

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	juni 2024
<b>Institution</b>	Det Blå Gymnasium Haderslev
<b>Uddannelse</b>	EUX
<b>Fag og niveau</b>	Markedskommunikation C
<b>Lærer(e)</b>	Kira Strandby/Alexander Damgård Jeppson
<b>Hold</b>	EUX2023

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Introduktion til markedskommunikation (AJ)
<b>Titel 2</b>	Kommunikationsmål og målgrupper (AJ)
<b>Titel 3</b>	Positionering (AJ)
<b>Titel 4</b>	Branding (AJ)
<b>Titel 5</b>	Kommunikationsparametrene (AJ)
<b>Titel 6</b>	Traditionelle og digitale reklamemedier (AJ)
<b>Titel 7</b>	Etik og jura (KS)
<b>Titel 8</b>	Medieplanlægning (KS)
<b>Titel 9</b>	Kontrol af kommunikationsindsatsen (KS)
<b>Titel 10</b>	Kreativ strategi (fase 1-4) (KS)
<b>Titel 11</b>	

<b>Titel 1</b>	<b>Introduktion til markedskommunikation</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systeme i-bog 2023, kapitel 0</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://minetilbud.dk/">https://minetilbud.dk/</a></li> <li>• <a href="https://www.rema1000.dk/">https://www.rema1000.dk/</a></li> <li>• <a href="https://www.nmic.dk/cases/sunset-boulevard/">https://www.nmic.dk/cases/sunset-boulevard/</a></li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodellen</li> <li>• Kommunikationsplatformene</li> <li>• Informationskampagner</li> <li>• Omnichannel marketing</li> </ul>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Redskabskompetencen</b> ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b> ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Caseopgave i grupper: Sunset Boulevard</p> <p>Gruppevis kreativ opgave</p> <p>Mundtlige præsentationer om informationskampagner</p>

[Retur til forside](#)

<p><b>Titel</b> 2</p>	<p><b>Kommunikationsmål og målgrupper</b></p>
<p><b>Indhold</b></p>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 1</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skabelon for kundeanalyse fra JYSK Analyse</li> <li>• <a href="https://top4running.dk/p/saucony-endorphin-elite-s20768-30?size=44-5-eu-9-5-uk-10-5-us-28-5-cm&amp;utm_source=googlemerch&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_campaign=googlemerch&amp;gclid=Cj0KCCQjw0bunBhD9ARIsAAZI0E0EoNOjypYcC_pjdZ7mkyEZ-fslG1DMzVzjYFdfgnIYZWO4bLYrPrUIaAhtFEALw_wcB">https://top4running.dk/p/saucony-endorphin-elite-s20768-30?size=44-5-eu-9-5-uk-10-5-us-28-5-cm&amp;utm_source=googlemerch&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_campaign=googlemerch&amp;gclid=Cj0KCCQjw0bunBhD9ARIsAAZI0E0EoNOjypYcC_pjdZ7mkyEZ-fslG1DMzVzjYFdfgnIYZWO4bLYrPrUIaAhtFEALw_wcB</a></li> <li>• <a href="https://www.okofamilien.dk/vare/benanna-shampoo-bar-lemongrass/">https://www.okofamilien.dk/vare/benanna-shampoo-bar-lemongrass/</a></li> <li>• Rapport: ”All about teens 2022”, Aller Media</li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Målgrupper og modtagergrupper</li> <li>• Persona</li> <li>• Kommunikationsmål og målhierarki</li> </ul>
<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Redskabskompetencen</b> ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Tankegangskompetencen:</b> ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”</p>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Klasseundervisning Mundtlige præsentationer om kommunikationsmål Skriftlig gruppevis udarbejdelse af persona</p>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	<b>Positionering</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systeme i-bog 2023, kapitel 2</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case om SNT: <a href="https://markedskommunikation.systeme.dk/?id=1113">https://markedskommunikation.systeme.dk/?id=1113</a></li> <li>• <a href="https://shapingnewtomorrow.dk/?gclid=Cj0KCQjwx5qoBhDyARIsAPbMagAbXX7DJJTGGLMTv_ym_pGCcK-osCKEQYRXf8xBgnTv0C5VlsWH8ksaAimoEALw_wcB">https://shapingnewtomorrow.dk/?gclid=Cj0KCQjwx5qoBhDyARIsAPbMagAbXX7DJJTGGLMTv_ym_pGCcK-osCKEQYRXf8xBgnTv0C5VlsWH8ksaAimoEALw_wcB</a></li> <li>• Erhvervscasemateriale om SNT: <a href="https://eksamensopgaver.hhs.dk/opgaver/hhx211ec02062021/#">https://eksamensopgaver.hhs.dk/opgaver/hhx211ec02062021/#</a></li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktpositioneringsstrategier</li> <li>• Positioneringskort</li> <li>• Repositionering</li> </ul>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Redskabskompetencen</b> ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b> ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p> <p><b>Tankegangskompetencen:</b> ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Gruppevis caseopgave om Shaping New Tomorrow med mundtlige fremlæggelser</p>

