

Fagskolen Rogaland studieplan:

Digital markedsføring

60 studiepoeng nivå NKR 5.1, nettbasert med samlinger



<i>Sist oppdatert</i>	26.04.2023
<i>Skrevet av</i>	Cecilie Skram Gil
<i>Kontrollert av</i>	Øystein Førsvoll
<i>Godkjent av</i>	

Innholdsfortegnelse

INNHALDSFORTEGNELSE	2
UTDANNINGENS NAVN	3
FORMÅL MED UTDANNINGEN	3
OPPTAKSKRAV	3
OMFANG OG ARBEIDSMENGDE	4
ORGANISERING AV UTDANNINGEN	5
SAMLINGER.....	5
INDRE SAMMENHENG I UTDANNINGEN.....	6
UTDANNINGENS INNPASSERING I NKR-NIVÅ	6
LÆRINGSUTBYTTEBESKRIVELSER.....	7
LÆRINGSUTBYTTE FOR UTDANNINGEN SOM HELHET	7
LÆRINGSUTBYTTEBESKRIVELSER OG FAGLIG INNHOLD FOR HVERT EMNE	8
EMNE 1 MARKEDSFØRING I DIGITALE KANALER (15 STUDIEPOENG).....	8
EMNE 2 DIGITALE KANALER (15 STUDIEPOENG).....	10
EMNE 3 INNHOLDSMARKEDSFØRING (15 STUDIEPOENG)	12
UNDERVISNINGSFORMER OG LÆRINGSFORMER.....	16
INNLEDNING.....	16
UNDERVISNING.....	17
E-LÆRING OG SAMARBEID	17
PRAKTISK PROSJEKTARBEID	17
VEILEDNING	17
SELVSTUDIUM	17
SKRIFTLIGE ARBEIDER	17
ARBEIDSKRAV OG VURDERINGSORDNINGER	17
UNDERVEISVURDERING (FORMATIV VURDERING)	18
SLUTTAVURDERING (SUMMATIV VURDERING)	18

Utdanningens navn

Utdanningens navn er *Digital markedsføring*.

Formål med utdanningen

Formålet med utdanningen er å utdanne kandidater som kan dekke et behov i markedsføringsbransjen, innen nisjen digital markedsføring.

I dag er det et stort behov for økt kompetanse innen digital markedsføring, og en ser også innslag av personer som utvikler sine egne arbeidsplasser innen området markedsføring på nett og i digitale kanaler. For å henge med i den teknologiske utviklingen som skjer i hurtig tempo, er kunnskap om digital markedsføring essensielt for å beholde konkurransefortrinnet for sin bedrift. De fleste bedrifter vil i dag også markedsføre sine produkter, tjenester og andre aktiviteter i sosiale medier, samt i andre digitale kanaler, og man ser behovet for å utdanne egne ansatte til å drifte og vedlikeholde denne delen av bedriftens markedsføring. Flere bedrifter leier også inn bedrifter som kan administrere og drifte de digitale kanalene til bedriften, og dette er også en rolle man vil kunne tre inn i etter endt utdanning.

Sentralt i studiet er emner innen grunnleggende markedsføring, digitale kanaler, innholdsmarkedsføring og visuelle virkemidler, der studentene enten vil jobbe med case og prosjekter rettet direkte mot bedrifter og næringslivet. Studiet har videre emner som tjener som grunnlag for forståelse, så som analyse, merkevarebygging og tilstedeværelse på nett.

For å nå en målgruppe som i en stor grad er i arbeid, er studiet lagt opp som et nettbasert studium med nettsamlinger.

Opptakskrav

Opptakskrav er fagbrev eller vitnemål fra videregående opplæring innen salg, service og reiseliv, medier og kommunikasjon eller tilsvarende realkompetanse.

Generelle bestemmelser for opptak finnes i Forskrift om høyere yrkesfaglig utdanning ved Fagskolen Rogaland kapittel to (Se <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2024-09-19-2344>).

Realkompetanse vil bli vurdert opp mot kompetansemålene i Vg3 fagplaner for et av de aktuelle fagene for opptak vist til i avsnittet over.

Omfang og arbeidsmengde

Omfang av utdanningen er 60 studiepoeng og forventet arbeidsmengde for utdanningen som helhet og for hvert emne fordeler seg slik:

Tabell 1: oversikt over emner og tidsbruk avsatt i utdanningen

Emne	Navn	Semester (fulltid)	Semester (deltid)	Studiepoeng	Studieinnsats (timer totalt)	Herav: undervisning og læringsarbeid	Herav: Selvstudie, arbeidskrav, eksamen og prosjektoppgave
1	Markedsføring og digital kommunikasjon	1	1	15	375	125	250
2	Digitale verktøy	1	2	15	375	125	250
3	Innholdsmarkedsføring	2	3	15	375	125	250
4	Visuelle virkemidler	2	4	7,5	187,5	62,5	125
5	Prosjektarbeid i digital markedsføring	2	4	7,5	187,5	50	137,5
	Totalt:	2	4	60	1500	500	1000

Semester: Relativt studiehalvår fra og med studiestart.

