



SoMe Manager

Online miniuddannelse over 4 kursusdage

Torsdag den 26. februar til torsdag den 26. marts 2026

SoMe Manager

SoMe Manager er en online miniuddannelse, bestående af fire kursusmoduler, som afholdes live over fire kursusdage.

Miniuddannelsen gør dig fortrolig med forskellige sociale platforme og formater med særligt fokus på Facebook, Instagram og LinkedIn. Du kommer i gang med at arbejde strategisk med sociale medier, og vi sætter i høj grad fokus på den praktiske del, hvor vi arbejder med indholdskoncepter, og hvor du lærer at producere godt indhold.

Du lærer, hvordan du giver indholdet liv, organiserer arbejdet med sociale medier i din organisation og måler effekten. Uddannelsen giver dig de bedste forudsætninger for at gøre jeres sociale medieindsats til en succes.

Undervisningsformen er en blanding af:

- Online undervisning sammen med underviseren i et digitalt møderum, hvor I kan dele jeres skærme, se hinanden, tale og skrive sammen.
- Gruppeøvelser og individuelle øvelser.
- Refleksioner og diskussioner i det digitale møderum.
- Individuel forberedelse og læsning af materiale, som du får adgang til på Mit DM.

Alt sker således online, så du kan deltage i uddannelsen fra alle dele af landet.

For at deltage skal du have adgang til en stabil internetforbindelse. Dernæst har du brug for en computer med et velfungerende webkamera samt et headset med mikrofon, så du har en så god lyd som muligt. Så kan vi bedst se og høre hinanden, når vi har undervisning.

**TILMELD DIG VIA
DM.DK/KALENDER**

KURSUSDAGENE PÅ 'SoMe MANAGER' (Holdstart den 26. februar 2026):

OPSTARTSMØDE:

Introduktion til forløbet + Tjek af teknik

Torsdag den 26. februar 2026 kl. 9.00 - 10.00

MODUL 1:

LAV DET STRATEGISKE AFSÆT

Torsdag den 5. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00

MODUL 2:

PRODUCER DET GODE INDHOLD

Torsdag den 12. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00

MODUL 3:

GIV INDHOLDET LIV

Torsdag den 19. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00

MODUL 4:

MÅL OG ORGANISER DIT ARBEJDE

Torsdag den 26. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00

OM UDDANNELSEN

Sociale medier er en effektiv måde til at skabe digitale samtaler med kunder, borgere og medlemmer og til at målrette budskaber til præcise målgrupper. En stor del af virksomheders og organisationers markedsføring foregår derfor i dag på sociale medier som en vigtig kanal ved siden af website og nyhedsbreve. En kanal, hvor man kan være i kontakt med og i dialog med sine kunder og brugere, og samtidig et sted, hvor organisationen kan brande sig selv.

Skal du arbejde professionelt med sociale medier og måske være ansvarlig for at en virksomheds eller organisations tilstedeværelse på sociale medieplatforme, skal du være i stand til at bevæge dig både på et strategisk og operationelt niveau.

Du skal kunne udvikle indhold, som både understøtter virksomhedens eller organisationens strategi, og som opfylder målgruppernes ønsker.

Samtidig kræver det en sproglig bevidsthed, så du kan kommunikere de vigtigste historier, som I ønsker at fortælle, samt styr på hashtags, tagging og andre elementer i det sprog, der bruges på sociale medier.

Som akademiker har du ofte en fordel ved at være god til at gennemskue informationsflow i organisationen, have et godt blik for hvad brugerne eller kunderne synes er relevant og interessant og evnerne til at kunne si det ligegyldige fra. Derfor har du gode forudsætninger for at få glæde af miniuddannelsen.

På **SoMe MANAGER** kommer vi ind på:

- hvordan du laver en strategi for sociale medier, der kan bruges i praksis.
- hvordan du laver det gode indhold til især Facebook, Instagram og LinkedIn
- hvilke mål, du skal udforme for arbejdet.
- hvordan du svarer på kommentarer, og hvordan du strukturerer det daglige arbejde.

Undervejs får du tips, ideer og værktøjer, som du kan bruge til at markedsføre din virksomhed eller organisation, og vi ser eksempler på og lader os inspirere af, hvordan andre virksomheder bruger sociale medier. Vi går til gengæld ikke i dybden med teknikken i annonceopsætning eller platformenes analytics.

EFTER AT HAVE TAGET UDDANNELSEN VIL DU

- Kunne lægge en strategi og en indholdsplan for sociale medier.
- Vide, hvilke platforme der egner sig til hvilke formål og vide, hvordan du finder målgruppen.
- Have kendskab til de mest gængse redskaber og værktøjer til at lykkes med sociale medier.
- Skrive godt indhold
- Kunne dokumentere din viden om sociale medier.

UNDERVISNINGSFORM

Hele uddannelsen er praktisk tilrettelagt med en blanding af introduktioner, øvelser og dialog.

På miniuddannelsen får du adgang til Mit DM, hvor du finder undervisnings- og læringsmaterialer.

Selve undervisningen foregår i digitale møderum, dels som holdundervisning, dels som gruppeøvelser.

Der kan være forberedelse til de enkelte moduler, hvor du forventes at have læst og set udvalgt materiale, alt afhængigt af det enkelte modul. Du skal planlægge op til ca. en halv times forberedelse før hvert modul.

