært benyttes digitale markedsføringsstrategier, men offline markedsføring kan inngå der logisk, men fjerner da ikke noen av kravene for bruk av digitale plattformer. Offline markedsføring er derfor et eventuelt tillegg om gruppen mener det er behov for det for å fylle ut markedsstrategien på en god måte.

## Rapport og markedsplanen må minst bestå av følgende:

- Situasjonsanalyse og bedriftsbeskrivelse
- Målsettinger og KPI'er
- Målgruppebeskrivelse
- Markedsføringsstrategi og strategi for digital kampanje
- Kanalvalg og begrunnelse av disse
  
- Aktivitetsplan for bruk av digitale medier som er tilpasset målgruppen
  - Både betalt og ubetalt annonsering skal benyttes der det er mulig
  - Både plan og innholdskal leveres
  
- Landingssider for produktet
  - Eksempel på landingsside tilpasset produktet du ønsker å selge
  - Call to action
  - Brukervennlig design
  - Søkemotoroptimalisering
  - Keywordsanalyse
  
- Søkemotorannonsering
  - Annonseringsplan
  - Keywordanalyse
  - Annonser

- Grafisk utforming basert på aktivitetsplanen
  - Digitalt materiell til ulike flater definert i planen (f.eks. annonser, nyhetsbrev, Google Ads, Facebook o.l)
  - Annet grafisk materiell (hvis aktuelt for å forsterke det digitale og merkevaren)
- Innholdsmarkedsføring
  - Tekst/innhold
  - Redaksjonelt innhold (blogg, artikler)
  - Video (om aktuelt)
  - Dialogmarkedsføring (e-post, SMS, etc.)
  - Annen innholdsmarkedsføring tilpasset målgruppen

Det er viktig at besvarelsen fyller minimumskravene. Det er selvfølgelig fullt mulig å levere mer enn minimumskravene dersom gruppen mener det er hensiktsmessig i forhold til oppgaven. Markedsplanen skal tilpasses målgruppen. Det kan være elementer som ikke er naturlig å benytte seg av og dette må da forklares i rapporten.

Til slutt skal hver av gruppemedlemmene levere en egenrapport der de skal ha dokumentert deres arbeidsoppgaver og samarbeid i løpet av prosjektet.

### **Mappen skal vurderes i henhold til følgende kriterier:**

- Måloppnåelse i forhold til minimumskravene som stilles til markedsplan, rapport og innhold.
- Totalinntrykket av mappen i forhold til gjeldende praksis i markedsføringsfeltet.
- Hvor godt markedsplanen ville fungert som en faktisk markedsføringskampanje.

### **Karakterer**

**A:** Svært god mappeinnlevering som viser god forståelse for temaene i digital markedsføring med realistisk innhold basert på gode målgrupper og en god forståelse for bedriftens behov for markedsføring. Kampanjen foreslått i markedsplanen kan med små eller ingen endringer gjennomføres for å markedsføre den valgte bedriften eller produktet.

**C:** Praktisk godt gjennomført mappeinnlevering. Mappen har merkbare svakheter, men viser grei forståelse av temaene i digital markedsføring og markedsplanen vil til en viss grad kunne benyttes i forbindelse med en virkelig markedsplan.

**F:** Svakt gjennomført mappeinnlevering. Minimumskravene er ikke møtt og markedsplanen som er utviklet er ikke laget i henhold til noe av gjeldende praksis i bransjen og viser derfor ingen eller svært lav forståelse for temaene i faget.