Studiepoeng: Ett studiepoeng tilsvarer 25 klokketimer studiebelastning for studenten (av årsramme på 1500).

Undervisning og læringsarbeid: Timeplanlagte timer til forelesninger, veiledning, introduksjon til, eller gjennomgang av, oppgaver og aktiviteter, samt annet styrt læringsarbeid.

Selvstudie: Estimert omfang på tid satt av til lesing av litteratur, egenstudier, samarbeid og arbeidskrav, eksamener og prosjektoppgaver.

Samlingsdager: inngår i timeplanlagt undervisning og kommer ikke i tillegg til samlet studieinnsats.

Organisering av utdanningen

Digital markedsføring er en 1-årig utdanning på 60 studiepoeng. Utdanningen er organisert som nettbasert studium med samlinger.

Utdanningen er tilrettelagt for personer i arbeid, både med tanke på praktisk tilrettelegging og oppdeling i emner. Emnene skal gi både fokus og faglig progresjon som bygger opp under læringsutbytte fra utdanningen som helhet. Emnene skal gi en bredde og tverrfaglig forståelse av området markedsføring i digitale kanaler, ulike digitale kanaler og bruk/nytte av disse, innholdsmarkedsføring og visuelle virkemidler. Utdanningen avsluttes med et praktisk prosjektarbeid.

Studentene vil få opplæring i nødvendig undervisningsteknologi og aktuelle IKT-verktøy ved studiestart sammen med gjennomgang av arbeidskrav og studieteknikk og tilgang på IKT-support gjennom studiet.

Undervisningen vil bli lagt opp med forelesninger (samlinger) via nett. Disse forelesningene vil være tilgjengelige som opptak, slik at de kan benyttes når det måtte være hensiktsmessig.

Det vil være studentaktive læringsformer med oppgaver som skal løses eller drøftes individuelt eller i grupper for senere bruk i undervisning. Dette kommer i tillegg til timeplanlagt undervisning. Faglærer vil kunne innlede til et tema der studentene etterpå skal bearbeide informasjon som grunnlag for senere gruppediskusjoner og refleksjoner sammen med gruppen og/eller faglærere.

I tillegg vil studenten også måtte beregne tid til egenstudier, litteratur og samarbeid med andre om valg av tema for vurderingsarbeid.

Lærerne vil veilede studentene individuelt og i grupper i samband med definerte arbeidskrav i hvert emne. Studentene vil bli involvert i å gi tilbakemeldinger på hverandres arbeid og forventes å bidra med egne erfaringer i læringsarbeidet. På denne måten kan studentene delta og forventes å bidra i faglig læringsarbeid og være en aktiv del av læringsmiljøet.

Studenten må gjennomføre arbeidskrav i hvert emne. Når arbeidskrav er gjennomført og bestått innen fastsatte frister, kan studenten avlegge eksamen. Eksamen fastsettes i eksamensplan med dato opplyst ved starten av hvert semester. Se beskrivelse for det enkelte emnet.

Det foreligger *Forskrift om høyere yrkesfaglig utdanning ved Fagskolen Rogaland* på <http://lovdata.no> som beskriver opptak, eksamen, klagerett m.v. Studenten har ansvar for å gjøre seg kjent med bestemmelsene i forskriften i tillegg til studieplanen og meldinger som blir gitt i skolens læringsportal.

Samlinger

Samlinger blir gjennomført via nett, om ikke annet er opplyst eller avtalt særlig. Det legges opp til samlinger i hvert emne slik det framgår av *Tabell 1: oversikt over emner og tidsbruk i utdanningen*. Deltagelse på samlingene er obligatorisk, men det tillates et fravær på inntil 20 % per emne. På samlingene vil det bli gitt en innføring i emnet og sentrale deler av pensum. Disse vil være viktige for videre arbeid med arbeidskrav og egenstudier.

Indre sammenheng i utdanningen

Emnene i utdanningen dekker vesentlige områder for arbeid med digital markedsføring med fokus på markedsføring i digitale kanaler, digitale kanaler, innholdsmarkedsføring, visuelle virkemidler, samt en avsluttende praktisk prosjektoppgave.

