



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2016/2017

ELE 3764 Reklame og testing

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Morten Erichsen, Morten William Knudsen

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Det har blitt stadig mer kritisk viktig å utforme reklame som skiller seg ut og er effektiv. For det første må reklame skape engasjement hos mottaker og dette klarer man ved å lage reklamer som er annerledes og uventet, men samtidig har relevans for målgruppen. Dette oppnår man gjennom såkalte kreative budskap. Kurset vektlegger derfor innsikt i kreativitet, kreative prosesser og kreativ reklameutforming. For det annet må all reklame testes for å sikre effektivitet. Det gjøres for det første ved å preteste kampanjen før den gjennomføres. Kurset gjennomgår derfor ulike metoder for pretesting. Deretter er det selvsagt kritisk viktig å finne ut av om kampanjen faktisk har fungert, slik at det også vil bli gitt en grundig innføring i ulike metoder for posttesting.

For å kunne gjennomføre testing trenger man en grundig forståelse for metoder og metodikk, samt for kvalitativ og kvantitativ analyse, slik at kurset vektlegger metodisk rigorøsitet.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Etter endt kurs skal studentene ha:

- Opparbeidet innsikt i mottakers bakgrunn
- Tilegnet seg grunnleggende kunnskap om kreativitet, kreative prosesser og kreativ reklameutforming
- Etablert kunnskap om fremgangsmåten for å skape gode ideer med utgangspunkt i kundens briefing
- Kunnskap om hvilke forutsetninger som må være oppfylt for at en reklamekampanje skal være effektiv, effektivitet forstått som oppnåelse av kommunikasjonsmål
- Kunnskap om de viktigste metoder for pre- og posttesting av kampanjer

Ferdighetsmål

Studenten skal etter endt kurs være i stand til å:

- Utforme kreative reklamekampanjer
- Tilpasning av ideer til ulike kanaler
- Være i stand til å bedømme hvilke kreative løsninger som er effektiv
- Preteste en kampanje
- Postteste en kampanje

Holdningsmål

Studenten skal være i stand til å utvikle evnen til å reflektere over nødvendigheten av kreativitet og effektivitet samt å vite hvordan lovverket regulerer hva og hvordan man kan presentere et budskap. Studenten skal også være i stand til kritisk refleksjon over ulike metoders styrker og svakheter.

Forkunnskaper

Det forutsettes at studentene har gjennomført MRK 3414 Markedsføringsledelse og et grunnkurs i statistikk – enten MET 2920 Statistikk for økonomer eller MET 3431 Statistikk eller har tilsvarende kunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Drewniany, Bonnie L., A. Jerome Jewler. 2014. Creative strategy in advertising. 11th ed., International ed. Wadsworth Cengage Learning

Kaufmann, Geir. 2006. Hva er kreativitet?. Universitetsforlaget

Artikkelsamling:

Erichsen, Morten og Knudsen, Morten William. 2014. Artikkelsamling i kreativ reklameutforming og research. Publiseres på Itslearning. Measuring AD Message Effectiveness. Shimp & Andrews Kapittel 17. Measuring the Effectiveness of the Promotional Program. Belch & Belch Kapittel 19. Diverse artikler på eksperimenter og testing

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Reklamens relevans og kreativitet
- Hva skal vi si? Selgende budskap
- Hvordan skal vi si det? Reklameutforming
- Innsikt som grunnlag for kreativitet
- Hvordan skape "den store idéen?"
- Kreative prosesser og kreativ tenking
- Metoder for pretesting av kampanjer
- Metoder for posttesting av kampanjer
- Reklamens effektivitet

Dataverktøy

SAS JMP og Qualtrics

Læreprosess og tidsbruk

Læringsmålene vil bli nådd gjennom en kombinasjon av forelesninger, oppgaveløsning og selvstudium. En viktig del av læringen er arbeidet med en oppgave der studentene i grupper på inntil 3 personer skal arbeide med å lage og kvalitativt teste (fokusgrupper) en reklame for en selvvalgt oppdragsgiver.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesninger	30
Forberedelser til forelesninger	40
Oppgaveløsning og gruppearbeid	30
Praktisk oppgave	50
Eksamen	50
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

30 timer - Gjennomføring av forelesninger/veiledning i plenum

15 timer - Individuell oppfølging/veiledning av grupper

Eksamen

Kurset avsluttes med en fagoppgave over 2 uker. Oppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode(r)

ELE 37641 - Fagoppgave, teller 100 % av karakteren i ELE 3764 Reklame og testing, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt

Kontinuasjon

For valgekurs tilbys normalt kontinuasjonseksamen ved neste gjennomføring av kurset. Dersom et valgekurs utgår eller ikke blir satt i gang i det semesteret det tilbys, vil det bli tilbudt kontinuasjonseksamen i kursets normale semester.

Tilleggsinformasjon