

Titel

Tror du, du selv bestemmer, hvad du køber?

Underviser

Navn	Julie Bruus Jensen
Uddannelse	Negot

Introduktion til undervisningen

Har du egentlig selv kontrol over, hvad du vælger at købe - eller bliver dine valg styret af kultur, vaner og de signaler, du møder i hverdagen?

I dag skal vi undersøge, hvordan alt fra identitet og sociale normer til farver, design og brandhistorier kan påvirke os mere, end vi måske tror.

Vi starter med nogle interaktive øvelser, hvor I får lov at mærke på egen krop, hvor meget vores præferencer faktisk bliver formet - ofte helt uden vi lægger mærke til det.

Derefter ser vi nærmere på en konkret case: Vestfyens Bryggeris rebranding af Jolly Cola. Her skal I analysere og diskutere, hvordan et klassisk dansk brand forsøger at vinde forbrugernes opmærksomhed i en verden domineret af Coca-Cola og Pepsi.

Til sidst får I mulighed for selv at udvikle idéer til, hvordan Jolly Cola kan blive et mere attraktivt valg i 2025 - med inspiration fra både **kultursociologi** og **forbrugeradfærd**.

Undervisningen kombinerer øvelser, analyse og diskussion, så I både får nye perspektiver og oplever, hvordan teori kan bruges til at forstå og løse virkelige udfordringer. Og måske opdager du undervejs, at dine egne valg heller ikke er helt så frie, som du troede.

Forberedelse (svarende til max. 15 minutters forberedelsestid)

Inden timen skal du bruge lidt tid på at undersøge nogle begreber og reflektere over dine egne valg som forbruger. Start med at google *forbrugeradfærd* og skriv 4-5 stikord ned, der forklarer, hvad begrebet handler om - fx hvad der påvirker folks købsbeslutninger, og hvorfor man vælger ét produkt frem for et andet. Derefter skal du google *kultursociologi* og lave en lignende liste med stikord, som beskriver, hvordan kultur og samfund kan påvirke menneskers adfærd.

Når du har gjort det, skal du **tænke over et brand, du selv ofte vælger** - det kan være alt fra en bestemt sodavand eller et tøjmærke til en type sko eller elektronik. Skriv 2-3 stikord om, hvorfor du vælger netop det brand: er det smagen, prisen, designet, vanen, eller måske fordi du synes, brandet siger noget om dig?

Til sidst skal du kort google *Jolly Cola*. Kig på logoet, emballagen og måske en kort artikel eller beskrivelse af brandet. Skriv derefter et par stikord om, hvilke tanker du får: Hvad forbinder du med Jolly Cola, og hvordan tror du, brandet står i forhold til fx Coca-Cola og Pepsi?

Alt i alt skal du altså ende med en lille samling af stikord fordelt på tre områder:

1. Hvad du fandt om forbrugeradfærd,
2. Hvad du fandt om kultursociologi,
3. Dine egne refleksioner om brands (inkl. Jolly Cola).