Det er en viss progresjon i vektleggingen fra kunnskap til anvendelse og generell kompetanse i studiet fra emne 1 til emne 5. Det anbefales, og legges derfor opp til, at emnene tas i rekkefølge. Det vil være mulig å justere på rekkefølgen som emnene 1-4 tas i, men her kan bl.a. individuelle forutsetninger som erfaringsbakgrunn og godskrivning hos studenten spille inn. Rektor avgjør etter ev. søknad om endret rekkefølge av emner, jf. forskrift for Fagskolen Rogaland.

Utdanningens innplassering i NKR-nivå

Utdanningen er på NKR-nivå 5.1 og gir tittel Fagskolegrad.

Læringsutbyttebeskrivelser

Forventet læringsutbytte og faglige tema for utdanningen som helhet, og for hvert emne, er beskrevet i de påfølgende kapitlene. Her finner du også informasjon om undervisningsformer, læringsformer og vurderingsformer.

Læringsutbytte for utdanningen som helhet

Etter fullført og bestått utdanningen har kandidaten følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse

Kunnskap (kandidaten har...)
• kunnskap om fagspråk, arbeidsmåter og digitale verktøy innen digital markedsføring. • Kunnskap om visuelle virkemidler, innholdsmarkedsføring og digitale verktøy for digitalt markedsføringsarbeid i ulike kanaler. • innsikt i lovverk, etiske regler, personvern og GDPR, standarder og krav til kvalitet relevant for digital markedsføring • bransjekunnskap om digital markedsføring og kjennskap til digital markedsføring som yrkesfelt • kjennskap til bransjens mest utbredte kanaler for sosiale medier, analyser og annonsering, herunder bruksområder og målgrupper ved bruk av disse • kan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap innen digital markedsføring • har forståelse for betydningen av digital markedsføring, digitale funksjoner- og opplevelser som verdiskapning for bedrifter og andre interessenter i samfunnet • forståelse for den digitale markedsføringens betydning innen generell markedsføring og digital kommunikasjon
Ferdigheter (kandidaten kan...)
• kan anvende faglig kunnskap for å utvikle en markedsstrategi for en kunde, merkevare eller produkt • kan anvende sin faglige kunnskap for å velge riktige digitale kanaler for å utvikle- og kjøre en annonsekampanje rettet mot en tiltenkt målgruppe • kan anvende faglig kunnskap for å utvikle digitalt innhold, utforme planer for målrettet spredning av innhold, og bidra til markedsføringsarbeid i riktige kanaler • kan anvende digitale verktøy for å utføre og begrunne virkemidler for en markedsstrategi og innholdsproduksjon i digitale flater • kan finne fagstoff og bransjerelatert informasjon, holde seg oppdatert på lovverk, digitale verktøy og trender som er avgjørende for gjennomføring av digital markedsføring i en bransje i hurtig endring • kan kartlegge og måle effekten av markeds kampanjer, innholdsproduksjon og annonsering i digitale medier og identifisere styrker og svakheter ved gjennomføringen
Generell kompetanse (kandidaten har/kan...)
• har forståelse for sin egen rolle som digital markedsfører i tråd med bransjeetiske prinsipper og utøve god forretningsskikk i samarbeid og møte med kunder, kolleger og andre bransjeaktører • har forståelse for betydningen av personvern og GDPR i utøvelse av digital markedsføring • kan planlegge, produsere og gjennomføre prosjekter og levere produkter til oppdragsgiver og kunder etter avtalt bestilling • kan utføre arbeid og prosjekter innen digital markedsføring basert på målgruppen- og kundens behov • kan bygge relasjoner og dele erfaringer med kunder og bransjekolleger, og samarbeide på tvers av yrkesgrupper for å utvikle gode brukerløsninger og produkter for gitte målgrupper • kan utvikle en digital markedsstrategi, basert på innhold, analyser og evaluering i tråd med bransjeetiske prinsipper

Emne 1 Markedsføring i digitale kanaler (15 studiepoeng)

