

Digital kommunikation – virksomhedens eksterne kommunikation

- Et danskfagligt forløb om virksomhedens eksterne kommunikation i samarbejde med www.Handlerummet.dk, Forlaget Columbus

Af Birgit Faber, Aarhus Business College

Introduktion

Dette forløb er bygget op omkring Handlerummet.dk, som er udviklet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i samarbejde med Forlaget Columbus, hvor eleverne skal sælge et produkt på deres egen handelsplatform. Forløbet giver eleverne mulighed for at arbejde praksisorienteret med en erhvervsrelevant case. For at sikre eleverne faglige udbytte af de informative videoer og tekster, der ligger i Handlerummet.dk, er dette forløb struktureret således, at elevens læse- og lyttetilegnelse er stilladseret, samtidig med at danskfaglige begreber og analyseredskaber indlæres og inddrages, hvor det er relevant. I forløbet indgår de videoer og tekster fra Handlerummet.dk, der er relevante for en EUD elev.

Forløbet arbejder primært med målene for virksomhedens eksterne kommunikation, kommunikationsmodel, AIDA model, appelformer, nyhedstrekant, sprog og målgrupper. Men forløbet tilgodeser også faglige mål for kommunikation, læsning, fortolkning og fremstilling. Se oversigt over bekendtgørelsens målpinde, der arbejdes med, sidst i dette dokument. Elevens portfolio er tænkt ind i forløbet, eleven bliver, hvor det er relevant, bedt om at gemme skriveøvelser i deres portfolio. I de sidste moduler opnår eleven viden om sociale medier, der er et godt grundlag for at arbejde videre med medieanalyse.

Forløbet er tænkt ind i begyndelsen af dansk C/D, hvor vi gerne vil introducere eleverne for et merkantilt dansk, der adskiller sig fra det, eleven kommer fra i folkeskolen. Forløbet afsluttes med en elefremlæggelse ud fra den forretningsplan, der kan udskrives i Handlerummet.dk. Fremlæggelsens indhold er de valg og ikke mindst de overvejelser og de faglige begreber, eleven er blevet undervist i igennem forløbet. Afslutningsvist er der indlagt et opsamlende modul til refleksion og evaluering. Forløbet er estimeret til 9 moduler á 60 min. eksklusivt fremlæggelser.

Forløbet trækker hovedsageligt på teorien fra bogen idansk.systeme.dk

Dette dokument består af:

1. Oversigt over det samlede undervisningsforløb
2. Beskrivelse af det enkelte undervisningsmodul med øvelser
3. Oversigtsskema med de læreplansmål, der arbejdes med i forløbet.

Oversigt over moduler i forløbet

modulernes overskrift svarer til overskrifterne i Handlerummet.dk

Modul	Emne	Øvelse	Handlerummet	Arbejdsform	Evaluering
1 Intro	Kommunikation. Kommunikationsmodel. Kommunikation på nettet.	Øvelse 1 - 6		Selvstændigt, pararbejde, gruppearbejde og klasseopsamling.	Klasseopsamling.
2 Produkt og målgruppe	Virksomhedens eksterne kommunikation. Præsentation af opgaven i Handlerummet.dk.	Øvelse 1 - 4	Introfilm til Handlerummet .dk. Introfilm til dansk "Det retoriske pentagram".	Individuelt arbejde. Pararbejde.	Klasseopsamling. Portfolio. Noter til fremlæggelse. Valg i Handlerummet.dk.
3 Fremhæv dit produkt	AIDA	Øvelse 1 - 6	"Visuelle virkemidler og salg på nettet" "Derfor virker rollemønstre" Tekst: "Udseendet betyder noget"	Individuelt arbejde. Pararbejde.	Noter til fremlæggelse. Valg i Handlerummet.dk.
4 Produktbeskrivelse	Appelformer. Sprog og målgruppe.	Øvelse 1 - 2		Individuelt arbejde. Pararbejde.	Portfolio.
5 Produktbeskrivelse	Nyhedstrekant.	Øvelse 1 - 4	"Retoriske og sproglige virkemidler online" Tekst "Less is more – også når du skriver."	Individuelt arbejde. Pararbejde.	Portfolio. Noter til fremlæggelse. Valg i Handlerummet.dk.
6 Din kunde er flokdyr – udnyt det. Sæt fart på salget	Sociale medier.	Øvelse 1 - 7	Tekst: " Digitale markeder er sociale " " Sådan bliver du styret af andre " "Din kunde er et flokdyr – udnyt det"	Individuelt arbejde. Pararbejde.	Noter til fremlæggelse. Valg i Handlerummet.dk.

