

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2025
Institution	Det Blå Gymnasium Haderslev
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	Markedskommunikation C
Lærer(e)	Kira Strandby
Hold	EUX2024

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Kommunikationsteori
Titel 2	Etik og Jura
Titel 3	Branding
Titel 4	Tekstforfatning
Titel 5	Målgrupper
Titel 6	Kommunikationsmål
Titel 7	Budskab
Titel 8	Medieplanlægning
Titel 9	Online Marketing
Titel 10	Kreativ strategi (fase 1-4) (KS)
Titel 11	

Titel 1	Kommunikationsteori
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023 Kapitel 1: Virksomhedens Markedskommunikation Kapitel 2: AI i kommunikationen <u>Supplerende litteratur:</u> Reklame ”Silence of Love” Reklame ”It’s Magic When the World Comes Together” <u>Indhold:</u> • Kommunikationsmodellen • Kommunikationsplatformene • Informationskampagner • Omnichannel marketing
Særlige fokuspunkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Redskabskompetencen ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppevis kreativ opgave

[Retur til forside](#)

Titel 2	Etik og jura
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023 Kapitel 3 Etik Kapitel 4 Jura i kommunikationen <u>Supplerende litteratur:</u> Reklamer fra danske bedemænd Bloggerspace.dk/sponsoreretindhold Reklamer fra youtube for Dodge (køn) Moralmachine.net KiMs Chipsbattle Kontant: Gigant for Enhver Pris (dr.dk) <u>Indhold:</u> • Etik i markedsføring • Internationale retningslinjer for markedsføring • Markedsføringsloven
Særlige fokus-punkter	Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation ”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Paneldebat med forsvar og angreb på reklamer ud fra etiske og juridiske synspunkter Gruppeopgave om Gillette ”The Best Men Can Be”

[Retur til forside](#)

Titel 3	Branding & Storytelling
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023 Kapitel 5 Branding <u>Supplerende litteratur:</u> • Oversigt over brandhierakier ved de 10 største fødevareproducenter • Uddrag af filmen ”Barbie” (2023) • Reklamen ”Google Search: Reunion” <u>Indhold:</u> • Branding • Storytelling • Celebrity Branding • Produktbranding • Mærkestrategier • Eventyrmodellen
Særlige fokus-punkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Redskabskompetencen ”Udvælge og anvende relevante digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Tankegangskompetencen: ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Mundtlige præsentationer om celebrity branding Gruppearbejde, fx om den gamle fabrik

[Retur til forside](#)

Titel 4	Tekstforfatning
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023 Kapitel 6, Tekstforfatning i Kommunikationen <u>Supplerende litteratur:</u> • Reklame: VW ”I’m Sorry I love you” • Reklame: ”Fun(eneral)” • Burger King ”Women Belong in the Kitchen” <u>Indhold:</u> • Verbaltekstlige virkemidler • Sætningsopbygning
Særlige fokuspunkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation ” Tankegangskompetencen: ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppevis caseopgave om Burger King

[Retur til forside](#)

Titel 5	Målgrupper
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023 Kapitel 7, Modtagergrupper <u>Supplerende litteratur:</u> - Conzoom.dk - Gallups Kompas - Værdipolitisk test fra Kristeligt Folkeblad - TV program ”I Danmark er jeg født”, afsnit 1 + 2 (dr.dk) <u>Indhold:</u> • Værdier • Livsfaser • Personaer • Identitet • Adfærd • Segmentering
Særlige fokuspunkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppeopgave om personaer Gruppeforløb om segmentering ”I Danmark er jeg født”

[Retur til forside](#)

Titel 6	Kommunikationsmål & Reklamemål
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, Kapitel 8, kommunikationsmål Supplerende litteratur: Reklame ”Valget er dit”, Superbrugsen Reklame ”Trusted by moms”, Clorox Reklame “Legends on board”, Turkish Airlines Reklame “What will they say about you?”, Nike Reklame “Nytår igen”, sikkerhedsstyrelsen <u>Indhold:</u> • Markedskort • Forretningsudfordring • GAP Analyse • SWOT • SMARTE mål • KPI’er • Reklamemåltyper
Særlige fokuspunkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng”
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde Klasseundervisning Gruppepræsentationer om SAS og værdier

