

Lektionsplanering för Marknadsundersökningar

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring

Tema: Marknadsundersökningar

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Lektionens centrala innehåll syftar till att fördjupa elevernas förståelse för marknadsundersökningar och deras betydelse inom marknadsföring. Eleverna kommer att lära sig om olika metoder för datainsamling, analys och hur dessa insikter kan informera marknadsföringsstrategier.

Kunskapskrav

Eleverna ska kunna beskriva och förklara olika metoder för marknadsundersökningar och ge exempel på hur insamlade data kan användas för att fatta beslut i marknadsföring.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till Marknadsundersökningar (10 min)

- Vad är en marknadsundersökning och varför är den viktig?
- Hur marknadsundersökningar stödjer beslutsfattande.
- Olika typer av marknadsundersökningar.

Metoder för Datainsamling (15 min)

- Kvalitativa metoder (intervjuer, fokusgrupper).
- Kvantitativa metoder (enkäter, statistik).
- Fördelar och nackdelar med olika metoder.

Analysera Data (15 min)

- Hur man sammanställer och analyserar insamlade data.
- Användning av verktyg och program för dataanalys.
- Exempel på hur analys kan forma marknadsföringsstrategier.

Praktisk Tillämpning och Fallstudie (10 min)

- Diskutera exempel på företag som använt marknadsundersökningar framgångsrikt.
- Tillämpa kunskapen genom att gruppera upp och diskutera egna hypotetiska marknadsundersökningar.
- Reflexion kring varför det är viktigt att testa sina antaganden.

Aktivitet

Eleverna delas in i grupper där de får skapa en enkel marknadsundersökning för en utvald produkt. De ska formulera sina frågor, välja en metod för datainsamling och planera hur de skulle analysera resultaten. Varje grupp får 30 minuter för att förbereda sin presentation.

Exit-ticket

- Vad är syftet med en marknadsundersökning? (Svar: Att samla data för att förstå marknaden och konsumenternas behov.)
- Nämn två metoder för datainsamling. (Svar: Enkäter, fokusgrupper.)
- Vad är skillnaden mellan kvalitativa och kvantitativa metoder? (Svar: Kvalitativa metoder fokuserar på djupinsikter och åsikter, medan kvantitativa metoder fokuserar på numerisk data.)
- Ge ett exempel på hur en marknadsundersökning kan påverka marknadsföringsbeslut. (Svar: Justera produktutbud baserat på kundernas preferenser.)
- Hur kan företag utnyttja analysen från en marknadsundersökning? (Svar: För att skapa välgrundade marknadsföringsstrategier och förbättra produkter.)

Hemuppgift

Eleverna ska genomföra en liten marknadsundersökning i sin egen omgivning, samla in data och skriva en kort rapport om sina resultat och insikter. De ska inkludera metodbeskrivning, insamlade data och en analys av dessa. Skriv "Hemuppgift" så tar jag fram en hemuppgift åt dig.

Citat

“Det är inte tillräckligt att veta. Du måste också göra.” – John Dewey, 1938.
Detta citat belyser vikten av att inte bara förstå marknaden, utan också omsätta den kunskapen i praktiska handlingar, vilket är kärnan i marknadsundersökningar.

Tags: [Lektion](#)