

# Valg af markedsføringskanal

## Kort fortalt

Efter uddannelsen kan deltageren vurdere og udvælge en markedsføringskanal til en udvalgt målgruppe. Deltageren kan iværksætte markedsføringskampagner i forskellige markedsføringskanaler, fx med input til annoncer, søgeord, mv.

## Fag: Valg af markedsføringskanal

|                                |                                            |
|--------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Fagnummer:</b><br>47562     | <b>Varighed</b><br>2 dage                  |
| <b>AMU-pris:</b><br>DKK 416,00 | <b>Uden for målgruppe:</b><br>DKK 1.329,90 |

**Målgruppe:** Uddannelsen er udviklet til administrative medarbejdere, der arbejder med eller ønsker at arbejde med markedsføring i virksomheder inden for viden- og forretningsservice samt handelserhvervene.

**Beskrivelse:** Deltageren kan, via viden om segmentering som værktøj til målgruppeudvælgelse samt viden om forskellige online og offline markedsføringskanaler, herunder sociale medier og internetbaserede netværk, vurdere og udvælge den mest relevante markedsføringskanal til en udvalgt målgruppe.

Deltageren kan deltage i arbejdet med at iværksætte en markedsføringskampagne i forskellige markedsføringskanaler, fx med input til opsætning af annoncer, valg af søgeord, mv.

## Kontakt



Kristina Damborg  
Lundsgaard  
Kursussekretær  
27886014  
kklu@ah.dk

## Kursuspris

**AMU-pris:**  
DKK 416,00

**Uden for AMU-  
målgruppe:**  
DKK 1.329,90

## Tilmelding