Etter fullført og bestått dette emnet, har studenten oppnådd følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap
• har kunnskap om markedsføring, markedsstrategi, målgrupper, segmentering og forbruker- og kjøpsatferd • har kunnskap om merkevarebygging og markedskommunikasjon • har kunnskap om markedsføring i ulike digitale kanaler • har kunnskap om relevante verktøy som brukes i arbeid med digital markedsføring • har innsikt i personvernloven, GDPR og markedsføringsloven • har kunnskap om markedsføring som fagfelt og om utøvelsen av markedsførings- og kommunikasjonsarbeid • har kjennskap til bransjens viktigste sosiale mediekkanaler og annonsekanaler, funksjonalitet, bruksområder og målgrupper • har kunnskap om markedsføringsbransjen og dens aktører • har kunnskap om hvordan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap, herunder relevante digitale eller fysiske fora og møteplasser • har kunnskap om markedsføringens betydning for samfunnet og for verdiskapningen for bedrifter
Ferdigheter
• kan planlegge og utvikle en markedsstrategi for en gitt kunde, merkevare eller produkt • kan planlegge og gjennomføre digitale markedsaktiviteter for en gitt målgruppe • kan anvende digitale verktøy relevant for planlegging og utarbeidelse av en markedsstrategi • kan bruke fagterminologi i kommunikasjon med bransjeaktører • kan kommunisere sine begrunnelser og valg overfor kunder og kolleger på en forståelig måte • kan bruke fagstoff og relevante og oppdaterte kilder til bruk i markedsføringsarbeidet • kan analysere og bearbeide informasjon og anvende denne i ulike faglige sammenhenger og i samarbeid med kunder og andre aktører
Generell kompetanse
• kan kommunisere på en tydelig og forståelig måte i faglige sammenhenger med utgangspunkt i bransjetisk sjargong og utøvelse • har kompetanse i effektiv og korrekt kildebruk • kan representere sin bedrift og utøve god forretningsskikk i møter med kunder, kolleger og bransjeaktører • kan utvikle en markedsstrategi med utgangspunkt i avtalt rammeverk for ressursbruk • kan utarbeide en markedsstrategi for digital markedsføring for en gitt aktør på bakgrunn av kundens behov • kan bygge relasjoner med kunder, bransjeaktører og andre interessenter • kan innhente relevant og oppdatert informasjon om markedsføring- og digital kommunikasjon og kunne ta i bruk denne informasjonen • vet hvor man skal innhente relevant og oppdatert informasjon om markedsføring i digitale kanaler og kunne ta i bruk denne informasjonen

Faglige tema i emnet

- **Markedsføring i digitale kanaler**
Forbrukeratferd, markedsblanding, merkevarebygging, markedsføring i ulike kanaler
- **Målgrupper**
Segmentering, målgrupper, personer
- **Kommunikasjon**
Kanaler, budskap, fagterminologi for markedsføring og kommunikasjon i digitale flater, massekommunikasjon- og personlig kommunikasjon
- **Strategi og planlegging**
Strategi for markedsføring, kundereise og merkevarestrategi- og bevissthet
- **Love og etiske regler i markedsføring**
GDPR, markedsføringsloven, personvernloven, bransjeetikk, diskriminering og mangfold

Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Forelesning

Veiledning på arbeidskrav

Case og oppgaver gitt av lærer

Egenstudier/ kollokvier

Vurdering og arbeidskrav

Arbeidskrav definert av faglærer. Vurderes til godkjent / ikke godkjent.

Arbeidskrav må være godkjent for å avlegge eksamen.

Eksamen definert ved semesterstart. Vurdering A-F.

Litteratur

Studenten vil få beskjed om aktuell litteratur ved semesterstart.

Emne 2 Digitale kanaler (15 Studiepoeng)

Etter fullført og bestått dette emnet, har studenten oppnådd følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap
• har kunnskap om verktøy som brukes i arbeid med digital markedsføring i ulike digitale kanaler • har kunnskap om digitale verktøy for resultatmåling, effekt og analyse • har innsikt i hvordan man behandler personopplysninger ved bruk av digitale verktøy i markedsføring • har kunnskap om bransjens- og målgruppers foretrukne digitale verktøy innen digital markedsføring • har kunnskap om søkemotorverktøy for resultatmåling og analyse • kan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap om digitale verktøy som brukes i digital markedsføring • har kunnskap om betydningen for bruk av digitale verktøy for yrkesutøvelsen, samt for sluttbruker • forståelse for viktigheten av god brukeropplevelse ved bruk av digitale verktøy
Ferdigheter
• kan anvende kunnskap om markedsføring og digitale verktøy på praktiske og teoretiske problemstillinger innen digital markedsføring • kan anvende digitale verktøy til produksjon av innhold, distribusjon av innhold og til analyse av markedsinnsats på digitale flater • Kan bruke lover og forskrifter, samt retningslinjene for de viktigste plattformene for digital markedsføring • kan finne og henvise til informasjon og fagstoff om søkemotoroptimalisering, sosiale medier, analyseverktøy og markedsføringsstrategier og vurdere relevansen for bruk av dette i arbeidet med digital markedsføring • kan kartlegge og identifisere behov ved en bedrifts digitale flaters styrker og svakheter
Generell kompetanse
• har forståelse for god forretningsskikk og er bevisst på etiske problemstillinger knyttet til markedsføring ved bruk av digitale verktøy på forskjellige digitale flater • har forståelse for samspillet mellom teknologi og bruker som oppstår i interaksjon i digitale kanaler • har utviklet en etisk grunnholdning innen digital markedsføring • kan utføre resultatorientert bruk av digitale kanaler i markedsføringen • kan bygge relasjoner mellom utviklere/designere/programmerere, og bidra til å vurdere ulike løsninger • utvikle forslag for tilstedeværelse på nett ved hjelp av digitale verktøy for en gitt aktør

