

Prov: Reklamens påverkan

Prov: Reklamens påverkan

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Journalistik, reklam och information 1

Tema: Reklam och dess påverkan

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Lektionens centrala innehåll omfattar reklamens roll i samhället, olika reklammediers funktioner, kommersiell kommunikation och hur reklam påverkar konsumentbeteende och samhällsnormer.

Kunskapskrav

Eleven kan redogöra för och analysera olika reklamsstrategier och deras påverkan på konsumentbeteende samt diskutera etiska aspekter av reklam.

Prov

Faktafrågor

1. Vilken av följande är en typ av digital reklam?
 - A) TV-reklam
 - B) Tryckt reklam
 - C) Utomhusreklam
 - **D) Sociala medier**
2. Vad är syftet med reklam?
 - **A) Att påverka konsumentbeteendet**
 - B) Att informera om lagar och regler
 - C) Att underhålla publiken
 - D) Att skapa konstverk
3. Vilken reklamstrategi använder humor för att fånga konsumentens uppmärksamhet?
 - A) Emotionell påverkan
 - **B) Humor**

- C) Testimonials
 - D) Social relevans
4. Vad är en fördel med utomhusreklam?
- A) Lågt kostnad
 - **B) Stor räckvidd**
 - C) Liten konkurrens
 - D) Enkelt att mäta resultat
5. Vilken typ av reklam är mest effektiv för att nå unga konsumenter?
- A) Tryckt reklam
 - **B) Digital reklam**
 - C) Radio reklam
 - D) Utomhusreklam
6. Vilken av följande är en etisk aspekt av reklam?
- A) Att vara underhållande
 - **B) Att undvika vilseledande information**
 - C) Att rikta sig till alla åldrar
 - D) Att vara lättillgänglig
7. Vad syftar reklamens "call to action" till?
- A) Att informera om produkten
 - **B) Att uppmana till handling**
 - C) Att skapa en berättelse
 - D) Att bygga varumärke
8. Vilken strategi syftar till att använda kända personer för att öka trovärdigheten för produkten?
- A) Emotionell påverkan
 - **B) Testimonials**
 - C) Humor
 - D) Social relevans
9. Vilken av dessa reklammedier är mest kostnadseffektiv för små företag?
- A) TV-reklam
 - **B) Sociala medier**
 - C) Tryckt reklam
 - D) Utomhusreklam
10. Vilken av följande delar av en reklamkampanj handlar om att bestämma vilka som är budskapets målgrupp?
- A) Reklammedel
 - B) Målgruppsanalys
 - **C) Strategisk planering**
 - D) Budgetering
11. Vad är en nackdel med digital reklam?
- A) Hög kostnad
 - B) Låg räckvidd
 - **C) Övermättad marknad**
 - D) Begränsad interaktion

12. Vilken känsla är ofta kopplad till reklam som vill framkalla nostalgi?
 - A) Rädsla
 - **B) Saknad**
 - C) Ilska
 - D) Förvirring
13. Vilken typ av reklam är mest lyckad för att nå en lokal publik?
 - A) Nationell TV-reklam
 - **B) Utomhusreklam i närområde**
 - C) Internationell online reklam
 - D) Riktad e-postreklam
14. Vilken typ av kampanj bör ställas in om den inte uppfyller sin marknadsföringsmål?
 - A) Testkampanj
 - **B) Frikostig kampanj**
 - C) Viral kampanj
 - D) Imponera-kampanj

Resonerande frågor

1. Diskutera hur reklam påverkar våra val i vardagen.

Syftet med frågan är att elever ska reflektera över reklamens direkta och indirekta påverkan i deras egna liv och samhället i stort.

2. Vilken typ av reklam tycker du mest om och varför?

Denna fråga uppmuntrar eleverna att uttrycka sina egna preferenser och analysera varför de föredrar vissa reklamer över andra.

3. Hur kan företag säkerställa att deras reklam är etisk och ansvarig?

Här får eleverna möjlighet att diskutera viktiga etiska frågor inom reklam och tänka kritiskt kring företagets ansvar.

4. Vilken roll spelar reklam i skapandet av samhälleliga normer?

Frågan syftar till att få elever att analysera hur reklam kan påverka och forma värderingar och beteenden i samhället.

5. Ge exempel på en reklamkampanj som du tycker har lyckats väl och förklara varför.

Eleven får chansen att reflektera och göra en djupanalys av en specifik kampanj och dess effekt.

6. Hur kan sociala medier förändra hur reklam utformas och distribueras?

Denna fråga uppmanar eleverna att tänka på den moderna reklamens dynamik och hur den skiljer sig från traditionella former.

7. Diskutera skillnaderna mellan traditionell och digital reklamstrategi.

Syftet här är att få eleverna att reflektera över och jämföra olika reklamstrategier och deras effektivitet.

8. Hur kan reklam användas för att skapa social förändring?

Denna fråga ger elever möjlighet att tänka på reklamens roll i samhällsutveckling och hur det kan påverka positiva förändringar.

Bedömning

Provet har en totalpoäng av 30. Varje svar på faktafrågorna ger 1 poäng, och varje resonerande fråga ger 3 poäng.

För betyg E krävs minst 8 poäng, för C krävs 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).