[Retur til forsiden](#)

<b>Titel 4</b>	<b>Branding</b>
----------------	-----------------

<p><b>Indhold</b></p>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 3</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://brandmarketingblog.com/articles/good-branding/brand-essence-examples/">https://brandmarketingblog.com/articles/good-branding/brand-essence-examples/</a></li> <li>• <a href="https://pong.land/project/interflora">https://pong.land/project/interflora</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/user/LEGO/custom/featured">https://www.youtube.com/user/LEGO/custom/featured</a></li> <li>• <a href="https://www.facebook.com/LEGODenmark/?brand_re_dir=6665038402&amp;locale=da_DK">https://www.facebook.com/LEGODenmark/?brand_re_dir=6665038402&amp;locale=da_DK</a></li> <li>• <a href="https://www.tiktok.com/@lego">https://www.tiktok.com/@lego</a></li> <li>• <a href="https://vipp.com/da/content/stories-list-da">https://vipp.com/da/content/stories-list-da</a></li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate og product branding</li> <li>• Afsenderfokuseret og modtagerstyret branding</li> <li>• Brand essence modellen</li> <li>• Storytelling</li> <li>• Branded content</li> </ul>
<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b> ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Klasseundervisning CL struktur: møde på midten Individuel analyseopgave med brug af brand essence modellen Individuel opgave vedr. afsenderfokuseret og modtagerstyret branding</p>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</b>	<b>Kommunikationsparametrene (repetition fra afsætning)</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 4</p> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklame</li> <li>• Sponsoring</li> <li>• Pr</li> <li>• Events inkl. eventets dna</li> <li>• Sales promotion</li> </ul>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Ingen
<b>Væsentligste arbejdsfor- mer</b>	Selvstændigt elevarbejde: repetition fra afsætning

[Retur til forside](#)

<p><b>Titel 6</b></p>	<p><b>Traditionelle og digitale reklamemedier</b></p>
<p><b>Indhold</b></p>	<p><u>Kernelitteratur:</u>  ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 5 og 6</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.dfi.dk/branchen/viden-om-publikum/hvem-ser-film">https://www.dfi.dk/branchen/viden-om-publikum/hvem-ser-film</a></li> <li>• Rapport: ”Medieudviklingen 2022”, DR Medieforskning</li> <li>• Selvstændig informationsøgning på Zalandos sociale medier og hjemmeside</li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Film</li> <li>• Print</li> <li>• Outdoor</li> <li>• Indoor</li> <li>• Ambiente reklamer</li> <li>• Lyd</li> <li>• Organisk og betalt tilstedeværelse</li> <li>• Owned, paid og earned media</li> <li>• Sociale medier, herunder influencermarketing og viral marketing</li> <li>• E-mail marketing</li> </ul>
<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p><b>Modelleringskompetencen:</b>  ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Redskabskompetencen</b>  ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b>  ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b>  ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b>  ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p> <p><b>Tankegangskompetencen:</b>  ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”</p>

