

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Praktisk marknadsföring

Tema: Grundläggande marknadsföringskoncept och strategi

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Denna lektion fokuserar på grundläggande marknadsföringskoncept, såsom marknadssegmentsanalys och målgruppsidentifiering. Eleven kommer att lära sig att formulera en marknadsföringsstrategi och vilka faktorer som påverkar kundbeteenden.

Kunskapskrav

Eleven kan redogöra för grundläggande marknadsföringsbegrepp, göra analyser utifrån marknadssegment och målgrupp, samt formulera en enkel marknadsföringsstrategi.

Lärrarledda instruktioner

Introduktion till marknadsföringskoncept (10 min)

- Definiera vad marknadsföring är och diskutera dess betydelse för företagets framgång.
- Presentera nyckelbegrepp som målgrupp, marknadssegmentering och konkurrensfördelar.
- Diskutera skillnaden mellan produktorienterad och kundorienterad marknadsföring.

Genomgång av marknadsundersökningar (15 min)

- Introducera metoder för marknadsundersökning, såsom enkäter, fokusgrupper och analyser av kundbeteenden.
- Diskutera hur information från marknadsundersökningar kan användas för att informera strategiska beslut.
- Ge exempel på hur företag lyckats genom att förstå sina målgrupper genom effektiva marknadsundersökningar.

Workshop: Utforma en marknadsstrategi (20 min)

- Dela in klassen i grupper och ge dem ett fiktivt företag att arbeta med.
- Be dem att identifiera företagets målgrupp och skapa en enkel marknadsföringsstrategi som inkluderar val av marknadsföringskanaler och budskap.
- Låt grupperna presentera sina strategier för klassen.

Sammanfattning och reflektion (5 min)

- Sammanfatta lektionens huvudpunkter om marknadsföring och strategi.
- Diskutera vikten av att förstå kundbeteenden för att skapa effektiva marknadsföringsstrategier.
- Ställ frågor för att uppmuntra reflektion över deras egna kommunikationsstrategier och val i framtida projekt.

Aktivitet

Eleverna ska dokumentera sina marknadsföringsstrategier skriftligt inklusive detaljerade överväganden om målgrupp och val av kanaler. De ska även reflektera över hur deras strategi kan anpassas utifrån marknadsundersökningar.

Beräknad tidsåtgång: 30 minuter

Exit-ticket

- Vad betyder marknadssegmentering och varför är det viktigt? Svar: Att dela upp marknaden i olika grupper för att rikta marknadsföringen mer effektivt och relevant.
- Nämn två metoder för att samla in marknadsinformation. Svar: Enkäter och fokusgrupper.
- Hur kan en effektiv marknadsföringsstrategi se ut? Svar: Genom att ha klart definierad målgrupp, relevanta budskap och val av marknadsföringskanaler anpassade till målgruppen.
- Vad involverar en kundorienterad marknadsföringsstrategi? Svar: Att fokusera på kundens behov och önskemål i produktutveckling och kommunikation.
- Hur kan ett företag mäta effekten av sina marknadsinsatser? Svar: Genom att analysera försäljningsdata, kundfeedback och digital analytics.

Hemläxa

Skriv en plan för hur du skulle marknadsföra ett fiktivt produkt eller tjänst, inklusive målgrupp, val av marknadsföringskanaler och strategiska åtgärder.

Längd: 500 ord.

Fördjupningsuppgift

Eleverna kan i en fördjupningsuppgift analysera en framgångsrik kampanj från ett existerande företag. De ska diskutera de strategier som användes, hur de använde marknadsundersökningar och vilka resultat de uppnådde. Rapporten ska inkludera konkreta exempel och analyser av kampanjens effektivitet.

Förslag för nästa lektion

Tema: Digital marknadsföring och sociala medier

I nästa lektion kommer vi att fokusera på digital marknadsföring och hur företag använder sociala medier för att nå sina kunder. Eleverna kommer att lära sig mer om digitala verktyg och strategier för att effektivt marknadsföra produkter och tjänster online.

Förberedelser

- Samla exempel på framgångsrika marknadsföringskampanjer och strategier.
- Förbereda material för workshopen för att utveckla marknadsstrategier.
- Utveckla exempel på olika målgrupper som kan användas i diskussionen.

Tags: [Lektion](#)