

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Marknadsföring

Tema: Lagar, etik och hållbar utveckling inom marknadsföring

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Lagar, regler och etiska aspekter kring marknadsföring samt betydelsen av hållbar utveckling.

Betygskriterium (E)

Eleven kan redogöra för relevanta lagar och etiska riktlinjer, samt ge exempel på hur företag arbetar med hållbarhet i sin marknadsföring.

[Läroplan Gy11, Marknadsföring]

Lärrarledda instruktioner

1. Introduktion till lagar inom marknadsföring (10 min)

- Presentera de viktigaste lagarna som styr marknadsföring, som exempelvis Konsumentköplagen och Marknadsföringslagen.
- Diskutera syftet med dessa lagar och varför de är viktiga för konsumenterna och företagen.

2. Etik inom marknadsföring (15 min)

- Förklara vad etik innebär i sammanhanget av marknadsföring.
- Diskutera vanliga etiska dilemman som kan uppstå, exempelvis vilseledande reklam och hur detta kan påverka företags rykte.
- Be eleverna reflektera över eventuella reklamkampanjer de har sett som de anser vara oetiska.

3. Hållbar utveckling och marknadsföring (15 min)

- Beskriv hur hållbarhet blivit en viktig del av modern marknadsföring.
- Ge exempel på företag som framgångsrikt integrerar hållbarhet i sina marknadsföringsstrategier.
- Diskutera frågor kring hur konsumenters miljömedvetenhet påverkar företagens sätt att marknadsföra sina produkter.

4. Gruppdiskussion och analys (10 min)

- Dela in klassen i grupper och be dem analysera en

reklamkampanj.

- Diskutera kampanjens efterlevnad av lagar och regler, och om den har en etisk och hållbar inriktning.

Ämnesinnehåll

- **Lagstiftning:** Kunskap om gällande lagar och bestämmelser som påverkar marknadsföring.
- **Etiska dilemman:** Diskussion kring vad som är okej och inte okej i reklamsammanhang.
- **Hållbarhet:** Hur företag arbetar för att vara mer hållbara och ansvarsfulla.
- **Konsumenträtt:** Vikten av att skydda konsumenters rättigheter genom reglerad marknadsföring.

Ordkollen

Ord	Förklaring	Etymologi
Marknadsföringslag	Lag som reglerar hur marknadsföring får utföras.	Svensk, av "marknadsföring" och "lag".
Etik	Läran om vad som är rätt och fel.	Grekiska, "ethos" som betyder karaktär.
Hållbarhet	Målet att möta dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter.	Svenska, av "hållbar".

Diskussionsfrågor

1. Hur påverkar konsumentlagstiftning företagens marknadsföring?
2. Kan du ge exempel på en reklam som du uppfattar som oetisk? Varför?
3. Hur kan företag bli mer hållbara i sina marknadsföringsstrategier?

Aktivitet

Eleverna ska i grupper välja en reklamkampanj och göra en analys av kampanjen utifrån de lagar och etiska riktlinjer som diskuterats. De ska beakta även hållbarhetsperspektivet och förbereda en presentation av sina slutsatser.

Exit-ticket

Fråga	Svar
Nämn en lag som styr marknadsföring.	Marknadsföringslagen.

Vad innebär etik inom marknadsföring?

Ge ett exempel på hållbar marknadsföring.

Vad är viktigaste delen av konsumenträtt?

Diskussion om vad som är rätt och fel.

Företag som använder återvunnet material.

Skydd av kundernas intressen.

Hemuppgift

Eleverna ska hitta en reklamkampanj de anser vara oetisk och skriva en kort analys av varför, kopplad till aktuella lagar och etiska riktlinjer. Uppgiften ska vara minst 1 A4-sida.

Citat

"Etik är vad som gör att vi fortsätter att vara mänskliga även när ingen ser oss." - Kännande upphovsman. Detta citat påminner oss om vikten av att agera etiskt även i affärssammanhang.