

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Marknadsföring

Tema: Introduktion till marknadsföring

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Vad marknadsföring är och hur den fungerar i samhällsekonomi och affärsliv. Olika typer av marknadsföring och grunderna i hur företag bedriver marknadsföring.	Eleven kan ge exempel på marknadsföringens betydelse och funktion och ingående redogöra för vad ett företag kan åstadkomma genom olika marknadsföringsmetoder.

[Läroplan Gy11, Marknadsföring]

Lärarledda instruktioner

1. Introduktion till ämnet (10 min)

- Presentera vad marknadsföring handlar om.
- Förklara skillnaden mellan traditionell och digital marknadsföring.
- Diskutera vikten av marknadsföring för företag och samhälle.
- Ställ öppna frågor till klassen om deras intryck av reklam och marknadsföring.

2. Genomgång av marknadsföringsbegrepp (15 min)

- Redogör för grundläggande begrepp som målgrupp, marknadsandel och positionering.
- Visa exempel på olika typer av marknadsföring (influencer, content marketing, etc.).
- Diskutera hur begreppen tillämpas i verklighetsbaserade exempel.

3. Gruppdiskussion (15 min)

- Dela upp klassen i små grupper.
- Ge varje grupp ett företag att diskutera och analysera hur de använder marknadsföring.
- Låt grupperna dela sina insikter med klassen.

4. Sammanfattning och avslutning (10 min)

- Sammanfatta lektionen och dela ut en kort hemläxa där eleverna ska identifiera och lista tre marknadsföringsexempel de sett under veckan.

- Instruera eleverna att förbereda sig inför nästa lektion.

Ämnesinnehåll

Här listas viktig kunskap och ämnesinnehåll som eleverna behöver känna till eller lära sig i undervisningen. Försök se till att allt nedan tas upp på lektionen eller följs upp på andra sätt.

- **Marknadsföringens funktion:** Marknadsföring har en central roll i affärlivet genom att skapa medvetenhet om produkter och tjänster.
- **Olika metoder:** Det finns många metoder inom marknadsföring, och det är viktigt att förstå deras syften och riktningar.
- **Kundfokus:** Att sätta kunden i centrum av marknadsföringsstrategier är avgörande för framgång.
- **Reklamens påverkan:** Diskutera hur reklam påverkar konsumentbeteenden och beslut.
- **Trender i marknadsföring:** Håll dig informerad om aktuella trender och avancerad teknik som påverkar marknadsföringslandskapet.

Ordkollen

Ord	Förklaring	Etymologi
Marknadsföring	Aktiviteter och strategier för att sälja produkter eller tjänster.	Svenska, av "marknad" och "föring".
Målgrupp	Den specifika grupp av konsumenter som ett företag riktar sin marknadsföring mot.	Svenska, av "mål" och "grupp".
Positionering	Processen där ett företag placerar sin produkt i kundernas medvetande.	Engelska, "positioning".

Diskussionsfrågor

- Hur tror ni att företagsmarknadsföring påverkar era egna köpbeslut?
- Kan reklam ibland vara vilseledande? Vilka ansvar har företag i så fall?
- Hur skiljer sig marknadsföring mellan olika typer av produkter och företag?

Aktivitet

Planera en gruppaktivitet där eleverna får skapa en reklamannons för ett fiktivt företag. De ska välja produkter, definiera sina målgrupper och bestämma vilka medel (sociala medier, affischer etc.) som de skulle använda för att nå ut till sina kunder. Målet är att tänka kreativt och strategiskt om

hur man bäst når en specifik målgrupp.

Exit-ticket

Fråga	Svar
1. Vad är marknadsföring?	Marknadsföring innebär aktiviteter för att sälja.
2. Nämn en typ av marknadsföring.	Digital marknadsföring.
3. Vilken betydelse har målgruppen i marknadsföring?	Den avgör innehållet och strategin.
4. Vad innebär positionering?	Att placera en produkt i medvetandet hos konsumenterna.
5. Finns det etiska aspekter inom marknadsföring?	Ja, företag har ansvar att inte vilseleda.
6. Hur kan kreativitet påverka reklam?	Det kan göra reklamen mer minnesvärd.
7. Vad är en reklamkampanj?	En plan för att marknadsföra en produkt över tid.
8. Vilka trender ser vi just nu inom marknadsföring?	Ökad användning av sociala medier.

Hemuppgift

Eleverna ska identifiera och dokumentera tre exempel på marknadsföring de kommer i kontakt med under veckan. De ska kunna beskriva reklamen, vad som såldes, och deras åsikter om dess effektivitet.

Citat

"Ett bra företag är alltid en bra reklambyrå." – David Ogilvy (1911-1999).
Detta citat belyser vikten av att företag inte bara fokuserar på att sälja, utan också på hur de kommunicerar och positionerar sig mot sina kunder.

Tags: [Lektion](#)