

```html

# Provkonstruktion

**Årskurs:** Gymnasiet

**Kurs:** Textkommunikation

**Tema:** Marknadsföring och innehållsstrategi

## Syfte

Syftet med detta prov är att bedöma elevernas kunskaper och förståelse av marknadsföring och innehållsstrategier samt deras förmåga att analysera och utvärdera kommunikativa insatser.

## Koppling till styrdokument

### Centralt innehåll

Utformning av marknadsföringsstrategier och kommunikationsplaner, samt analys av innehåll och dess effekt på målgruppen. [Gy 11, Kursplan för Textkommunikation]

### Betygskriterier

Eleven kan planera och genomföra enkla marknadsföringskampanjer samt analysera och utvärdera effekten av kommunikationsstrategier. [Gy, Textkommunikation – Betyg E]

## Prov

### Faktafrågor

1. Vad är ett syfte med en marknadsföringsstrategi?

- A. Att öka försäljningen
- B. Att skapa good will
- C. Att svepa över målgruppen
- D. Att nå en specifik målgrupp**

2. Vilken av följande är en vanlig kanal för digital marknadsföring?

- A. Tidningar
- B. Sociala medier**
- C. TV-reklam
- D. Radio

3. Vad betyder termen "målgrupp"?

- A. En global publik
- B. Den specifika publik en kampanj riktar sig till**

- C. Deltagarna på en marknadsföringskonferens
- D. En rapport om marknadsföring

4. Vilken typ av innehåll är vanligt i en innehållsstrategi?

- A. Reklamfilmer
- B. Blogginlägg**
- C. Traditionella annonser
- D. Nyhetsbrev

5. Vad innefattar en kommunikativ plan?

- A. Kostnadsberäkning
- B. Mål för kampanjer
- C. Strategi för budskapsförmedling**
- D. Publicering av annonser

6. Hur kan man mäta effekten av en marknadsföringskampanj?

- A. Genom analys av försäljningsdata**
- B. Genom att fråga vänner
- C. Genom att öka annonseringen
- D. Genom att dela ut flyers

7. Vad är ett exempel på en KPI (Key Performance Indicator) inom marknadsföring?

- A. Dagar till lansering
- B. Försäljningsökning**
- C. Antal anställda
- D. Kvaliteten på produkt

8. Vilken typ av analys används för att förstå konkurrensen?

- A. Styrkebaserad analys
- B. SWOT-analys**
- C. PEST-analys
- D. Innehållsanalys

9. Vad är syftet med A/B-testning?

- A. Förbättra produkten
- B. Optimera marknadsföringen**
- C. Öka kostnaderna
- D. Minska tid för kampanj

10. Vilken av följande termer beskriver en långsiktig plan för varumärkesuppbyggnad?

- A. Kampanj
- B. Analys
- C. Strategi**
- D. Taktik

11. Vilken generation är mest aktiv på sociala medier?

- A. Generation Z**
- B. Baby Boomers

- C. Millennials
- D. Generation X

12. Vad är en "call-to-action" (CTA)?

- A. En typ av reklam
- B. En uppmaning till handling**
- C. En analytisk metod
- D. En marknadsföringsstrategi

13. Vad är syftet med en pressrelease?

- A. Att informera om nyheter och händelser**
- B. Att öka försäljningen
- C. Att skapa reklam
- D. Att förbereda för en kampanj

14. Vad innebär "content marketing"?

- A. Annonsering i tidningar
- B. Att skapa och dela värdefullt innehåll**
- C. Att klistra upp affischer
- D. Att skicka e-post

15. Hur kan man effektivt segmentera sin målgrupp?

- A. Genom medicinsk information
- B. Genom geografisk plats
- C. Genom demografiska data**
- D. Genom att samla alla kunder på ett ställe

## Resonerande frågor

1. Resonera kring vikten av att förstå sin målgrupp när man planerar en marknadsföringskampanj. (Syftet är att förstå behov av att anpassa kommunikationen.)
2. Diskutera hur sociala medier har förändrat marknadsföringsstrategier. (Denna fråga kräver insikter om förändrade medielandskap.)
3. Hur kan en företags värderingar påverka dess kommunikationsstrategi? (Syftet är att reflektera över betydelsen av autenticitet.)
4. Vilka faktorer kan påverka effekten av en marknadsföringskampanj? (Denna fråga syftar till att analysera olika aspekter av kampanjutformning.)
5. Ge exempel på hur man kan mäta framgången för en innehållsstrategi. (Syftet är att hjälpa eleverna att tänka praktiskt och analytiskt.)
6. Diskutera den roll som kreativitet spelar i marknadsföring. (Syftet är att få eleverna att tänka på betydelse av innovativt tänkande.)
7. Resonera kring hur kundfeedback kan integreras i marknadsföringsstrategier. (Frågan syftar till att främja insikter om interaktivitet.)
8. Hur kan digitalisering påverka framtiden för marknadsföring? (Denna fråga hjälper elever att reflektera över trender och innovation.)

## Bedömning

Provet bedöms med totalt 30 poäng. Faktafrågorna ger 1 poäng vardera och de resonerande frågorna ger 3 poäng vardera. För betyget E krävs totalt 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (minst 5 poäng från resonerande frågor).

...