12pt. Brødtekst

14pt. Overskrifter

16pt. Opgave afsnit

1.5 linjeafstand

Afstand mellem afsnit

Sidetal starter første side efter indholdsfortegnelse, slutter med konklusion/perspektivering

Max 15-20 ord pr. sætning

**Figur 1.** Figurtitel. Kilde: Forfatter (hvis selvlavet = ”Egen tilvirkning”) {henvis til figur nr. i tekst}

Fortæl nyt til præsentation som ikke var i rapporten. Sæt modeller bagerst i Powerpoint.

Værktøjer der forventes at benyttes:

* HTML og CSS
* GitHub
* Photoshop, Illustrator og/eller Lightroom Classic
* InDesign

Forside

De studerendes fulde navne

Gruppenummer/navn

Vejleder

Opgavens titel  
Opgavetype  
Uddannelse  
Antal anslag  
Uddannelsessted  
Eksamensår

Afleveringsdato

Link til produkt(er)

Indholdsfortegnelse

Indledning

Oplæg / forklaring

Emnets relevans (Hvorfor er det interessant at beskrive/producere samt for hvem?)

Observationer / antagelser der lægger grund for problemformulering

Problemformulering

Emne relevant for mig og målgruppe

Spørgsmål jeg vil besvare

Hypoteser at be/afkræftes

Afgræns indefor emne

Mulighed for øget indsigt (lær noget under projekt)

Definitioner

Begreber / fagtermer

Afgrænsning

Hvad vil og vil ikke snakke om

* + Vil ikke snakke om markedsføring af deres brand og produkter udover deres placering på hjemmeside (ie: ikke marketing og promotion mix etc.)

Metode

Oversigt over teorier / metoder anvendt

Redegørelse for relevans af overstående

Metode anvendt til at samle og bearbejde data

Kildekritik

Redegør for kilders troværdigheder eller mangel derpå

Selve opgavens indhold

Præsentation og analyse af virksomheden

Fokus på strategi og forretningsområde (produkt og marked)

* + - SWOT (se Markedsføring 2022.pfd)
    - Ikke PEST?
    - BMC
    - Målgruppe (hvem laver de produkter og henvender sig til?)
      * Produkt target audience
      * Segmenter / segmentering
      * Evt. Gamer personligheder / typer
      * Kriterier (Geografiske, Demografiske, Psykografiske, Adfærdsmæssige, Teknografiske) (se Målgrupper E2022.pdf)
      * Homogen eller sammensat målgruppe? Antal målgrupper?
      * Evt. undersøg muligheder for nye målgrupper / udvid eksisterende etc.
      * Personas?
    - Evt. boston model (cash cow etc.)
    - Kommunikationsmodel (vælg, se kommunikationsmodeller2022.pdf)
    - Brand analyse (firma og produkt(er))
    - Firma positionering (pris ift. kvalitet) og positioneringsstrategi (se MarketingogBranding2022.pdf)
    - Brand equity (se MarketingogBranding2022.pdf)
      * Brand awareness
      * Percieved Quality (hvad forventes?)
      * Brand Association
      * Brand Loyalty
    - Menneskelige behov – produkt (se MarketingogBranding2022.pdf)
    - Evt. Brand personlighed
    - Brand Voice & Tone
    - Evt. collabs?
    - Mission, Vision, Values
    - Evt. Storytelling? (deres oprindelse)
    - Paid, Owned & Earned Media

Planlægning og evt. udførelse af brugertest (se Testmetoder.pdf og KvalitativMetodeE2022.pdf)

* + - Kvantitativ metode
      * Spørgeskemaer
      * Polls?
    - Kvalitativ metode
      * Interviews (+ transskribering)
      * Fokusgrupper?
      * Usability test
      * Tænke-højt-test (THT)

Dokumentation for teknisk løsning (produkt)

Beskriv brugt HTML/CSS, responsiveness etc.

Beskriv værktøjer (adobe programmer etc.)

Skoleopgave disclaimer

Design teori

Gennemgå anvendte principper med eksempler

* + - AIDA E (Se Visuel brandidentitet2022.pdf)

Universelle principper

* + - * + …
        + Consistency

Konklusion

Sammenfatning

Besvar problemformulering

Fik vi svar på det vi spurgte om?

(skal kunne læses separat fra resten)

Perspektivering (evt.)

Se ud fra andre sammenhænge og synsvinkler, fremtidigt scenarie, samfundsmæssigt, økonomisk eller andet perspektiv. etc.

Litteraturliste