

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 trenger ikke å være norsk, men burde 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.

Gruppen skal så lage en markedsplan for «produktet» som er valgt. Markedsplaner skal primært benytte seg av 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.

Markedsplanen må minst bestå av følgende:

- Markedsplan for bruk av digitale medier som er tilpasset målgruppen
 - Både betalt og ubetalt annonsering skal benyttes der det er mulig
 - Både plan og innhold skal leveres
- Landingssider for produktet
 - Søkemotoroptimalisering
 - SEO
 - Design
 - Call to action strategi
- Søkemotorannonsering
 - Annonseringsplan
 - Keyword analyse
 - Annonser
- Grafiske elementer tilpasset markedsføringen
 - Annonser
 - Grafikk til sosiale medier
- Innholdsmarkedsføring
 - Tekstlig innhold
 - Grafisk innhold (grafikk til blogg poster, artikler og landingssider)

- Video innhold (der nødvendig)
- Annet innholdsmarkedsføringsmateriale tilpasset målgruppen.

Det er viktig at gruppen fyller minimumskravene og det er selvfølgelig fullt mulig å gå forbi minimumskravene om det er noe innhold gruppen mener det er logisk å ha med, men som ikke er nevnt i minimumskravene. Planen og innhold må tilpasses til målgruppen så det kan være noen elementer som ikke er logisk å bruke for å nå en spesifikk målgruppe, dette må da forklares i sluttrapporten.

Gruppen skal i tillegg til overnevnte innhold levere en rapport der markedsplanen beskrives, målgruppen beskrives og gruppen må beskrive hvordan den spesifikke målgruppen skal nåes med markedsplanen som er foreslått. Her er det viktig å vise til undersøkelser som er gjort av gruppen, f.eks. i forbindelse med valg av sosiale medier tilpasset målgruppen. Dette kan variere til dels, da noen har brukt faktiske tall de har blitt tildelt fra sin oppdragsgiver, og andre har måtte basere sine tall på funn via lignende kilder på nett, siden oppdragsgiver ikke er involvert.

Til slutt skal hver av gruppemedlemmene levere en Egenrapport der de skal ha dokumentert deres arbeidsoppgaver og samarbeid i løpet av prosjektet. Samt reflektere og legge til grunne deres erfaringer og utbytte av oppgaven.

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.