			"Derfor impuls Køber vi" "Det gør skærmen ved salget" Tekst: "På det digitale marked går det stærkt"		
7 Opkræv din betaling. Følg din kundes fodspor Digitale markedsføringsstrategier	Sociale medier.	Øvelse 1 - 6	Tekst: "Bare på beløbet" "Forfulgt af et par bukser" "Digitale markedsføringsstrategier"	Individuelt arbejde. Pararbejde.	Noter til fremlæggelse. Valg i Handlerummet.dk
8 Forretningsplan	Fremlæggelse.	Øvelse 1	"Hent markedsføringsplan"	Individuelt.	Valg i Handlerummet.dk. Elevfremlæggelse.
9 Evaluering	Opsamling. Hvad lærte vi?	Øvelse 1	"Dine kunder betaler, men ikke med penge"	Klassediskussion. Gruppearbejde.	

Modul 1 - Intro

Introduktion til opgaven

Du skal efter dette forløb fremlægge din forretningsplan for salg af et produkt på de sociale medier. Du bliver guidet gennem alle faserne på Handlerummet.dk. Undervejs lærer du danskfaglige begreber, både via grundbogen til dansk og via de mange oplysende videoer, der ligger på handlerummet.dk. Du skal tage noter undervejs, for alle dine overvejelser og indlærte nye begreber skal du kunne bruge ved fremlæggelsen.



Fælles intro til kommunikation.



Øvelse 1 – Udfyld skemaet. Fælles opsamling.

	Indsæt et billede fra google.dk/billeder, der illustrerer begrebet	Dine eksempler med situationer, hvor begrebet forekommer.
Envejs-kommunikation		1. 2.
Tovejs-kommunikation		1. 2.
massekommunikation		1. 2.
Mundtlig kommunikation		1. 2.
Skriftlig kommunikation		1. 2.



Øvelse 2. Lyt til videoen om kommunikationsmodellen. Tager notater i skemaet og gem i din portfolio.

[Introduktion til kommunikationsmodellen](#)

Hvad siger videoen om:	Dine notater - forklar med egne ord.
Hvordan modellen skal læses	
Hvad skal modellen bruges til	
Afsender	
Meddelelsen	
Medie	
Modtager	



Øvelse 3. Parøvelse – brug kommunikationsmodellen.

Find to reklamer og udfyld skemaet for hver af reklamerne. Gem reklamer og noter i din portfolio.

Kommunikationsmodellen	Dine notater
Afsender	
Meddelelse	
Medie	
Modtager	



Øvelse 4. [Se video om, hvordan kommunikationen har ændret sig.](#)

Gruppearbejde 20 min. Alle tager notater i skemaet. Fælles opsamling på klassen efter gruppearbejdet

Videoen	Dine svar
1. Hvad siger videoen om måden, vi kommunikerer på i dag?	
1. Hvilke medier bruger I, når I kommunikerer med venner, familie og arbejde eller skolen? Opstil en liste med de medier I bruger. Den mest populære først.	
1. Hvilken betydning, mener I, det har, at vi ikke længere ser hinanden, når vi taler sammen?	
1. Find aktuelle eksempler på, at kommunikationen går skævt, fordi nogle ikke længere holder den gode tone.	



Øvelse 5. Skriv i 5 minutter om, hvad du har lært om kommunikation, og hvad du skal bruge din viden til. Gem din tekst i din portfolio.

Brug gerne disse vendinger:

- I dag har jeg lært....
- Jeg møder kommunikation...
- Der er stor forskel på...
- Når vi kommunikerer på nettet

Modul 2 – Produkt og målgruppe



Fælles introduktion af virksomhedens interne og eksterne kommunikation.



Øvelse 1 – udfyld de to skemaer. Gem skemaerne i din portfolio.

