

FORLØBSBESKRIVELSE

Titel på forløb: Schackenberg – FN Verdensmål 11	
Uddannelsessted: DBG Tønder	Undervisningstimer i klokketimer: 30
Uddannelse: EUX	Verdensmål: nr. 11 – bæredygtige byer og lokalsamfund
Fag: Afsætning, Tysk og Mediefag	Forløbsnummer: Toha_EUX_Afs&Ty&Med_B&C_035
Niveau: B og C	Underviser: Anette Okholm, Mikkel Carlsen og Kirsti Jakobsen

INDHOLDSBESKRIVELSE

Schackenberg Slot overgik i 2014 fra at være prinsebolig, til at blive til Schackenberg Fonden. Fonden blev stiftet 30. juni 2014 af Prins Joachim, Bitten og Mads Clausens Fond, Ecco Holding og Ole Kirks Fond og har Prins Joachim og Prinsesse Marie som protektorer. De ønskede at promovere sig gennem 4 reklamefilm, som skal distribueres via de sociale medier. Det var elevernes opgave at producere de 4 reklamefilm, som Schackenberg Fonden kan bruge, til at nå ud til de relevante danske og tyske kunder.

INDHOLD

I elevernes arbejde skulle de inddrage relevant faglig viden fra de involverede fag. Udover selve reklamefilmen skulle de lave en rapport på ca. 4-6 normalsider. Rapporten, samt tankerne bag deres reklamefilm, blev fremlagt for kunden, Trine Jepsen Adm. direktør, CEO, i MindFactory By Ecco ved projektets afslutning.

Elever fik samtidig et oplæg om Verdensmål nr. 11, og hvordan projektet passede ind i det arbejde.

Krav til reklamefilmen:

- Ingen dialog, der skal være underlægningsmusik og speak og undertekster.
- Underlægningsmusikken skal I have rettigheder til.
- Logo skal indgå igennem hele reklamefilmen.
- Filmen skal afsluttes med call-to-action information
- Filmen skal redigeres på skolen i Final Cut

Krav til rapport:

- Redegør kort for virksomheden "Schackenberg Slot"
- Redegør for tyskernes rejseadfærd i forhold til Danmark.
- Foretag en målgruppeanalyse i forhold til det tyske marked – her skal du inddrage relevante modeller
- Fremstil på baggrund af din analyse en reklamefilm for Schackenberg Slot som er målrettet den tyske marked.
- Foretag en analyse af jeres reklamefilm ud fra den udvidede kommunikationsmodel.
- Til sidst vurder og diskuter, hvordan Schackenberg kan bruge de 4 reklamefilm. Hvilke platforme, vil I anbefale at udsende dem på, og hvorfor.

Litteratur:

- <https://www.verdensmaalene.dk/maal/11>
- <https://schackenberg.dk/>
- <https://kommita.systime.dk/?id=205>
- <https://kommita.systime.dk/?id=144>
- [http://htx-elev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den udvidede kommunikationsmodel](http://htx-elev.ucholstebro.dk/wiki/index.php?title=Den_udvidede_kommunikationsmodel)
- <https://levendebilleder.systime.dk/?id=136>

FAGLIGE MÅL

Mediefag C:

- anvende viden om filmiske og dramaturgiske virkemidler i forbindelse med analyse af film, tv og nyere medier
- behandle problemstillinger i samspil med andre fag
- demonstrere viden om fagets identitet og metoder.
- betjene optage- og redigeringsudstyr
- i grupper, planlægge, gennemføre og distribuere en medieproduktion
- anvende viden om filmiske og dramaturgiske virkemidler

- arbejde med mediefaglige værktøjer i præproduktionsfasen
- tilpasse udtryksform til indhold, genre, kommunikationssituation og distributionskanal
- forholde sig analytisk til produktionsprocessen og egen produktion.

Tysk:

- Forstå talt sprog
- Forstå skrevne tekster
- Udtrykke sig skriftligt i sprog tilpasset emner i specifikke kontekster
- Opsøge og anvende fagets hjælpemidler
- Anvende præcist ordforråd inden for emner
- Udtale fremmedsproget inden for emner og i kontekster
- Genkende/redegøre for /forklare og sammenligne forskelle mellem egen og andres kultur
- Anvende grammatiske regler med betydning for hensigtsmæssig og effektiv kommunikation i både skrift og tal

Afsætning:

- Redegøre for en virksomheds koncept og idé
- Anvende metoder til at segmentere markeder og vælge operationel målgruppe
- Anvende metoder til at beskrive købsadfærd og trends i forhold til et konkret produkt eller virksomhed

ANDET

Elevernes arbejde blev dokumenteret også af TVSyd som lavede følgende indslag:
<https://www.tvsyd.dk/schackenberg/schackenberg-58-netvaerk-og-spoegelser>