

# Undervisningsupplägg "Personas"

## Nina Hultqvist

### Inledning:

1. Skola: Hvitfeldtska gymnasiet
2. Skolform: Gymnasiet
3. Kontaktperson och mail: Nina Hultqvist, nina.hultqvist@educ.goteborg.se

### Beskrivning av upplägget:

4. Rubrik på upplägget: "Personas" i digital handel.
5. Syftet och mål med upplägget:

**Uppnå med upplägget:** Vill att eleverna utvecklar sitt sätt från enbart målgrupp till "personas" och tar in informationssökande och hur man tar beslut i köprocessen.

### Koppling till styrdokument och kunskapsmål:

Alla elever ska få utveckla sin förmåga att ta initiativ och ansvar och att arbeta både självständigt och tillsammans med andra. Skolan ska bidra till att alla elever utvecklar kunskaper och förhållningssätt som främjar *entreprenörskap, företagande och innovationstänkande* vilka ökar elevernas möjligheter till framtida sysselsättning, genom företagande eller anställning. I ett allt mer digitaliserat samhälle ska skolan också bidra till att utveckla elevernas *digitala kompetens*. Skolan ska bidra till att eleverna utvecklar förståelse av hur digitaliseringen påverkar individen och samhällets utveckling. Alla elever ska ges möjlighet att utveckla sin förmåga att använda digital teknik. (Läroplanen).

Förmåga att leda processer samt att omvandla idéer och teoretiska kunskaper till praktiska och målinriktade aktiviteter. Förmåga att utvärdera arbetsprocesser och resultat. (Ämnets syfte, Företagsekonomi, vad eleverna ska utveckla).

6. Jag tänker mig ett upplägg på tre veckor med två tillfällen i vecka a 1,5 tim.
7. Genomförande:
  - A. Startar med en genomgång vad som menas med personas och vad som är skillnaden mot målgrupp. Tar upp shoppingbeteende, vilka digitala kanaler man söker upp produkter inför köpbeslut, shoppingbeteende och hur man handlar.

- B. Arbeta i grupper om två-tre personer som undersöker en viss butik och utformar en enkät och ställer frågor till olika företag om kundernas köpbeteende, digitala kanaler de använder i köpprocessen, demografi och shoppingbeteende. Viktigt med olika typer av företag/butiker. Sedan redovisas detta muntligt och vi försöker se om det finns skillnader mellan olika "personas" för olika företag.
8. Övriga tips: Viktigt att ställa rätt frågor.