



Markaðsfræði 1 – MAR2A05

Námsáætlun, haustönn 2024

Kennari/kennarar:

Óttar Ólafsson

Netfang/netföng:

ottar.olafsson@borgo.is

Lýsing:

Kynnt eru til leiks grunnhugtök og meginviðfangsefni markaðsfræðinnar. Farið er yfir mikilvæg atriði er snerta umhverfi fyrirtækja, markaðshlutun, rannsóknarvinnu og áætlanagerð. Einnig verður komið inn á sögulega þróun markaðsfræðinnar sem vísindagrein og fjallað um kenningar og kennismiði. Leitast er eftir því að nemendur nái að tileinka sér markaðslega hugsun í starfi og öðlist skilning á gildi markaðsstarfs fyrir neytendur, fyrirtæki og samfélagið í heild.

Þekking, leikni, hæfni:

Þekkingarviðmið

Nemandi skal hafa öðlast þekkingu og skilning á:

- þróun, tilgangi og hugmyndafræði markaðsfræðinnar.
- þýðingu markaðsstarfs fyrir fyrirtæki og samfélag.
- Umhverfi fyrirtækja og samkeppnisformum.
- hugtökum og hugmyndum varðandi vöruþróun og vörur.
- samvali söluráða (vara, verð, kynning og dreifing).
- kaupvenjum á neytenda- og fyrirtækjamarkaði.
- mikilvægi markaðshlutunar í öllu markaðsstarfi.

Leikniviðmið

Nemandi skal hafa öðlast leikni í að:

- lesa í markaðinn.
- beita samvali söluráða á árangursríkan hátt.
- lesa í kaupvenjur einstaklinga og fyrirtækja.
- framkvæma markaðshlutun.
- skilja hvernig góð sölumennska fer fram.
- segja frá kostum vöru sem þeir selja.
- framkvæma einfalda markaðsathugun og greina frá niðurstöðum.

Hæfniviðmið

Nemandi skal geta hagnýtt þá almennu þekkingu og leikni sem hann hefur aflað sér til að:

- beita góðum og faglegum vinnubrögðum í markaðssetningu, samkeppnisgreiningu, markaðshlutun og að geta rýnt í kaupvenjur viðskiptavina, fylgst með vöruþróun og sjá út líftíma vöru; sem er metið með skilaverkefnum, umræðum og prófum.
- vinna að markaðssetningu, gera einfaldar markaðsrannsóknir, búa til markaðsáætlanir og styrkja ímynd fyrirtækis; sem metið er með smærri verkefnum (ritsmíðum o.fl.), prófum og kynningum.
- taka þátt í umræðum um markaðsmál af skilningi og útfrá faglegu sjónarmiði sem og að geta lesið um málefni sem heyra undir markaðsfræðina — sem metið er með hlutaprófum, hóp- og einstaklingsverkefnum og kynningum.

Námsmat:

Námsmat:

Verkefni 1-10 54%

Hlutapróf 1-2 26%

Kennaraeinkunn (ástundun og virkni í kennslustundum) 20%

Öll verkefni eru einstaklingsverkefni og þeim á að skila handskrifuðum í plastmöppu. Lögð er áhersla á frágang og endurorðun. Sum verkefni eiga nemendur að kynna fyrir öðrum í hópnum.

Ef nemendur eru veikir í hlutaprófi fá þeir eitt tækifæri til að þreyta það strax og þeir mæta að loknum veikindum en annars í lok annar.

Lágmarkseinkunn í áfanganum er 5,0.

Áfanginn er fimm feiningar (5 fein.) sem felur í sér að nemandi getur áætlað að heimanám verði um tvær klukkustundir á viku.

Notkun óleyfilegra hjálpargagna eins og gervigreindar er óheimil nema þar sem slíkt er sérstaklega tekið fram.

Námsgögn:

Markaðsfræði: Leiðarvísir að árangri eftir Jakob Ómarsson, 1. útgáfa 2024, AF ÖLLU HJARTA.

