



Emne: Energidrikke

Foretag en lokal markedsundersøgelse af unges forbrug af energidrikke i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Den største målgruppe for energidrikke er unge i alderen 13-20 år*
- *Piger og drenge drikker i lige høj grad Energidrikke*
- *Flertallet af brugerne drikker mere end 3 dåser pr. dag*
- *Unge mennesker anser ikke energidrikke for at være usunde*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, i selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag forbruget af energidrikke. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Snus

Foretag en lokal markedsundersøgelse af unges forbrug af snus på Slottet og i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Forbruget af snus på Slottet er lige hyppigt blandt piger og drenge*
- *Flertallet af snusbrugerne forbruger mere end 1 dåse snus dagligt*
- *Hovedparten af snus-forbrugerne er tidligere rygere*
- *Unge mennesker anser ikke snus for at være problematisk ift. fremtidige helbredsproblemer*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i ”real life”.

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag forbruget af snus. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Sports- og Idrætsforeninger

Foretag en lokal markedsundersøgelse af danskernes brug af idrætsforeninger, sportsklubber og fitnesscentre i Holbæk og omegn – altså markedet for fysisk velvære, træning og sport.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- 50 % af de unge foretrækker at dyrke sport i fitnesscentre frem for i idrætsforeninger og sportsklubber
- Der er ingen sammenhæng mellem om man dyrkede klubsport som barn og om man nu foretrækker fitnesscentret
- Der er ingen sammenhæng mellem køn og om man nu foretrækker fitnesscentret
- Fitness-bølgen er primært et resultat af en øget individualitet og/eller forfængelighed blandt unge

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag idrætsforeningslivet. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Online betting

Foretag en markedsundersøgelse af danskernes brug af bettingsites, blandt unge mellem 15 - 25 år, som er bosat i Holbæk og omegn

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Ca. 60% af alle drenge og ca. 30% af alle piger over 18 år har prøvet at 'bette' mere end 3 gange*
- *Ca. 10% af alle unge under 18 år har en betting konto*
- *Der er sammenhæng mellem om man er startet på at 'bette' på fodboldkampe eller lignende væddemål før man er fyldt 18 år og om man stadig 'better'*
- *Der er sammenhæng mellem at 'bette' og aktivt at dyrke/have dyrket en sport*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag forbruget af betting/væddemål. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Madpakker

Foretag en markedsundersøgelse af frokostvaner på Slotshaven Gymnasium.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Pigerne på Slotshaven har oftere madpakke med end drengene*
- *Sund og varieret kost er ikke på agendaen blandt eleverne på Slotshaven*
- *Drengene på Slotshaven har i gennemsnit dobbelt så stort et kantineforbrug som pigerne*
- *Der er procentuelt flere lærere som køber mad til frokost end elever*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag frokostvanerne. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Onlineshopping af tøj

Foretag en lokal markedsanalyse af køb af tøj på internettet, blandt unge mellem 15-29 år, som er bosat i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Hovedparten af unges tøjindkøb foretages i dag online*
- *Det er de store online-varehuse (sites) som Boozt, Zalando, Shein m.fl., frem for brand'nes egne sites, der driver online-salget*
- *Unge foretrækker at købe tøj via mobiltelefonen frem for via en computerskærm*
- *Prisen er den vigtigste faktor, når unge vælger netbutik for køb af tøj*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag køb af tøj på internettet. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Emne: Streamingtjenester

Foretag en lokal markedsundersøgelse af danskernes brug af streamingtjenester som Netflix, Viaplay og HBO m.v., blandt unge mellem 15 - 25 år, som er bosat i Holbæk og omegn

Mindst tre af følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Unge ser mere streamingtjenester end direkte TV ("flow-TV").*
- *Ca. 60 % af danske husstande har abonnement på en eller flere streamingtjenester, ud over DRTV.*
- *Streamingtjenester bruges i lige høj grad af mænd og kvinder.*
- *Ca. 60 % af de unge betaler selv mindst en af deres streamingtjenester*
- *Ca. 60 % af de unge har mindst en streamingtjeneste, som de låner af eller deler med andre unge for at spare penge*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag forbruget af streaming. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.



Foto: www.joshuatree.dk

Emne: Læsning

Foretag en lokal markedsundersøgelse af af unges læsevaner i Holbæk og omegn. Der tænkes her på fysiske bøger, ikke lydbøger.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be- eller afkræftet:

- *Mere end 80% af de unge har ikke læst et skønlitterært eller populærvidenskabeligt værk det seneste år, medmindre det skete som en del af deres uddannelse*
- *Mere end 50% af de der læser, har læst mere end 5 bøger det seneste år*
- *Blandt de der læser er pigerne i flertal*
- *Bogpriser i boghandler og supermarkeder er uden betydning for om man læser bøger*

Jeres undersøgelse skal basere sig både på kvalitative data, indhentet gennem relevante interviews, og på kvantitative data, indsamlet via et spørgeskema, I selv udarbejder i Google Forms. Spørgeskemaet kan deles elektronisk – dog **ikke** via Lectio – men det kan også printes ud, så data kan indsamles af jer selv i "real life".

De kvantitative data fra spørgeskemaet skal I analysere og bearbejde ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik, herunder grafiske fremstillinger
- χ^2 -test og konfidensintervaller

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og ved udregninger af relevante deskriptorer. Eventuelle data fra andre statistiske databaser og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde og de kvalitative resultater fra jeres interviews skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, lavet med Wordpress, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk: En god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel som emotionelle motiver – bag forbruget af læsning. Det er altid adfærden, som skaber tallene, der er det interessante.