Faglige tema i emnet

- **Annonsering i digitale kanaler og sosiale medier**
Betalt synlighet, maling av effekt
- **WEB-optimalisering**
SEO
- **Analyseverktøy**
Innsikt og analyse i sosiale medier og andre digitale kanaler, valg av verktøy
- **Web-markedsføring**
Nettsted, leads, sosiale medier, e-post-markedsføring og landingssider

Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Forelesning

Veiledning på arbeidskrav

Case og oppgaver gitt av lærer

Egenstudier/ kollokvier og litteratur

Vurdering og arbeidskrav

Arbeidskrav. Vurderes til godkjent / ikke godkjent.

Arbeidskrav må være godkjent for å avlegge muntlig og skriftlig eksamen.

Eksamen definert ved semesterstart. Vurdering A-F.

Litteratur

Studenten vil få beskjed om aktuell litteratur ved semesterstart.

Emne 3 Innholdsmarkedsføring (15 studiepoeng)

Etter fullført og bestått dette emnet, har studenten oppnådd følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap
• har kunnskap om innholdsmarkedsføring som virkemiddel • har innsikt i standarder og krav til produksjon av digitalt innhold • har kunnskap om innholdsmarkedsføring som yrkesfelt, samt kjennskap til bransjeaktører og konkurrenter • kan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap om trender for innholdsmarkedsføring • har kunnskap om hvor man kan tilegne seg oppdatert innsikt om digitale kanaler og sosiale medier • har forståelse for innholdsmarkedsføringens funksjon i samfunnets- og for den enkelte virksomhetens verdiskapning
Ferdigheter
• kan fortelle den gode historien ved bruk av språklige og digitale virkemidler • kan skape språklig innhold tilpasset relevant målgruppe • kan bruke ulike digitale kanaler til å skape engasjement rundt innholdsmarkedsføringen • kan lage en innholdsstrategi for en gitt kunde, merkevare eller produkt • kan utvikle digitalt innhold til bruk i forskjellige digitale kanaler tilpasset oppdragsgiver og målgruppe • kan anvende journalistiske metoder i kommunikasjon • kan tilpasse budskap til kundens tone-of-voice • kan tilpasse markedets kommunikasjonsmetoder til ulike målgrupper • kan innhente relevant informasjon om bruk og endring av prinsipper for innholdsmarkedsføring • kan kartlegge behov for valg og bruk av innhold i digital markedsføring • kan innhente og bearbeide markedsinformasjon og utarbeide innhold for digitale kanaler
Generell kompetanse
• har forståelsen for etiske prinsipper og hensyn innen innholdsmarkedsføring både i forhold til kunder, konkurrenter og egen virksomhet • forståelse for skillet mellom offentlig og privat dialog på nettet med tanke på å verne om bedriften, kunder og kontakters personvern • kan behandle kolleger, kunder og andre med respekt • Kan utføre arbeid innen innholdsmarkedsføring etter utvalgte kunders og sluttbrukeres behov • Forstår viktigheten for en organisasjon ved å være tilgjengelig på sosiale medier med kort responstid • kan bygge relasjoner med både kunder og kolleger andre samarbeidspartnere på tvers av fag og bidra til gode løsninger og opplevelser for innholdsmarkedsføring • kan bidra til å utvikle metoder for innholdsmarkedsføring og produkter i takt med teknologisk utvikling og endring i regelverk

Faglige tema i emnet

- **Innholdsstrategi**
Mål, kundereise, innholdsplan, kanaler og distribusjon

- **Storytelling**
Historieoppbygging, bildebruk, verdi og omdømme, storytelling i digitale kanaler, kommunikasjonsstrategi, tone-of-voice
- **Innholdsproduksjon**
Journalistiske prinsipper, redaksjonelt innhold, verdi, vær varsom-plakaten

Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Forelesning

Veiledning på arbeidskrav

Case og oppgaver gitt av lærer

Egenstudier/ kollokvier og litteratur

Vurdering og arbeidskrav

Arbeidskrav. Vurderes til godkjent / ikke godkjent.

Arbeidskrav må være godkjent for å avlegge eksamen.

Eksamen definert ved semesterstart. Vurdering A-F.

Litteratur og referanser

Studenten vil få beskjed om aktuell litteratur ved semesterstart.

