

# Lektionsplanering

**Årskurs:** Gymnasiet

**Ämne:** Marknadsföring

**Tema:** Marknadsföringens grunder

## Koppling till styrdokument

### Centralt innehåll

Innehållet i denna lektion kommer att täcka grunderna i marknadsföring, inklusive metoder för att genomföra marknadsundersökningar, analys av målgrupper samt en utvärdering av hur marknadsföring kan kopplas till företags samhällsansvar.

### Kunskapskrav

Eleven kan föra resonemang om och analysera marknadsföringens betydelse och metoder, samt hur företagets ansvarstagande kan insynas i deras strategier och kommunikationssätt.

## Lärrarledda instruktioner

### Introduktion till marknadsföring (10 min)

Förklara vad marknadsföring är och dess syfte i företagskommunikation. Diskutera vikten av marknadsföringsstrategier för företagets framgång. Ge exempel på olika former av marknadsföring.

### Metoder för marknadsundersökningar (15 min)

Introducera begreppet marknadsundersökningar och deras betydelse för företag. Redogöra för olika metoder för att genomföra en marknadsundersökning, inklusive kvalitativa och kvantitativa metoder. Ge exempel på hur undersökningsresultat kan påverka företagsbeslut.

### Målgruppsanalys (15 min)

Definiera vad en målgrupp är och varför den är viktig för marknadsföring. Gå igenom olika tekniker för att analysera och segmentera målgrupper. Diskutera hur insikter från målgruppsanalyser kan användas för att rikta marknadsföringsinsatser.

**Samhällsansvar och marknadsföring (10 min)**

Introducera begreppet samhällsansvar i samband med marknadsföring. Diskutera hur företag kan visa ansvar i sina marknadsföringsstrategier. Ge exempel på företag som framgångsrikt integrerat samhällsansvar i sin marknadsföring.

**Aktivitet**

Eleverna får i grupper diskussioner kring ett företag som de ska välja, och de ska utvärdera företagets marknadsföringsstrategier, marknadsundersökningar, målgruppsanalyser och samhällsansvar. De ska förbereda en kort presentation av sina insikter. Beräknad tidsåtgång: 25 minuter.

**Exit-ticket**

Vad är syftet med marknadsföring? Svar: Att kommunicera värdet av en produkt/tjänst till konsumenter för att öka försäljning.

Vad innebär en marknadsundersökning? Svar: En metod för att samla in data om marknaden och dess konsumenter för att fatta välgrundade beslut.

Hur kan man definiera en målgrupp? Svar: En specifik grupp av människor som en produkt eller tjänst är riktad mot.

Vad är samhällsansvar i marknadsföring? Svar: Företags ansvar att agera etiskt och hållbart i sina marknadsföringsstrategier.

Ge ett exempel på hur ett företag kan visa samhällsansvar. Svar: Genom att arbeta med hållbarhet, exempelvis genom att minska sin miljöpåverkan.

**Hemläxa**

Eleverna ska skriva en reflektion på 300-400 ord om hur marknadsföring kan påverka samhället och betydelsen av att företag tar ansvar i sin marknadsföring.

**Fördjupningsuppgift**

Eleverna ska utföra en självständig studie där de väljer ett företag och analyserar deras marknadsföringsstrategi i detalj, samt hur företaget integrerar samhällsansvar i sin kommunikation. Rapporten ska innehålla en sammanställning av resultat från marknadsundersökningar samt en målgruppsanalys, och ge rekommendationer för framtida marknadsföring.

**Förslag för nästa lektion**

Målgruppsanalys och segmentering. I nästa lektion kommer vi att fokusera mer ingående på målgruppsanalys och olika segmenteringsstrategier. Detta

är relevant för att förstå hur företag kan identifiera och nå ut till specifika kundgrupper, och hur man anpassar kommunikationen efter olika målgrupper. Lektionen bör även beröra hur dessa analyser kan appliceras praktiskt i marknadsföringskampanjer.

## **Förberedelser**

Förbered exempel på marknadsundersökningar och målgruppsanalyser för att illustrera i undervisningen. Samla fallstudier av företag som visar exempel på framgångsrik marknadsföring kopplad till samhällsansvar. Säkerställ att eleverna har tillgång till nödvändiga verktyg för att genomföra grupperade aktiviteter.

Tags: [Lektion](#)