

419

## Kend din målgruppe - målrettet vinkling

Troværdighed, logisk formidling og fokus på målgruppens udbytte er tre grundsten i al interessant og virkningsfuld kommunikation. Det gælder mundtligt, skriftligt og medierettet kommunikation. Kurset i målgruppeteori handler om 'målgruppens udbytte', og om hvordan man kan fange en målgruppes interesse ved at kende målgruppens værdier, alder, livsfase, køn og adfærd. Kurset handler med andre ord om, hvordan et emne vinkles i forhold til en målgruppe, og om hvordan flere medieindgange og udbyttelag/mediedrivere med fordel kan benyttes - ikke mindst hvis stoffet er svært tilgængeligt, eller målgruppen er bred.

### Fagets hovedelementer

- Kommunikations- og medieteorier, herunder tilrettelæggelse af kommunikation
- Medieindgange og mediedrivere
- Målgruppesegmentering og adfærdsviden
- Cases inden for tv-programmer, artikler og reklamer
- Målgruppeanalyse som lærings- og udviklingsværktøj

### Eksamensform

Mundtlig eksamen med udgangspunkt i små analyse- og tilrettelæggeropgaver.

### Underviser

Ulla Albeck Johansen. Har arbejdet som analytiker og udvikler for DR TV, Danske Dagblade, Søndagsavisen, Sonofon/TDC og reklamebureauer. Kendskab til TV, print, Internet, mobile medier og markedsføring. Godkendt som lektor af RUC.

### Adgangskrav

Ingen

### Merit

Bestået eksamen på fag med tilsvarende indhold og niveau kan give merit på baggrund af individuel ansøgning.

### Litteratur og pensum

Oplyses senere

### Undervisningsdage

København

11. februar, 18. marts og 22. april

Århus

9. februar, 16. marts og 20. april 2010

### Eksamensdato

København 20. maj 2010

Århus 18. maj 2010

### Omfang

6 ECTS point – 165 timer

21 timer på undervisningsstedet (3 dage á 7 lektioner)

144 timer til forberedelse, opgaveløsning og eksamen