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Parvist, skriftligt samarbejde: overblik over de traditionelle reklamemedier Skriftlig præsentationsopgave vedr. medieudviklingen 2022 Gruppevis caseopgave vedr. Zalando og influencermarketing med mundtlig præsentation Skriftlige gruppeopgaver vedr. viral markedsføring og e-mail markedsføring
-----------------------------------	--

[Retur til forside](#)



<b>Titel 7</b>	<b>Etik og jura</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 9, afsnit 9.4</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u> Reklamer fra danske bedemænd Bloggerspace.dk/sponsoreretindhold Reklamer fra youtube for Dodge (køn) Artikel fra huffington post om pink tax</p> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etik i markedsføring</li> <li>• Internationale retningslinjer for markedsføring</li> <li>• Markedsføringsloven</li> </ul>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning Paneldebat med forsvar og angreb på reklamer ud fra etiske og juridiske synspunkter Gruppeopgave om Gillette ”The Best Men Can Be”</p>

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 8</b>	<b>Medieplanlægning</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 7</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u> Mediekits fra en række mediehuse (aller, benjamin, politiken)</p> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oplag</li> <li>• Dækning</li> <li>• Struktur</li> <li>• Omkostninger</li> <li>• Støj</li> </ul>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Problembehandlingskompetencen:</b> ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer”</p> <p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b> ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p> <p><b>Tankegangskompetencen:</b> ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Grupper forbereder og gennemfører undervisningssekvenser i underemner</p>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 9</b>	<b>Kontrol af kommunikationsindsatsen</b>
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 8</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u> Logorama</p> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dagmarmodellen</li> <li>• Effektmålinger</li> <li>• Effektmålinger og kontrol – digitalt</li> <li>• Prætestmetoder</li> <li>• Posttestmetoder med fokus på markedskortet</li> </ul>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><b>Problembehandlingskompetencen:</b> ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer”</p> <p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Individuel opgave vedr. Dagmar modellen</p>

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 10	Kreativ strategi
<p><b>Indhold</b></p>	<p><u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 9-12</p> <p><u>Supplerende litteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklamer med verbaltekstlige eksempler (whiskas, VW etc)</li> <li>• Kampagne fra Burger King ”Women Belong in the Kitchen”</li> <li>• Reklamer med eksempler på subliminal perception fra Planters peanuts, Chambord, Las Vegas etc.</li> <li>• Bigfive personlighedstest</li> <li>• Elevernes selvstændige informationssøgning</li> </ul> <p><u>Indhold:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsplatformen</li> <li>• Budskabsindhold og virkemidler</li> <li>• Manipulative og informative reklamer</li> <li>• USP, ESP og ISP</li> <li>• Testimonials</li> <li>• Tematiske virkemidler</li> <li>• Kultur og reklamer</li> <li>• Komposition</li> <li>• Farveteori</li> <li>• Verbaltekstlige virkemidler</li> <li>• Psykologiske virkemidler med fokus på perceptionspsykologi, gestaltpsykologi, personlighedsteori, semiotik, neuromarketing og nudging</li> </ul>
<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p><b>Problembehandlingskompetencen:</b> ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer”</p> <p><b>Modelleringskompetencen:</b> ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst”</p> <p><b>Kommunikationskompetencen:</b> ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag”</p> <p><b>Databehandlingskompetencen:</b> ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”</p> <p><b>Ræsonnementskompetencen:</b> ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”</p> <p><b>Tankegangskompetencen:</b></p>

	"Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisations kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet"
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Individuelle opgaver med analyse af virkemidler i en reklame og komposition og farvevalg i en anden Gruppeopgave: opbygning af en reklame til et selvvalgt medie og med skriftlig argumentation for valg Individuel/parvis opgave i verbaltekstlige virkemidler Gruppeopgave: planlægning og gennemførelse af aktiverende undervisning i de psykologiske virkemidler

[Retur til forside](#)