



Projekttitel

Utvärdering av kommunikationsinsatser i digitala kanaler.

Bakgrundsinformation

Se över hur vi kan utvärdera kommunikationsinsatser i digitala kanaler. Det kan vara hur vi tar fram, analyserar data och sätter KPI:er för i dagsläget intranätet, Facebook och LinkedIn. Också följa upp vilken typ av innehåll som fungerar bäst – både avseende format och content.

Avdelning

Kommunikationsavdelningen på MTR Nordic. Ansvarig för intern och extern kommunikation i alla bolagen inom MTR Nordic Koncernen.

Arbetsuppgift och förväntat resultat

Det förväntade resultatet är att hitta ett givet sätt att analysera data och resultat för kommunikationsinsatser och komma med förslag kring innehåll.

Omfattning

30 HP (masteruppsats) = 20 veckor helfart / 15 HP (kandidatuppsats) = 10 veckor helfart eller 20 veckor halvfart.

Uppgiften går att anpassas till alla nivåer.

Det går att genomföra arbetet i grupp om två personer eller att dela upp uppgiften i två separata uppgifter.

Plan för projektet/arbetet (innehåll)

Intro nuläge och ambitionsnivå/målbild

Researchfas

- Mät- och uppföljningsmetodik i digitala medier
- Skrivbordsundersökning – vad har fungerat och inte fungerat historiskt, dra slutsatser
- Testperiod – utifrån slutsatser ovan, testa alternativa inlägg och följa upp

Rekommendationer

Behov

Utbildnings inom statistik, kommunikation eller marknadskommunikation.

Kontaktinformation

Ansökan sker via MTRs hemsida: <http://www.mtrnordic.se/jobba-med-oss/lediga-tjanster/Gor-ditt-examensarbete-pa-MTR/1672>

Sista ansökningsdag: 11 oktober.

Startdatum under vårterminen 2020.

Vid frågor kontakta mtr.rekrytering@mtr.se