

Lektionsplanering för Marknadsföring

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring

Tema: Reklamens metoder

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Lektionens centrala innehåll syftar till att undersöka olika reklammetoder och strategier, inklusive traditionell reklam, digital reklam och nyskapande kampanjer. Eleverna ska få en förståelse för hur reklamens olika former kan påverka konsumentbeteende och varumärkesbyggande.

Kunskapskrav

Eleverna ska kunna beskriva och jämföra olika reklammedel och analysera deras effektivitet i att nå målgruppen samt hur de påverkar konsumentens beslut.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till Reklamens Betydelse (10 min)

- Vad är reklam och dess syfte?
- Reklamens funktion i marknadsföring.
- Skillnaden mellan reklam och PR.

Traditionella Reklammetoder (15 min)

- TV-reklam, radio, och tryckta medier.
- Fördelar och nackdelar med traditionella metoder.
- Fallstudier på framgångsrika kampanjer.

Digital Reklam (15 min)

- Innehållsmarknadsföring och annonsering på sociala medier.
- Google Ads och SEO.
- Jämförelse mellan digital och traditionell reklam i effektivitet.

Kreativ Reklam och Nyskapande Kampanjer (10 min)

- Exempel på kreativa kampanjer och dess genomslagskraft.
- Vikten av att sticka ut och fånga konsumentens uppmärksamhet.
- Diskutera hur humor och känslor kan påverka effektiviteten.

Aktivitet

Eleverna delas in i grupper och får i uppdrag att skapa en reklamsnutt för en vald produkt. De ska bestämma vilken reklammedel de vill använda och argumentera för varför just den metoden valdes. Grupperna får 30 minuter för att förbereda sin presentation innan de visar upp sina reklamsnuttar för klassen.

Exit-ticket

- Vad är reklamens syfte? (Svar: Att informera, övertyga och påverka konsumentens köpbeslut.)
- Nämn två traditionella reklammedel. (Svar: TV-reklam, tidningar.)
- Vad är en fördel med digital reklam? (Svar: Det är ofta mer kostnadseffektivt och kan snabbt nå en stor målgrupp.)
- Ge ett exempel på en kreativ reklamslogan. (Svar: "Just Do It" - Nike.)
- Hur kan känslor användas i reklam? (Svar: För att skapa en djupare koppling till konsumenten och öka minnesvärdheten.)

Hemuppgift

Eleverna ska välja en reklamkampanj och göra en analys av dess effektivitet. De bör inkludera målgrupp, val av reklammedel och kreativa inslag, samt en reflektion över hur kampanjen påverkat deras eget konsumentbeteende.

Citat

"Reklam är den ständiga kampen för att få en konsuments uppmärksamhet."
- Philip Kotler, 1984. Detta citat reflekterar den utmaning företag står inför i att nå ut i en översvämning av information och reklam, och vikten av att skapa en stark och intressant reklam för att fånga konsumentens intresse.

Nästa lektion

Förslag på tema för nästa lektion: *Digital marknadsföring*. Den föreslagna lektionen syftar till...

Tags: [Lektion](#)