

Markedskommunikation – hhb3mak118

Termin	Maj/Juni 2019
Institution	Haderslev Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Markedskommunikation, C
Lærere	Finn Lund
Hold	Markedskommunikation hhb3mak118
Beskrivelse	Mundtlig eksamen 60 minutters forberedelse 30 minutters eksamination
Sidst opdateret	2019-15-05

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

- Virksomhedens kommunikation
- Virksomhedens kommunikationsstrategi
- Kommunikationsplatformen
- Hjernen
- Reklamebudskabet
- Medieplanlægning
- Effektmåling
- Informations og oplysningskampagner
- Online markedsføring
- Produkt placement
- Oplevelsesbaseret kommunikation
- Sponsoring
- Projekt Reklamebureauet Åbent hus med reklameanalyse og reklamepsykologi

Virksomhedens kommunikation

Indhold	Markedskommunikation fra systime kap 1+2+3+12 Diverse hjemmesider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Kommunikation Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglige spørgsmål■ Gruppearbejde■ Mundtlig udtryksfærdighed Progression: Eleverne skal kunne redegøre for kommunikation i forhold til den overordnede strategi
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ Fysisk produkt■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Gruppearbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Virksomhedens kommunikationsstrategi

Indhold	Markedskommunikation kap 8+11 Diverse hjemmesider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Kommunikationsstrategi Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglig diskussion■ Kommunikationsstrategi■ Modeller■ Tekstanalyse Progression <p>Eleverne skal kunne anvende markedskommunikation og samarbejdspartnere til at diskutere virksomhedens kommunikationsstrategi</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ Fysisk produkt■ Mundtlig fremlæggelse■ Skriftligt produkt Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Kommunikationsplatformen

Indhold	Markedskommunikation systime kap 1+3+7+14 Diverse hjemmesider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Kampagneforslag Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ Forskellige arbejdsformer■ Gruppearbejde■ Kommunikationsstrategi■ Modeller Progression <p>Eleverne skal kunne anvende viden om kommunikationsplatformen til at udarbejde forslag til kampagner Eleverne skal være orienteret om, at der er nogle lovgivningsmæssige begrænsninger for virksomhedens markedskommunikation</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse■ Skriftligt produkt Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Hjernen (højre venstre hjerneteorien)

Indhold	Kapitlet Højre venstre hjernehalvdel fra Bio-nyt nr. 38
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål Almene mål</p> <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Evaluering■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål <p>Progression</p> <p>Eleverne skal have kendskab til hjernens opbygning og funktion. Eleverne skal ud fra en simpel hjernetest få en forståelse for, hvad der er deres stærke svage sider i relation til højre- venstrehjerneteorien. Ved simpelt forsøg anskueliggøres det for eleverne, at hjernen kan trænes til at arbejde bedre. Eleverne skal kunne lave rough til reklamer, der appellerer til de 2 hjernehalvdele og forklare hvordan de 2 hjernehalvdele har indflydelse på modtagers perception.</p>
Væsentlige arbejdsformer	<p>Produkter</p> <ul style="list-style-type: none">■ Mundtlig fremlæggelse <p>Arbejdsformer</p> <ul style="list-style-type: none">■ Eksperiment/laboratoriearbejde■ Gruppearbejde■ Individuelt arbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Reklamebudskabet

Indhold	Markedsføring fra Systime kap 1+7+10+15+16 Diverse hjemmesider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Budskab Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglig diskussion■ Gruppearbejde■ Modeller Progression <p>Eleverne skal kunne anvende viden om medier og kommunikation til at diskutere indhold og udformning af et budskab</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ Fysisk produkt■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde■ Individuelt arbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Medieplanlægning

Indhold	Markedsføring Systime kap 15+15+17 Diverse hjemmesider Afsætning A eller B fra forlaget Trojka
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Medieplan Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ Gruppearbejde■ Modeller Progression <p>Eleverne skal kunne udforme og analysere konkrete medieplaner</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse■ Skriftligt produkt Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Effektmåling

Indhold	Markedskommunikation fra Systime kap 18 Diverse hjemmesider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Effektmåling Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Argumentation■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål Progression <p>Eleverne skal kunne redegøre for anvendelse af effektmålinger</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ Fysisk produkt■ Mundtlig fremlæggelse■ Skriftligt produkt Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde■ Individuelt arbejde■ Klasseundervisning■ Pararbejde