Virksomhedens eksterne kommunikation er alt det virksomheden sender ud til andre **udenfor virksomheden**

Indsæt en illustration her:	
Skriv så mange eksempler, du kan finde på:	

Virksomhedens interne kommunikation er alt det, der i virksomheden skrives og meddeles til andre ansatte i virksomheden	
Indsæt en illustration her:	
Skriv så mange eksempler, du kan finde på:	



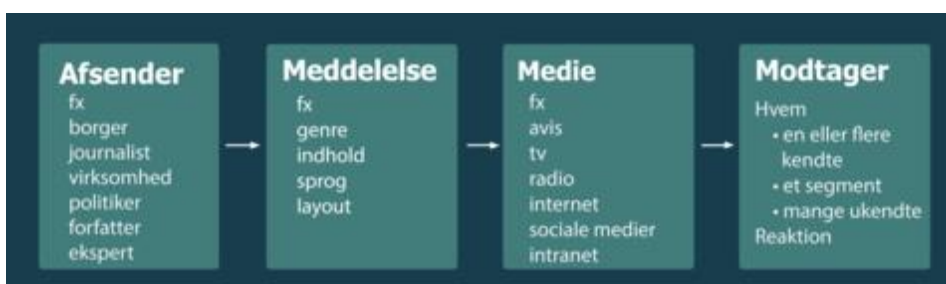
Øvelse 2. Gå ind på Handlerummet.dk og se / lyt til introduktionen og besvar spørgsmålene . Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

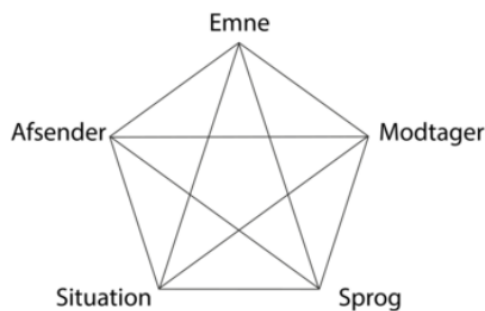
Hvad siger teksten?	Dine svar
Hvad kan du på platformen?	
Hvad er "handelsplatforme"	
Hvad finder du i venstre side af skærmen?	
Hvad finder du i højre side af skærmen?	
Hvad indeholder den markedsføringsplan, du downloader efter alle dine valg?	
Forklar med dine egne ord, hvordan Handlerummet.dk dækker begrebet "virksomhedens eksterne kommunikation"	



Øvelse 3. Pararbejde. Lyt vil videoen [Dansk læreren - det retoriske pentagram](#). (Du finder filmen i oversigten over film.) Fælles opsamling på klassen. Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

1. Forklar ligheder og forskelle mellem de to modeller. Den kommunikationsmodel vi arbejder med på klassen og et retoriske pentagram, som videoen taler ud fra.
2. Forklar, hvad kommunikationsmodellen skal bruges til i Handlerummet.dk






Det retoriske pentagram

Denne model, kaldet det retoriske pentagram, anskueliggør kommunikationssituationens fem delelementer, der tilsammen danner en stjernestund, når de anvendes rigtigt. **Afsenderen** har et **emne** (budskab), der skal formidles til **modtageren**. For at budskabet når frem til din modtager, skal du som afsender være bevidst om, hvem din modtager er, så du kan anvende det mest hensigtsmæssige **sprog**. Hvis din modtager er rektor, er det ikke særlig formålstjenligt at tale til ham eller hende, som var det et barn.


Du skal også tage højde for, hvilken **situation** (både fysisk og følelsesmæssig) du og din modtager befinder jer i. Hvis du for eksempel sidder i toget og taler i telefon, er det nok ikke her, du skal begynde at tale om alvorlige private problemer, da sådanne private samtaler ikke hører til i det offentlige rum. På samme måde er det heller ikke taktfuldt, hvis du over for din ven praler af dit 12-tal, når du nu ved, at han har fået 02. Her er den følelsesmæssige situation ikke afbalanceret.

Alle delene i pentagrammet hænger sammen, og kun ved at tage højde for dem alle opnås pentagrammets stjerne, som er en forudsætning for vellykket kommunikation. Ordet "kommunikation" kommer af det latinske ord "communicare", der direkte oversat betyder "at gøre noget fælles", og som det fremgår af pentagrammet, er det jo netop kernen i enhver kommunikationssituation.