Aðrar mikilvægar upplýsingar:

Áfanginn byggir á hugmyndafræði verkefnamiðaðs leiðsagnarnáms þar sem áhersla er á sjálfstæða vinnu nemenda og reglulega endurgjöf kennara. Gert er ráð fyrir að nemendur skili að meðaltali 2 klst. heimavinnu á viku í áfanganum yfir önnina en inni í því felst að lesa 5-15 bls. í kennslubók.

Vegna þess að áfanginn er verkefnamiðaður eru gerðar ákveðnar kröfur til verkefnaskila m.a. hvað varðar málfar, réttitun, uppbyggingu, frágang og heimildanotkun. Nemendur fá nánari upplýsingar um frágang og fyrirgjöf á verkefnum undir Efni á INNU. Ekki er tekið við verkefnum sem send eru með tölvupósti og verkefnum á INNU sem hafa krækju á t.d. Google Docs.

Farsímanotkun truflar kennslu og er óheimil í kennslustundum nema í tengslum við upplýsingaöflun vegna verkefnavinnu.

Mætingarviðmið eru samkvæmt reglum skólans. Gefin er fjarvist (F) ef nemendur mæta seinna en 10 mínútur í kennslustund.

Vika	Dags.	Námsþættir	Námsmatsþættir
34	19.-23. ágúst	Inngangur: Af hverju markaðsfræði? Bls. 18-21 1. Kafli: Innra og ytra umhverfi fyrirtækja. Bls. 24-33	
35	26.-30. ágúst	1. Kafli: Innra og ytra umhverfi fyrirtækja. Bls. 34-45	1. Verkefni: Bls. 45. 5%
36	2.-6. sept.	2. Kafli: SVÓT og PEFTUL. Bls. 46-55	2. Verkefni: Bls. 55. 3%
37	9.-13.sept.	3. Kafli: Fyrirtæki og samfélagið. Bls. 57-68	3. Verkefni: Bls. 68. 6% Skil á verkefnum 1-3
38	16.-20.sept	4. Kafli: Neytendahegðun. Bls. 71-99	<i>Vörðuvika I</i> 4. Verkefni: Bls. 99. 4%
39	23.-27. sept.	4. Kafli: Neytendahegðun. Bls. 70-99	
40	30.sept.- 4. okt.	5. Kafli: Kaupferlið. Bls. 100-113	5. Verkefni: Bls. 113. 7% 1. Hlutapróf: Hlutapróf úr köflum 1-5. 13%
41	7.-11. okt.	6. Kafli: Söluráðarnir: Vara og verð. Bls. 116-137	
42	14.-18. okt.	6. Kafli: Söluráðarnir: Vettvangur og vegsauki. Bls. 138-150	6. Verkefni: Bls. 157. 7%
43	21.-23. okt.	6. Kafli: Söluráðarnir sjö. Bls. 150-157	<i>Hausthlé</i>
44	29. okt.-1. nóv.	7. Kafli: Markaðshlutun og markaðsmiðun. Bls. 159-170	
45	4.-8. nóv.	7. Kafli: Staðfærsla og aðgreining. Bls. 171-183	<i>Vörðuvika II</i> 7. Verkefni: Bls. 183. 5% Skil á verkefnum 4-7
46	11.-15. nóv.	8. Kafli: Mörkun. Bls. 184-195	
47	18.-22. nóv.	8. Kafli: Mörkun. Bls. 196-213	8. Verkefni: Bls. 213. 7%
48	25.-29. nóv	9. Kafli: Vörumerkjastjórnun. Bls. 215-225	9. Verkefni: Bls. 225. 4% 2. Hlutapróf: Hlutapróf úr köflum 6-9. 13%
49	2.-6. des.	10. Kafli: Markaðssamskipti. 229-241	10. Verkefni: Bls. 255. 6% Skil á verkefnum 8-10
50	9.-12. des	10. Kafli: Markaðssamskipti. 241-255	<i>Síðasti kennsludagur</i>

Námsáætlun er sett fram með fyrirvara um nauðsynlegar breytingar sem verða tilkynntar nemendum jafnóðum.