Öppna i Google Docs

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet
Ämne: Marknadsföring
Tema: Konsumentbeteende och psykologiska faktorer

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska fokusera på:
• Psykologiska faktorer som påverkar konsumentbeteende, såsom motivation, uppfattning, lärande och attityder.
• Hur sociala faktorer, inklusive grupptryck och familj, påverkar köpbeslut.
• Analysera hur marknadsförare kan använda denna kunskap för att skapa effektiva kampanjer.

Kunskapskrav

Eleven redogör för centrala teorier om konsumentbeteende och beskriver översiktligt hur dessa teorier kan tillämpas i praktiska marknadsföringsstrategier.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till konsumentbeteende (10 min)

• Presentera lektionsmålen och betydelsen av att förstå konsumentbeteende inom marknadsföring.
• Definiera konsumentbeteende och diskutera varför det är viktigt för marknadsförare.
• Gå igenom de psykologiska faktorer som påverkar konsumentbeteende.

Motivation och köpbeteende (15 min)

• Diskutera olika motiv för konsumenter och hur dessa motiv påverkar deras köpbeslut.
• Använd exempel för att illustrera hur företag kan påverka konsumenternas motivation.
• Låt eleverna dela med sig av egna erfarenheter kring vad som motiverar dem att köpa produkter.

Gruppdiskussion: Social påverkan på köpbeslut (15 min)

• Dela in klassen i grupper för att diskutera hur sociala faktorer som familj, vänner och sociala medier påverkar deras köpbeslut.
• Samla insikter från grupperna och diskutera i helklass vad de kommit fram till.

Sammanfattning och reflektion (5 min)

• Summera lektionens innehåll och diskutera hur denna kunskap kan tillämpas i marknadsföring.
• Öppna för frågor och reflektioner från eleverna angående ämnet.

Aktivitet

Eleverna ska göra en kort analys av en valfri produkt och identifiera de psykologiska och sociala faktorer som kan påverka köpbeteendet för denna produkt. De ska förbereda en presentation för klassen.
Beräknad tidsåtgång: 20 minuter

Exit-ticket

• Vad är konsumentbeteende?
Svar: Den studie om hur individer väljer, köper, använder och slänger produkter och tjänster.
• Nämn en psykologisk faktor som påverkar konsumentbeteende.
Svar: Motivation.
• Hur kan social påverkan påverka konsumentens beslut?
Svar: Genom att vänners eller familjs åsikter kan påverka vad vi köper.
• Vad menas med attityder i konsumentbeteende?
Svar: Attityder är en persons positiva eller negativa inställning till en produkt eller tjänst.
• Ge ett exempel på hur ett företag kan använda psykologiska faktorer för att öka sin försäljning.
Svar: Genom att skapa en känsla av brådska, till exempel genom tidsbegränsade erbjudanden.

Hemläxa

Skriv en uppsats om hur en specifik psykologisk eller social faktor påverkar köpbeslut i din vardag. Längd: 300-500 ord.

Fördjupningsuppgift

Eleverna ska genomföra en djupgående studie av ett företag som lyckas väl med att påverka konsumentbeteende genom psykologiska och sociala faktorer. De ska analysera företagets strategier och föreslå förbättringar

utifrån deras insikter. Detta ger eleverna möjlighet att visa en djup förståelse för hur konsumentpsychologi påverkar marknadsföring.

Förslag för nästa lektion

Effektiv kommunikation och varumärkesbyggande
Nästa lektion kan handla om hur kommunikation används för att skapa och upprätthålla ett varumärke. Det är relevant eftersom förståelsen för kommunikation är grundläggande för att kunna påverka konsumentbeteende och bygga starka varumärken. Lektionen bör också täcka aspekter av storytelling och hur varumärkesidentitet kan utformas.

Förberedelser

• Förbered exempel på företag och deras användning av psykologiska faktorer i marknadsföring.
• Samla relevant material kring varumärkesbyggande för nästa lektion.
• Se till att eleverna har tillgång till exempel på analyserade produkter.

Tags: Lektion