Emne 4 Visuelle virkemidler (7,5 studiepoeng)

Etter fullført og bestått dette emnet, har studenten oppnådd følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap
• har kunnskap om design, fargebruk, profilmanual og designerverktøy tilpasset ulike digitale enheter • har kunnskap om bilde- og videobruk i digital markedsføring • har kjennskap til verktøy for redigering og publisering av video og bilde i digitale kanaler • har innsikt i åndsverkloven og andre aktuelle lover innenfor bilde- og videobruk i markedsøyemed, og forstår hvilken betydning disse har for markedsføringens arbeidsbetingelser • har kunnskap om bransjens utvikling, muligheter og utfordringer • kan oppdatere sin yrkesfaglige kunnskap om visuelle virkemidler • har kunnskap om betydningen av bruk av visuelle virkemidler og den verdiskapning dette har for kunder og målgrupper
Ferdigheter

• kan bruke digitale verktøy for å ta bilder som kan brukes i digital markedsføring • kan bruke farger og design i digital markedsføring og begrunne valg av disse • kan bruke digitale verktøy og kanaler for publisering av bilder, video og kreativt innhold • kan bruke digitale verktøy som støtter bilde og video • kan innhente, formidle og presentere faglig informasjon, ideer og løsninger for visuelle virkemidler • kan kartlegge behov for, og valg av visuelle virkemidler for en gitt kampanje, produksjon og vurdere dette mot målgruppen
Generell kompetanse
• kan innen gitte tidsfrister planlegge, gjennomføre og levere visuelle produkter til kunder eller andre interessenter • har kompetanse i effektiv bruk av digitale verktøy for bruk til visuelle prosjekter og utvikling av markedsmateriell • kan utøve etisk grunnholdning ved produksjon av visuell profilering for en gitt aktør • kan utføre visuelle handlinger i digitale kanaler basert på målgruppens behov • kan kommunisere på en tydelig og forståelig måte, og utveksle faglige synspunkter med medarbeidere, kunder og andre interessenter • kan bidra til å utarbeide og følge opp planer og prosesser for visuell profilering i digitale kanaler

Faglige tema i emnet

- **Visuelt innhold**
Bilde, video og lyd
- **Produksjon av visuelt innhold**
Utstyr, programmer og kanaler for publisering og redigering
- **Visuelle virkemidler**
Symboler og farger, bilder og lyd
- **Grafisk profil**

Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Forelesning

Veiledning på arbeidskrav

Case og oppgaver gitt av lærer

Egenstudier/ kollokvier og litteratur

Vurdering og arbeidskrav

Arbeidskrav. Vurderes til godkjent / ikke godkjent.

Arbeidskrav må være godkjent for å avlegge eksamen.

Eksamen definert ved semesterstart. Vurdering A-F.

Litteratur og referanser

Studenten vil få beskjed om aktuell litteratur ved semesterstart.

Emne 5 Praktisk prosjektarbeid (7,5 studiepoeng)

Etter fullført og bestått dette emnet, har studenten oppnådd følgende kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap
• har særskilte kunnskaper om et selvvalgt emne eller tema med en problemstilling innen digital markedsføring • har kunnskap om hvordan planlegge og dokumentere et prosjekt i yrkesutøvelsen • har kunnskap om hvordan man planlegger digital markedsføring som prosjekt for en kunde, produkt eller merkevare • har kunnskap om organisering av digital markedsføring på tvers av virksomheter og bransjer og kjennskap til ansvar og oppgaver for aktører og samarbeidspartnere • Har innsikt i relevant regelverk, standarder, avtaler og krav til kvalitet som er knyttet til prosjektutførelse innenfor digital markedsføring • har kunnskap om hvordan man planlegger digital markedsføring som prosjekt for en kunde, produkt eller merkevare • kan oppdatere sin kunnskap om digital markedsføring for bruk i prosjekter og leveranser • har forståelse for yrkesfeltets betydning i et verdiskapingsperspektiv.
Ferdigheter
• kan planlegge og dokumentere gjennomføring av et enkelt prosjekt innen digital markedsføring • kan anvende sin kunnskap om digital markedsføring • kan vurdere problemstilling og aktuelle behov for tiltak på grunnlag av egen yrkesutøvelse eller annet aktuelt case • kan bidra til å skape digitale markedsføringskampanjer, aktiviteter og kommunikasjon, digitalt og på sosiale medier sammen med kolleger, kunder og andre aktører • kan anvende relevante faglige verktøy og elektroniske verktøy i sitt arbeid • kan anvende relevante faglige verktøy og digitale verktøy i sitt arbeid • kan planlegge og dokumentere gjennomføring av en kampanje • kan finne informasjon og fagstoff som er relevant for å løse et konkret digitalt markedsføringsoppdrag innenfor satte rammer • kan løse et konkret digitalt markedsføringsoppdrag innenfor satte rammer
Generell kompetanse
• har forståelse for utøvelse av digital markedsføring i en bedrift, i tråd med etiske krav, lover og regler som gjelder for yrkesfeltet • har utviklet en etisk grunnholdning til prosjektarbeid i digital markedsføring • kan planlegge og dokumentere prosesser knyttet til digital markedsføring og presentere slik informasjon for relevante aktører ved hjelp av digitale verktøy og visuelle virkemidler • kan bygge relasjoner med fagfeller eller andre relevante yrkesgrupper, samt leverandører, kunder og/eller brukere • har forståelse for digital markedsførings rolle og betydning i arbeids- og næringsliv

