



## Studietursopgave H2B - 2022

I skal i grupper udfærdige markedsføringsmateriale for byen Lissabon som turistdestination for danskere. I repræsenterer et rejseselskab efter "eget valg"

**Denne studietursopgave skal træne følgende kompetencer fra studieområdet: (læg mærke til at det er meget brugbart også som optakt til EC)**

- Samarbejdskompetence herunder arbejde i grupper.
- Handle- og implementeringskompetence herunder informationssøgning, feltarbejde, kulturundersøgelse og bearbejdning af data.
- Formidlingskompetence herunder præsentation af AR-produkt og refleksionerne bag.
- Kreativitetskompetence herunder arbejde med en innovativ problemstilling

### **Produkter:**

- Markedsføringsmaterialer (pjece/brochure, reklamevideo, radiospot, jingle, reklame i avis eller andet) (det skal laves - ikke bare beskrives) Det er et krav at der er en augmented reality løsning med i et af jeres materialer. Et godt gennemarbejdet AR-element.
- Notat
- Screencast hvor I præsenterer jeres markedsføringsmaterialer og argumenterer for jeres faglige valg.

### **Krav til opgaven:**

#### **I skal i notatet:**

- beskrive jeres målgruppe med faglige termer. Måske overveje at målgruppen ikke "bare" skal være unge mennesker, men det kan den selvfølgelig godt.

- (fagligt) kunne forklare hvad der ligger bag jeres valg af indhold i jeres markedsføringsmateriale(r)
- fagligt argumentere for valg af markedsføringsmateriale (hvorfor pjece/brochure, reklamevideo osv.)
- forholde jer til omkostningerne til jeres materiale (ikke nogen beregninger, men det skal jo være økonomiske realistiske markedsføringsovervejelser I gør jer)
- forklare valg af layout af materialet (farver, stemning mm)
- forklare hvad andre konkurrenter gør, og hvordan I har taget det med i betragtning

## Bedømmelseskriterier:

- Notatet: De faglige overvejelser I bruger I jeres argumentation af valg (målgruppe, markedsføringsmaterialer, indhold, layout mm)
- AR-produktets bruger- og navigationsvenlighed
- AR-produktets visuelle og æstetiske gennemslagskraft
- AR-produktets informationsmæssig gennemslagskraft
- Screencast: Formidlingskompetencerne - hvordan får I formidlet jeres idé og jeres resultater. Læser I "bare" op, eller er der lidt "svung" over præsentationen.

## Deadline:

Notat, markedsføringsprodukter og screencast bedes uploadet senest d. 15/3 kl. 23:55

## Grupper:

FORNAVN	Gruppe
Anders	1
Magnus Thorsing	1
Benjamin	1
Mathias Kjerulf	1
Anton	2
Oskar Emil Hoffmann	2
Lasse Fuglsang	2
William Max	2
Camilla	3

Clara Møller	3
Emilie	3
Isabella Lindahl Schou	3
Emma Møller	4
Laura Elnegaard	4
Marie Sølund	4
Melissa	4
Sille	4
Frederikke Braaby	5
Lise	5
Mathilde Marie	5
Signe Roløkke	5
Nanna Sophia	5