Kommunikationsplatformen + informationskampagner

Indhold	Markedskommunikation fra Systime – kap 19+diverse kapitler Diverse elevbestemte materialer
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Budskab■ Effektmåling■ Kampagneforslag■ Kommunikation■ Kommunikationsstrategi■ Medieplan Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Gruppearbejde■ Kommunikationsstrategi■ Modeller■ Problemformulering■ Sammenhænge/Forskelle mellem fag Progression <p>Eleverne skal selvstændigt kunne udarbejde forslag til en kommunikationsplatform til både kommercielle formål samt til informationskampagner og oplysningskampagner</p>
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Multimedieproduktion Arbejdsformer <ul style="list-style-type: none">■ Casearbejde■ Gruppearbejde

Branding og positionering

Indhold	Markedskommunikation fra Systime kap 5 + 6 Diverse elevbestemte materialer + www.berg-marketing.dk
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Budskab■ Kommunikationsstrategi Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Egen indlæring■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ It Progression Eleverne skal kunne forklare forskellige former for branding via eksempler fra virkeligheden
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse Arbejdsformer Gruppearbejde Individuelt arbejde IT-baseret arbejde (virtuelt forløb) Klasseundervisning

Produkt placement

Indhold	Filmen Die another day med James Bond Artiklen Dansk design I Hollywood-film Artiklen Skjult reklame i spil og film Diverse internetsider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål <ul style="list-style-type: none">■ Kommunikationsstrategi i forbindelse med produkt placement Almene mål <ul style="list-style-type: none">■ Egen indlæring■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ It Progression
Væsentlige arbejdsformer	Produkter <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse■ Opgave med product placement i Far til fire film Arbejdsformer Gruppearbejde Individuelt arbejde IT-baseret arbejde (virtuelt forløb)

Online marketing og Sociale medier

Indhold	Markedskommunikation fra Systime kap 16 + 4 Googles hjemmeside, Googles søgemaskine, Diverse internetsider.
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål</p> <p>Eleverne skal have et indblik i hvordan en virksomhed kan markedsføre sig online.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Søgemaskine markedsføring■ Forskelle på traditionel markedsføring og online markedsføring■ Markedsføring via sociale medier <p>Almene mål</p> <ul style="list-style-type: none">■ Egen indlæring■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ It <p>Progression</p> <p>Eleverne skal have indblik i hvordan markedsføring sker via google og et groft overblik over hvilke sociale medier der sker markedsføring gennem</p>
Væsentlige arbejdsformer	<p>Produkter</p> <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse <p>Arbejdsformer</p> <p>Elevfremlæggelse Gruppearbejde IT-baseret arbejde (virtuelt forløb)</p>

Oplevelsesbaseret kommunikation

Indhold	Markedskommunikation fra Systime kap 13 Googles hjemmeside, Googles søgemaskine, Diverse internetsider.
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål</p> <p>Eleverne skal have et indblik i hvordan en virksomhed kan markedsføre sig online.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Søgemaskine markedsføring■ Forskelle på traditionel markedsføring og online markedsføring■ Markedsføring via sociale medier <p>Almene mål</p> <ul style="list-style-type: none">■ Egen indlæring■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål■ It <p>Progression</p> <p>Eleverne skal have indblik i hvordan markedsføring sker via google og et groft overblik over hvilke sociale medier der sker markedsføring gennem</p>
Væsentlige arbejdsformer	<p>Produkter</p> <ul style="list-style-type: none">■ IT-støttet fremlæggelse■ Mundtlig fremlæggelse <p>Arbejdsformer</p> <p>Elevfremlæggelse Gruppearbejde IT-baseret arbejde (virtuelt forløb)</p>

Projekt Reklamebureauet Åbent Hus.

Indhold	Reklameanalyse System kap 12 Journalistik kap 10 Reklamepsykologi kap 11
Særlige fokuspunkter	<p>Faglige mål</p> <p>Eleverne skal have et indblik i hvordan et reklamebureau virker med hensyn til arbejdet med opgaverne.</p> <p>Eleverne skal anvende det teoretiske på praktiske realistiske opgaver.</p> <p>Eleverne skal få en forståelse for:</p> <p>Mål/formål med forskellige former for markedsføringsmateriale Reklameanalyse i praksis Tekstarbejde i praksis</p> <p>Almene mål</p> <ul style="list-style-type: none">■ Egen indlæring■ Faglig diskussion■ Faglige spørgsmål herunder akkuratesse <p>Progression</p> <p>Eleverne skal have en forståelse for hvilke muligheder der er i praksis for at lave markedsføring i forbindelse med et åbent hus arrangement og hvilke krav der stilles til materialet</p>
Væsentlige arbejdsformer	<p>Produkter</p> <ul style="list-style-type: none">■ Plakater■ Brochurer for fag, fagkombinationer, studieretninger■ Flyers <p>Arbejdsformer</p> <p>Gruppearbejde</p>