Faglige tema i emnet

- **Valg av tema**
Prosjektarbeid som samarbeidsform og pedagogisk metode, aktuelle problemstillinger fra emner i studiet, utarbeide selvstendige løsninger basert på emner i studiet
- **Gjennomføring av prosjekt**

Læring, fordeling og samordning av arbeid i team/prosjekt, ansvarsfordeling, framdriftsplan og milepæler, delaktiviteter og tidsplan

- **Rapportering og formidling**

Oppbygging av en prosjektrapport, metodevalg og valg av kildestoff, bruk av kilder i behandlingen av eget materiale, etiske retningslinjer, kildekritikk, korrekt bruk av kilder

Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Forelesning

Veiledning på arbeidskrav

Case og oppgaver gitt av lærer

Egenstudier/ kollokvier og litteratur

Vurdering og arbeidskrav

Arbeidskrav. Vurderes til godkjent / ikke godkjent.

Arbeidskrav må være godkjent for å avlegge eksamen.

Eksamen definert ved semesterstart. Vurdering A-F.

Litteratur og referanser

Studenten vil få beskjed om aktuell litteratur ved semesterstart.

Det praktiske prosjektarbeidet i denne utdanningen skal speile en reell eller tenkt situasjon i fra arbeidslivet, fra studentenes egen arbeidsplass eller egen tenkt eller planlagt bedrift. Dette innebærer en tidsavgrenset og målrettet plan for et tenkt tiltak eller en problemstilling studentene selv er med og definerer og som har relevans til den framtidige yrkesutøvelsen. Arbeidsformen og bruk av det praktiske prosjektarbeidet er dermed både en læringsmåte i studiet og, enda viktigere, et innhold i utdanningen som peker fram mot framtidig yrkesutøvelse.

Undervisningsformer og læringsformer

Innledning

Studentene har i stor grad ansvar for egen læring. Fagskoleutdanningen legger vekt på arbeidsformer som fordrer at studentene har stor egenaktivitet. Det krever bevissthet i forhold til egne læreprosesser og egen innsats. Skolens rolle blir å gi opplæring og tilrettelegge for læring, motivere, støtte og veilede studentene - og sørge for at de får utnyttet sitt læringspotensial.

Læringsformene og undervisningen vil ta utgangspunkt i prinsippet om å aktivere studentenes egne tanker, kunnskaper og erfaringer knyttet til utdanningen. Det legges derfor opp til ulike arbeids- og studieformer:

Undervisning

Undervisning vil i hovedsak være organisert som forelesninger som er timeplanfestet og gjennomført etter fastsatt framdriftsplan. Opptak av forelesningene vil bli gjort tilgjengelige etter hvert, slik at de kan ses når det måtte være hensiktsmessig for repetisjon.

Undervisning omfatter også veiledning på arbeidskrav og tid til lærerstyrte oppgaver og aktiviteter (Se avsnitt om e-læring og andre læringsformer under). Det forventes aktive bidrag fra studentene i deler av undervisningen, bl.a. fra ulike læringsoppdrag, case og andre oppgaver studentene har arbeidet med.

E-læring og samarbeid

Det vil gjennom studiet være lærerstyrte oppgaver som studentene skal jobbe med, knyttet til temaene i de ulike emnene. Noen av disse skal leveres inn og er da *arbeidskrav* som er obligatoriske og må bestås for å få avlegge eksamen.

Det vil i tillegg bli gitt oppgaver som skal stimulere til samarbeid mellom studentene og gi grunnlag for dialog mellom studenter og på nettsamlingene, bl.a. i form av ulike læringsoppdrag basert på drøftingsoppgaver, case, egne erfaringer og pensum. Skolen vil sette av tid til disse læringsaktivitetene i tillegg til forelesninger, samt oppfordre til og legge til rette for kollokviearbeid. Studentene vil motta oppgaver og forelesninger, bearbeide og levere arbeidsoppgaver og arbeidskrav via Internett.

Praktisk prosjektarbeid

Gjennom praktisk prosjektarbeid kan studentene enten videreutvikle egne ideer eller bistå eksterne bedrifter i å utvikle eller teste digital markedsføring og tilhørende tjenester. Studenter oppfordres aktivt til å etablere praksisnære utviklingsprosjekter i egen virksomhet for dem som er i arbeid.