Er du til stede live, når den online undervisning finder sted på de fire kursusdage, får du et diplom for at have gennemført **SoMe MANAGER**.

UDDANNELSEN ER FOR DIG SOM...

...arbejder med eller gerne vil i gang med at arbejde med digital markedsføring, salg, kommunikation og formidling i en virksomhed, organisation, bibliotek eller lignende.

Uddannelsen er åben for alle interesserede og gennemføres ved minimum 10 deltagere.

UNDERVISER PÅ UDDANNELSEN

Anne-Mette Bache Jensen er cand.mag. i engelsk og retorik og har arbejdet med kommunikation, content marketing, presse og sociale medier for flere store, danske virksomheder, både som ansat og som selvstændig konsulent. Hun underviser i at skrive til sociale medier på diplomuddannelsen på DMJX.



HAR DU SPØRGSMÅL...

...til miniuddannelsen, så kontakt Niels Bergmann, konsulent i DM, på nb@dm.dk eller tlf. 38 38 06 32.

MODUL 1: LAV DET STRATEGISKE AFSÆT

Torsdag den 5. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00 online

På miniuddannelsens første modul kaster vi os lige ud i det: Hvad kan du bruge sociale medier til?

Vi bryder strategiarbejdet ned og arbejder med en skabelon, som du får udfyldt undervejs. Du arbejder med din egen organisation eller virksomhed eller tager udgangspunkt i en generel case.

Vi lader os inspirere af, hvilke formål andre virksomheder og organisationer har, og vi undersøger jeres målgrupper, og hvordan I kan være relevante for dem.

Når dagen er slut, har du første bud på formål og målgruppe, og du har en ide om, hvad du skal formidle til målgruppen, og hvilken eller hvilke platforme du skal anvende.

Dagens programpunkter indeholder bl.a.:

- Hvilke strategiske formål kan sociale medier understøtte i din organisation?
- Gæt-et-formål: Case-gennemgang med fokus på formålet med at være på sociale medier
- Hvem og hvor er din målgruppe?
- Lav din egen konkurrentanalyse.

MODUL 2: PRODUCER DET GODE INDHOLD

Torsdag den 12. marts 2026 kl. 9.00 - 14.00 online

På miniuddannelsens anden dag går vi praktisk til værks. Med afsæt i den strategi, som du har arbejdet med på det første modul, går vi i gang med indholdet.

Vi ser på, hvordan vi skriver godt indhold, og vi går i skrivekøkkenet, hvor du får lov til at få fingrene på tastene og lege med forskellige typer tekst og forskellige genrer.

Du lærer at arbejde med indholdskoncepter og ved dagens afslutning har du udarbejdet dine egne koncepter eller produceret de første posts.

Dagens programpunkter indeholder bl.a.:

- Hvad er godt indhold?
- I gang med indholdskoncepter
- Skrivekøkkenet: Skriv dig i form
- Hvad gør vi med billeder?



MODUL 3: GIV INDHOLDET LIV

Torsdag den 19. marts 2026 kl. 9.00 – 14.00 online

Miniuddannelsens tredje dag handler om, hvordan jeres indhold kommer ud over rampen. For godt indhold er ikke altid nok i sig selv – du skal arbejde lidt mere for det.

Vi kigger på en række udbredelsesmetoder. Især på, hvordan du kan sætte dine kollegaer i spil ganske gratis. Men også på de overvejelser, du skal gøre dig, hvis din virksomhed vil indgå partnerskaber eller vil i gang med betalt annoncering. Vi beskæftiger os dog *ikke* med teknikken i SoMe-annoncering.

Vi kommer omkring en lang række metoder, der kan få dit indhold ud til et større publikum.

Dagens programpunkter indeholder bl.a.:

- Employee advocacy – hvad og hvordan
- Partnerskaber og influencers – fordele og ulemper
- Community management: Få brugerne i din hule hånd
- Lav din egen lanceringsplan.

MODUL 4: MÅL OG ORGANISER DIT ARBEJDE

Torsdag den 26. marts 2026 kl. 9.00 – 14.00 online

På miniuddannelsens fjerde dag arbejder vi med alt det, der skal understøtte strategien. Vi finder ud af, hvordan du kan organisere arbejdet med sociale medier i din organisation, hvilke roller der skal defineres og afklares, og hvilke mål der skal sættes. .

Vi ser på governancemodeller og finder ud af, hvordan du kan bruge og tilpasse dem til din organisation. Vi arbejder med konkrete mål og målsætninger, du kan bruge til at vurdere effekten af din sociale medieindsats og til at afrapportere til ledelsen.

Når dagen er slut, har du et bud på, hvordan SoMe-indsatsen kan struktureres, og du har en række ideer til, hvordan du kan måle succesen med dit indhold.

Dagens programpunkter indeholder bl.a.:

- Roller og ansvar i arbejdet med sociale medier
- Mål din indsats: metoder og faldgruber
- Afrunding på uddannelsen.

PRIS FOR AT DELTAGE I SoMe MANAGER

- For medlemmer af DM: 2.995 kr.
- For ikke-medlemmer: 5.995 kr.



Peter Bangs Vej 30
2000 Frederiksberg
+ 45 38 15 66 00
dm@dm.dk

DM.DK