Dansk på ny (iBog): Kommunikationssituationen <https://dpn.systeme.dk/index.php?id=173>

 Øvelse 4. Gå ind i Handlerummet.dk og "vælg dit produkt", du gerne vil sælge. Husk at tage stilling til spørgsmålene bag ikonet? Undersøg hvilken målgruppe, du bedst kan sælge dit produkt til. Klik på modellen. **Vælg din målgruppe.**

Modul 3 – Fremhæv dit produkt

 Øvelse 1. Lyt til videoen om AIDA-modellen <https://idansk.systeme.dk/?id=c2248> og forklar modellen med dine egne ord i skemaet. Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

Modellen	Din egen forklaring
A-ttention	
I-nterest	
D-sire	
A-ction	

 Øvelse 2. Lyt til videoen "visuelle virkemidler og salg på nettet". Svar på disse spørgsmål. Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvad er et visuelt virkemiddel?	
Hvad betyder farver for kundens opmærksomhed?	
Hvad skal en skrevet tekst bruges til?	

Hvordan kan man formidle værdier i et billede?	
Hvad er blikfang	



Øvelse 3. Par-arbejde. Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

1. Dansk læreren i videoen bruger ikke AIDA-modellen. Diskuter, om han siger det samme som AIDA modellen. Kan I sætte lighedstegn ved ordene fra videoen og AIDA modellen?
2. Eller mener I, han er uenig i AIDA modellen? Begrund.



Øvelse 4. Par-arbejde. Se videoen "Derfor virker rollemodeller". Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

1. Forklar hvad identifikation betyder.
2. Forklar, hvorfor rollemodeller er en god ide i markedsføringen.



Øvelse 5. Par-arbejde. Læs teksten "Udseendet betyder noget". Gem dine noter til brug ved fremlæggelsen.

1. Forklar, hvad der menes med førstehåndsindtryk?
2. Forklar, hvordan man kan styre forbrugers opmærksomhed på de digitale markeder?



Øvelse 6. Vælg, hvordan du vil "**fremhæve dit produkt for din målgruppe**" i Handlerummet.dk. Husk at tage stilling til spørgsmålene bag ikonet ?

Modul 4 - Produktbeskrivelse



Introducer appelformer <https://idansk.systeme.dk/?id=c1668>



Øvelse 1. Par-opgave. Lav en powerpoint, der kan vises på klassen. Gem også pp'en i din portfolio.

1. Find et eksempel på hver appelform i reklamer eller andet materiale.
2. Indsæt billeder i en powerpoint og forklar appelformen.



Introducer sproglig stil og henvendelsesformer (Dansk i brug, Damkjær & Mulvad, DLF 2007)

Stil	Virkning
Høj stil / formel stil	Man taler om høj stil, hvis en tekst er skrevet med højtidelige og gammeldags ord og vendinger. En afsender kan bruge høj stil til at signalere højtidelighed og alvor
Lav stil / uformel stil	Man taler om høj stil, hvis en tekst er skrevet med slang og bandeord og i talesprog. En afsender kan bruge lav stil til at signalere at man kender modtageren, at man er del af samme gruppe

Neutral stil	Er et sprog, hvor man ikke kan aflæse afsenderens holdning. Det er typisk avissprog. Man bruger saglige ord, de er objektive
--------------	--

Tiltaleform	virkning
Du / dig	personlig, som om teksten er skrevet netop til dig
De / Deres	højtidelig og formel, signalerer høj stil
Man	Ikke så personlig. Man kan være alle, og måske ikke lige mig
Vi	Henvendelsen gælder alle, også afsenderen selv



Øvelse 2. Individuel opgave.

Skriv en salgstale i 3 versioner for din mobiltelefon, som du gerne vil sælge. Skriv i høj, lav og neutral stil.

