

Kultur, marked og kommunikation

Årgang: HHX1

Fag: Afsætning (A), dansk (A), engelsk (A)

Omfang: 45 lektioner á 60 min.

Forløbsbeskrivelse:

I SO1 udarbejder eleverne i grupper en marketingkampagne for en dansk virksomhed (Kims, Shaping New Tomorrow eller E-cooking) på et engelsktalende marked (USA, Australien eller Indien). Eleverne skal tilegne sig viden om et marked og kulturen i det pågældende land for at sælge et specifikt produkt fra deres valgte virksomhed.

I fagene arbejdes der med følgende metoder og fokusområder:

- Afsætning: målgruppe/segmentering, købsadfærd, konkurrenceforhold
- Dansk: kommunikationsteori og reklameteori
- Engelsk: kulturteori (Hofstedes begreber/dimensioner)

Idet SO1 er det første studieområdeprojekt, arbejdes der indledningsvis med rammer for det gode gruppearbejde i form af en gruppekontrakt, hvor eleverne har mulighed for at diskutere, hvad det vil sige at arbejde gruppeorienteret.

Der arbejdes desuden med logbogsskrivning, hvor eleverne gør rede for deres tanker if. udformningen af kampagnen og de forskellige kommunikationsgenrer, de arbejder med. Udvalgte elementer af logbogen afleveres som rapport.

Der er følgende produktkrav til projektet:

- Én videoreklame og én printet reklame (f.eks. plakat).
- Opslag på mindst to selvvalgte sociale medier
- Logbog: tanker bag kampagnen og gruppearbejdet, som til sidst sammenfattes til en rapport.

Lektionsbeskrivelse:

Forud for forløbet introduceres eleverne i de enkelte fag for teori og metoder, der kan anvendes til SO1 (minimum 3 lektioner i hvert fag).

Dag 1 (6 lektioner)

Eleverne introduceres for forløbet og inddeles i grupper, som lærerne har dannet. Herefter

arbejder eleverne på en gruppekontrakt. Efter afleveret gruppekontrakt, skal eleverne sætte sig ind i opgaven og læse vedlagt materiale om de forskellige markeder og virksomheder (rapporter fra Euromonitor) med henblik på at vælge land og virksomhed.

Dag 2-5 (4x 6 lektioner)

Eleverne arbejder med at udarbejde deres kampagne og opsøger vejledning ved behov. Der indlægges timer undervejs, hvor grupperne fremlægger deres midlertidige arbejde og sparrer med opponentgrupper.

Dag 6 (4 lektioner)

Elevfremlæggelser på klassen. Lærerevaluering af proces og den endelige kampagne.

Efterarbejde

Skriftlig evaluering af forløbet samt opsamling i de enkelte fag.