

Øvelse 10: Argumentér, og undgå udokumenterede påstande - elev

a) Gruppeopgave /15 min. Læs elevcitater 15-17 i grupper på tre-fire, og diskuter dem ud fra følgende tre spørgsmål:

- Hvilke holdninger, argumenter og/eller påstande udtrykkes i citaterne, og hvordan begrundes de?
- Hvilke referencer anvendes der for eksempel for at underbygge argumenterne/påstandene?
- Hvordan kan man ændre citaterne, så de bliver mere velargumenterede?

b) Fælles gennemgang /15 min. Fælles gennemgang af nogle af jeres svar og forslag.

Elevcitater 15:

Medievalg

Vi har valgt ikke at bruge nogle medier på nettet, dette har vi gjort da vi mente at vi ville have en større indflydelse ved at lægge dem (brochurerne*) ud i butikkerne, samt tage dem med på messer eller åbent hus. Dette er også den bedste form for medie da det er mere overskueligt og forståeligt for dem som ikke er så skarpe på en computer. Vi mente også at hvis kunderne kunne tage den med hjem som en psykisk genstand, så ville der være en større chance for at de ville købe ved (firmaet) end at gå online og købe den billigste af samme model. (*min tilføjelse)

Elevcitater 16:

Del 1 – Indledning

Trin 1 – Informationspakken

Dette er en informationskampagne, da formålet er at informere målgruppen om stress og de forskellige copingstrategier. Hverdagen for de fleste mennesker er blevet mere stresset og det har især ramt de unge mennesker. Undersøgelser har vist at stressniveauet blandt unge er steget markant. Hvert fjerde unge fra 16 - 24 år oplever et højt stressniveau. Hvis man derudover kigger isoleret på de unge piger er tallet helt op på 33%. Derfor har sundhedsstyrelsen lavet en kampagne der skal tage hånd om de stressramte unge.

Elevcitat 17:

Valg af medie

Det primære medie i denne kampagne gør brug af er de sociale medier. Da målgruppen er unge, vil man bedre kunne påvirke dem hvis man bruger de samme medier som målgruppen. Derudover kan vi se at de fleste er på de sociale medier.

Online adfærd	Index	H2	DK
Foretager e-handel	113	73,4	65,1
Utryk ved online betaling	61	18,1	29,5
Internettet giver mange fordele	109	91,8	83,9
Har profil på Facebook	136	94,6	69,5
Har profil på LinkedIn	160	45,3	28,3
Har profil på Twitter	162	26,9	16,6
Benytter e-mail	114	96,2	84,4

Figur 1 Målgruppens online adfærd fra segment H2

Derfor vil det være bedst at føre kampagne over de sociale medier, dermed vil man kunne nå ud til flere mennesker. Man kunne lave opslag på Facebook med produktet. Dermed kan man ud fra denne figur antage at en del bruger en gang imellem meget tid på YouTube. Derfor vil det give god mening at sætte kortfilmen op som en reklame på YouTube.