

DIGITAALINEN JA VIHREÄ MARKKINOINTI KURSSIOHJELMA



Funded by
the European Union

“Euroopan unionin rahoittama. Tässä esitetyt näkemykset ja mielipiteet ovat kuitenkin vain kirjoittajan (kirjoittajien) omia, eivätkä välttämättä vastaa Euroopan unionin tai Euroopan koulutus- ja kulttuuriviraston (EACEA) näkemyksiä. Euroopan unionia tai rahoitusviranomaista ei voida pitää vastuussa niistä.”



Kurssi on osa hanketta ”Digitaalinen ja vihreä markkinointi digitaalisella aikakaudella”, jonka numero on 2024-1-DE02-KA210ADU-000253719.

Kesto: 5 Päivää (6 tuntia päivässä) – Yhteensä 30 Tuntia

Päivä 1 – Johdatus Digitaaliseen Markkinointiin & Peruskonseptit

Aika

Aihe

09:30 – 10:30 Mikä on digitaalinen markkinointi? Markkinoinnin muutos

10:30 – 11:30 Digitaalisen markkinoinnin peruselementit (SEO, SEM, sosiaalinen media, sisältö, sähköposti jne.)

11:30 – 12:30 Kohdeyleisön analysointi ja personan luominen

01:30 – 02:30 Myyntisuppilo ja digitaalinen kuluttajan matka

02:30 – 03:30 Digitaaliset työkalut: Johdanto Google Trendsiin, Analyticsiin, Canvaan ja Mailchimpiin

03:30 – 04:30 Sovellus: Yksinkertainen digitaalisen kampanjan suunnitteluharjoitus

Päivä 2 – Sosiaalinen Media and Sisältömarkkinointi

Aika

Aihe

09:30 – 10:30 Sosiaalisen median alustojen rooli markkinoinnissa

10:30 – 11:30 Sisältötyypit: teksti, visuaalinen sisältö, video, tarina, Reels

11:30 – 12:30 Sisältökalenterin luominen ja suunnittelu

01:30 – 02:30 Orgaaninen vs. sponsoroitu sisältö

02:30 – 03:30 Sitoutuminen ja yhteisön hallinta

03:30 – 04:30 Harjoitus: Yhden viikon sosiaalisen median kampanjan suunnittelu

Päivä 3 – Vihreä markkinointi ja kestävyteen perustuvat lähestymistavat

Aika

Aihe

09:30 – 10:30 Mikä on vihreä markkinointi? Miksi se on tärkeää?

10:30 – 11:30 Kuka on vihreä kuluttaja? Käyttäytymisen analyysi

11:30 – 12:30 Kestävyyden käsite ja YK:n kestävä kehityksen tavoitteet

01:30 – 02:30 Ympäristömerkit, hiilijalanjälki, ympäristöystävälliset sertifikaatit

02:30 – 03:30 Menestyneitä vihreän markkinoinnin esimerkkejä (maailmalta ja Turkista)

03:30 – 04:30 Ryhmätyö: Markkinointiviestin luominen vihreälle tuotteelle

Päivä 4 – Kotitoimistokulttuuri ja tuottava etätyöskentely

Aika

Aihe

09:30 – 10:30 Mikä on kotitoimisto? Edut ja haasteet

→ Etätyön rooli digitaalisessa markkinoinnissa, freelancereiden työssä ja hybridimalleissa

10:30 – 11:30 Digitaaliset työkalut ja infrastruktuuri kotitoimistoon

→ Esittely työkaluista, kuten Zoom, Trello, Slack, Google Workspace, Notion jne.

11:30 – 12:30 Aikahallinta ja tuottavuuden parantaminen

→ Pomodoro-tekniikan, Eisenhower-matriisin sekä digitaalisten kalentereiden ja suunnittelutyökalujen käyttö

01:30 – 02:30 | Kotitoimiston organisointi ja ergonomia

→ Fyysinen mukavuus, tuottavuutta edistävän tilan luominen ja häiriötekijöiden vähentäminen

02:30 – 03:30 | Ympäristöystävälliset kotitoimistokäytännöt

→ Alhainen energiankulutus, digitaalisen hiilijalanjäljen vähentäminen, paperiton työskentely, tietotekninen jäte

03:30 – 04:30 | Harjoitukset ja ryhmätyö

→ Osallistujat laativat omat kotitoimistosuunnitelmansa ja digitaalisten työkalujen luettelot, jotka jaetaan muiden kanssa.

Päivä 5 – Kattavan digitaalisen vihreän markkinointisuunnitelman laatiminen

Aika

Aihe

09:30 – 10:30 Markkinointistrategian laatiminen ja suunnittelu

10:30 – 11:30 Vihreä brändi-imago ja tarinankerronta

11:30 – 12:30 Digitaalisen kampanjan valmistelu: tavoite, ajoitus, kanava

01:30 – 02:30 Interaktiivinen ryhmätyöpaja: digitaalinen ja vihreä markkinointisuunnitelma

02:30 – 03:30 Esitykset ja arviointi

03:30 – 04:30 Osallistumistodistukset ja päätös

Käytettäviä metodeja:

- Luennot ja esitykset
- Käytännön harjoitukset
- Ryhmätyöt
- Tapaustutkimukset
- Työkalujen käyttö (Canva, Meta Business Suite, Google Ads)
- Esimerkkikampanjoiden tarkastelu