[Retur til forside](#)

Titel 7	Budskab
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, Kapitel 9, Budskab Kapitel 14, Positionering <u>Supplerende litteratur:</u> - Kampagner fra sikkertrafik - Reklame: ”Dumb ways to die”, Metro Australia - Reklame: ”Hjelm har alle dage været en god idé”, rådet for sikker trafik - Reklame: ”Filips Far”, rådet for sikker trafik <u>Indhold:</u> • USP/ESP/ISP • Behovsopfyldelse • Slogans • Tone of Voice • Positioneringskort • Positioneringsstrategier • Repositionering
Særlige fokuspunkter	Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation” Tankegangskompetencen: ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Analog skriftelighed i kladdehæfter

[Retur til forside](#)

Titel 8	Medieplanlægning
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 10, Medieplanlægning <u>Supplerende litteratur:</u> • Reklamer fra Barebells instagram • Mediekits fra en række mediehuse (aller, benjamin, politiken) <u>Indhold:</u> • Strategisk planlægning • Onlinestrategier • Paid, earned, owned media • Den digitale søgeproces • Email markedsføring • Oplag • Dækning • Struktur • Omkostninger • Støj
Særlige fokus-punkter	Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisations kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation ”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Analogt arbejde i kladdehæfte

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 9	Online Marketing
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, Kapitel 10, Sociale medier Kapitel 11, influencermarketing <u>Supplerende litteratur:</u> - Stories for millioner, dr.dk (afsnit 1 + 2) - Fday.dk (priser på influencere) - Ecomtrainer.dk <u>Indhold:</u> • Sociale medier • Analyse/karakteristikker af medier • Influencermarketing • Troværdighed
Særlige fokuspunkter	Problembehandlingskompetencen: ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer” Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation” Tankegangskompetencen: ”Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Case om Nøddebazaren fra deg

[Retur til forside](#)

Titel 10	Kontrol af kommunikationsindsatsen
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, Kapitel 12, Prissætning Kapitel 13, Effektmåling Kapitel 15, Strategiplan <u>Supplerende litteratur:</u> Logorama <u>Indhold:</u> • Dagmarmodellen • Effektmålinger • Effektmålinger og kontrol – digitalt • Prætestmetoder • Posttestmetoder med fokus på markedskortet
Særlige fokus-punkter	Problembehandlingskompetencen: ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer” Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation”
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Individuel opgave vedr. Dagmar modellen

[Retur til forside](#)

Titel 10	Kreativ strategi
Indhold	<u>Kernelitteratur:</u> ”Markedskommunikation”, af Morten Haase et al, Systime i-bog 2023, kapitel 9-12 <u>Supplerende litteratur:</u> • Reklamer med verbaltekstlige eksempler (whiskas, VW etc) • Kampagne fra Burger King ”Women Belong in the Kitchen” • Reklamer med eksempler på subliminal perception fra Planters peanuts, Chambord, Las Vegas etc. • Bigfive personlighedstest • Elevernes selvstændige informationssøgning <u>Indhold:</u> • Kommunikationsplatformen • Budskabsindhold og virkemidler • Manipulative og informative reklamer • USP, ESP og ISP • Testimonials • Tematiske virkemidler • Kultur og reklamer • Komposition • Farveteori • Verbaltekstlige virkemidler • Psykologiske virkemidler med fokus på perceptionspsykologi, gestaltpsykologi, personlighedsteori, semiotik, neuromarketing og nudging
Særlige fokuspunkter	Problembehandlingskompetencen: ”Identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer” Modelleringskompetencen: ”Anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst” Kommunikationskompetencen: ”Fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag” Databehandlingskompetencen: ”Indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng” Ræsonnementskompetencen: ”Ræsonnere fagligt, herunder især at forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation” Tankegangskompetencen:

	"Afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet"
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Individuelle opgaver med analyse af virkemidler i en reklame og komposition og farvevalg i en anden Gruppeopgave: opbygning af en reklame til et selvvalgt medie og med skriftlig argumentation for valg Individuel/parvis opgave i verbaltekstlige virkemidler Gruppeopgave: planlægning og gennemførelse af aktiverende undervisning i de psykologiske virkemidler

[Retur til forside](#)