Modul 5 - Produktbeskrivelse



Introducer nyhedstrekanten <https://idansk.systeme.dk/index.php?id=424&L=0#c1089>



Øvelse 1. Paropgave. Find en nyhedsartikel fra dagens avis, tag et billede af artikel og sæt ind i dit dokument. Vis med pile, hvordan nyhedstrekanten er brugt. Gem din tekst i din portfolio




Øvelse 2. Se filmen ” [Retoriske og sproglige virkemidler online](#) ” og skriv noter i skemaet. Gem dine noter til fremlæggelsen.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvad er formålet med reklametekster på nettet?	1. 2.
Hvordan kan appelformer logos bruges?	
Hvordan kan appelformer patos bruges?	
Hvordan kan appelformer etos bruges?	
Hvad skal du overveje, når du skriver til en målgruppe?	



Øvelse 3. Læs teksten i Handlerummet.dk ” [Less is more - også når du skriver](#) ” og skriv noter i skemaet. Gem dine noter til fremlæggelsen.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvorfor er det vigtigt at skrive kort?	
Hvilke fordele er der ved digital kommunikation frem for traditionel kommunikation fx gennem aviser og blade?	

 Øvelse 4. Skriv din **”fængende produktbeskrivelse”** i Handlerummet.dk. Husk det du har lært om kommunikation, sprog, stil, henvendelse, nyhedstrekanten og appelformer. Gem også din tekst i din portfolio.


Modul 6 – ”Din kunde er et flokdyr – udnyt det” og ”Sæt fart på salget”


 Øvelse 1. Individuel opgave. Læs teksten [”Digitale markeder er sociale”](#) og besvar spørgsmålene. Gem dine noter til fremlæggelsen.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvad er social information?	
Giv eksempler på forskellige former for social information	
Hvad er en influencer?	
Hvad betyder anmeldelser og ratings	


 Øvelse 2. Pararbejde. Se videoen [”Sådan bliver du styret af andre”](#) og diskuter spørgsmålene. Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

1. Diskuter fordele og ulemper ved social information
2. Hvordan bruger I social information på nettet, når I køber?

 Øvelse 3. Vælg i Handlerummet.dk ”Din kunde er et flokdyr – udnyt det” hvilken form for social information, du vil benytte.

 Øvelse 4. Pararbejde. Se videoen ”Derfor impulsfører vi” og diskuter spørgsmålene. Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvordan har man tidligere tænkt, at forbrugeren traf valg om køb?	
Hvad viser psykologisk forskning og adfærdsteori om forbrugers valg?	
Beskriv de 2 måder forbrugeren træffer valg på?	1. 2.
Diskuter med din makker, hvilken betydning dette har for jer, når I skal sælge på nettet	

 Øvelse 5. Pararbejde. Se videoen ”Det gør skærmen ved salget” og diskuter spørgsmålene. Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

Nævn de 4 forskelle, der er mellem netkøb og køb i en butik?

- 1.
- 2.

3.

4.

Diskuter med din makker, hvilken betydning dette har for jer, når I skal sælge på nettet.



Øvelse 6. Pararbejde. Læs teksten "På det digitale marked går det stærkt". Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

Diskuter, hvilke gode råd I får, når I skal sælge jeres produkt online.



Øvelse 7. Gå ind i Handlerummet.dk og vælg, "hvordan du vil sætte fart på dit salg". Husk at tage stilling til spørgsmålene bag ikonet ?

Modul 7 – "Opkræv din betaling" og "Markedsføring"



Øvelse 1. Læs teksten "Bare på beløbet". Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

Hvad siger teksten?	Dine noter
Hvad er afbetalingsordninger?	
Hvad er abonnementsordninger?	
Forklar hvordan en kunde kan betale med andet end penge?	1. 2. 3.



Øvelse 2. Gå ind i Handlerummet.dk og vælg, "hvordan du vil opkræve din betaling". Husk at tage stilling til spørgsmålene bag ikonet ?



Øvelse 3. Pararbejde. Se videoen "Forfulgt af et par bukser" og diskuter spørgsmålene. Tag notater og gem dine noter til fremlæggelse.

Hvad siger teksten?	Dine notater
Forklar, hvad cookies er	
Hvordan fungerer det, hvis en virksomhed vil bruge cookies?	
Bliver vi aflyttet gennem vores mobiler og andre devices?	
Hvorfor dukker annoncer op på din facebookprofil uden at du har søgt på produktet?	



Øvelse 4. Gå ind i Handlerummet.dk og vælg, "hvordan du vil gå i dine kunders fodspor". Husk at tage stilling til spørgsmålene bag ikonet ?