Veiledning

Det vil bli satt av tidspunkt for veiledning av grupper som ledd i undervisningen.

I emne 5 avtales for hovedprosjektet veiledning med faglærer individuelt eller i gruppe.

Selvstudium

I selvstudium inngår arbeid på egenhånd som lesing av lærebøker og utdelte artikler, arbeid med oppgaver, case og arbeidskrav, samt frivillig kollokviearbeid og forberedelse og tid til repetisjon og fordypning. Det forventes at studentene forbereder seg til undervisning og veiledning og at de har satt seg inn i stoff som skal gjennomgås.

Skriftlige arbeider

I de enkelte emnene blir studentene presentert for formelle arbeidskrav som skal leveres inn, og andre læringsaktiviteter i form av case og problemstillinger for å belyse utfordringene de vil møte i arbeidslivet. På denne måten vil studentene bli utfordret til å integrere kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse. Innlevering av arbeidskrav kan foregå individuelt eller i grupper. Det framgår av framdriftsplan om arbeidskrav skal leveres som et individuelt arbeid eller kan leveres i grupper. Dersom flere samarbeider, gis samme vurdering til alle, og det skal tydelig framgå hvem som har samarbeidet om oppgaven.

Arbeidskrav og vurderingsordninger

Nedenfor gis kun en kort beskrivelse og oppsummering for oversikt, og det vises til nærmere beskrivelse under det enkelte emnet. Vurderingsbestemmelsene er utarbeidet i henhold til [Forskrift](#)

[om høyere yrkesfaglig utdanning ved Fagskolen Rogaland](#) kapittel tre, og det forutsettes at studentene er kjent med disse.

Vurderingene i denne utdanningen består av et antall arbeidskrav. Gitte arbeidskrav må være bestått for å avlegge eksamen. Formell sluttvurdering gis på bakgrunn av en skriftlig hjemmeeksamen i emne 1 - 4.

For emne 5 gjelder egne vurderingsopplegg, med innlevering av et større praktisk prosjektarbeid. Praktisk prosjektarbeid (emne 5) skal avlegges *etter* emne 1 – 4.

Det er viktig at studentene tar et kollektivt ansvar for innleveringer. Dersom studenter trekker seg underveis, eller åpenbart ikke bidrar underveis i prosessen, vil skolen enten måtte underkjenne oppgaven eller gi en differensiert karakter dersom det er tydelig i oppgaven hvem som har bidratt med hva. Dersom grupper av studenter opplever samarbeidsproblem underveis, er det viktig at faglærer blir gjort kjent med problemene, slik at disse kan løses så tidlig som mulig.

Underveisvurdering (formativ vurdering)

Underveisvurderingen bygger på fire elementer.

- Studentene skal vite hva de er forventet å lære
- Studentene skal vurdere egen innsats - refleksjon
- Studentene skal få tilbakemelding - veiledning
- Studentene skal få fremovermelding - veiledning

Sluttvurdering (summativ vurdering)

Arbeidskrav for å kunne gå opp til eksamen:

Godkjent obligatorisk arbeidskrav i hvert emne.

Avsluttende vurdering består av:

Emne 1 – 4:

Hjemmeeksamen i hvert av emnene (individuelt eller i gruppe kommer frem av framdriftsplan i hvert emne).

Emne 5:

Innlevert Praktisk prosjektoppgave

Obligatorisk(e) arbeidskrav vurderes til godkjent eller ikke godkjent før emneeksamener.

Godkjenning forutsetter at arbeidet er innlevert.

Obligatorisk praktisk deltakelse vurderes til godkjent ved deltakelse.

Eksamensoppgavene bygger på studieplanens læringsutbyttebeskrivelser for emnene. Disse vektlegger studentenes evne til refleksjon, analyse, vurdering og anvendelse av kunnskap i arbeidet som digital markedsfører.

Eksamensplan

Det vil bli satt av tidspunkt for veiledning av grupper som ledd i undervisningen.

I emne 5 avtales for hovedprosjektet veiledning med faglærer individuelt eller i gruppe.

Eksamensplan legges fram ved hvert semester.

Det avlegges eksamen med karakterer for hvert emne med karakterskalaen A til F, der A er beste karakter. Det kreves karakteren E eller bedre for at eksamen skal være bestått.

For arbeidskrav som vurderes bestått-ikke-bestått vurderes bestått som tilsvarende karakteren D eller bedre.

For kjennetegn ved det enkelte karakteruttrykk, vises det til [Forskrift om høyere yrkesfaglig utdanning ved Fagskolen Rogaland](#) publisert på lovdata.

Det utstedes vitnemål når eksamen og innleveringer i alle emnene er gjennomført og bestått.