Øvelse 5. Se videoen "Digitale markedsføringsstrategier" og brug videoens oplysninger sammen med informationen bag ikonet ? i venstre side af skærmen. Tag notater til de 8 markedsførings-muligheder. Gem dine noter til fremlæggelse.

Markedsførings-muligheder	Dine noter
Trykte annoncer	
Annoncer på sociale medier	
Retargeting på sociale medier	
Mikro-influencer	
Mega-influencer	
Sammenligningsplatforme	
Google Ad Words	
Word of mouth-marketing	



Øvelse 6. Gå ind i Handlerummet.dk og vælg, "hvordan du vil reklamere".

Modul 8 – Fremlæggelse



Gå ind i Handlerummet.dk og print din forretningsplan ud.



Forbered dig til din fremlæggelse. Læs dine notater igennem og udbyg din forretningsplan med alle dine overvejelser.

Modul 9 – Evaluering



Hvad har vi lært?



Se videoen "Dine kunder betaler, men ikke med penge" Klassediskussion af videoens budskab.



Gruppearbejde. Lav en Kahoot! til resten af klassen. Indholdet skal være de nye fagbegreber, I har lært. Udvalgte Kahoots vises på klassen.

Læreplansmål dansk C EUD	
Faglige mål	Kommunikation:

	<p>1. Eleven kan kommunikere reflekteret og nuanceret i komplekse almene og erhvervsfaglige situationer med brug af relevante tale-, lytte- og samtalestrategier i forhold til formål og situation</p> <p>4. Eleven kan vælge og anvende it og multimodale medier hensigtsmæssigt, reflekteret og kritisk til kommunikation, informationssøgning og formidling</p> <p>5. Eleven kan skelne mellem, reflektere over, vurdere og indgå i kritisk dialog om virksomheders interne og eksterne kommunikation</p> <p>Læsning:</p> <p>1. Eleven kan læse, forstå og diskutere teksters betydning i almene og erhvervsfaglige sammenhænge og anvende relevante læsestrategier i forhold til læseformål, teksttype og kontekst</p> <p>3. Eleven kan ud fra læseformål, kontekst og kendskab til teksttyper forberede og gennemføre læsning af relevans for erhverv, uddannelse og samfund og efterfølgende indgå i kritisk dialog om denne læsning</p> <p>Fortolkning:</p> <p>2. Eleven kan vælge og analysere diverse tekster, som er relateret til erhverv, uddannelse, samfund og dagligdag og anvende relevante analysemodeller</p> <p>3. Eleven kan tolke og/eller uddrage relevant betydning af tekster, relateret til erhverv, historie, uddannelse, samfund og dagligdag, på grundlag af analyse og diskutere og vurdere tolkningen.</p> <p>Fremstilling:</p> <p>1. Eleven kan anvende relevante skrivestrategier og udtrykke sig forståeligt, varieret og nuanceret i skrift, tale, lyd og billede i en form, der passer til genre og situation</p> <p>2. Eleven kan planlægge, forberede og fremstille formelt korrekte, varierede og nuancerede skriftlige og mundtlige tekster ved brug af teksttyper, der er relevante i forhold til emner og kontekster inden for erhverv, uddannelse, samfund og dagligdag</p> <p>3. Eleven kan sammenligne og gå i kritisk dialog med folk fra uddannelse og erhverv om egne og andres skriftlige produkter, herunder om skriveformål, målgruppe, genre og sproglig stil og grammatisk forståelse</p> <p>4. Eleven kan vælge, anvende og begrunde hensigtsmæssige repræsentationsformer med relevans for erhverv, uddannelse og samfund</p>
Kernestof	<p>Danskfagets kernestof er de væsentlige begreber, modeller og metoder, der indgår i kommunikation, læsning, fortolkning og fremstilling.</p> <p>Der inddrages tekster, med et bredt fokus på erhvervsvalg og elevens dagligdag. Der arbejdes med det udvidede tekstbegreb. Forskellige teksttyper skal være repræsenteret.</p> <p>-Kommunikationsanalyse, -multimodal kommunikation og repræsentationsformer, -forskellige medier samt erhvervskommunikative og massekommunikative teksttyper, erhvervskommunikative tekster kan omfatte virksomheders eksterne og interne</p>