



Markaðsfræði 1 — MAR2A05

Námsáætlun, haustönn 2020

Kennari/kennarar:

Reynir Már Ásgeirsson

Netfang/netföng:

reynir@bhs.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 helstu 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 ú frá faglegu sjónarmiði sem og að geta lesið um málefni sem heyra undir markaðsfræðina — sem metið er með hlutaprófum, hóp- og einstaklingsverkefnum og kynningum.



Námsmat:

Tvö hlutapróf	45%
Markaðsrannsókn (hópverkefni)	25%
Kynning	10%
Vinnubók (einstaklingsverkefni)	20%

Nemendur þreyta tvö hlutapróf sem hvert vegur 22,5% af lokaeinkunn. Mikilvægur hluti af virkni og ástundun nemandans er vinnubók sem telur 20% af lokaeinkunn; þar sem lausnum við smærri verkefnum, ígrundunum er snerta viðfangsefni áfangans og svörum við spurningum úr kennslubók er haldið til haga. Í áfanganum vinna nemendur saman í hópum að markaðsrannsókn; og í lok annar eru niðurstöður rannsóknarinnar kynntar fyrir kennara og samnemendum. Kynningin vegur 10% af lokaeinkunn.

Námsgögn:

Markaðsfræði 1 eftir Ásgeir Valdimarsson (útgáfa 2016 eða nýrri). Seld í BHS.

Aðrar mikilvægar upplýsingar:

Nemendum ber að skila öllum verkefnum og taka þátt í hlutaprófum.



Vika	Dags.	Námsþættir	Námsmats- þættir
34	18.-21. ágúst	1. kafli Um faglegt markaðsstarf	
35	24.-28. ágúst	2. kafli Hugmyndafræði markaðssetningar	
36	31. ág.- 4. sept.	3. kafli Sö luráðarnir: Vara, verð, kynning og dreifing	
37	7.-11. sept.	3. kafli Sö luráðarnir: Vara, verð, kynning og dreifing	
38	14.-18. sept.	4. kafli Samval sö luráða	Hlutapróf 1 (22,5%)
39	21.-25. sept.	5. kafli Vö ruþróun	
40	28.sept- 2. okt.	5. kafli Vö ruþróun	Varða I
41	5.-9. okt.	6. kafli Líftími vö ru	
42	12.-16. okt.	7. kafli Markaðshlutun	
43	19.-23. okt.	7. kafli Markaðshlutun	Hausthlé
44	26.-30. okt.	8. kafli Kaupvenjur á neytendamarkaði	
45	2.-6. nóv.	8. kafli Kaupvenjur á neytendamarkaði	Hlutapróf 2 (22,5%) Varða II
46	9.-13. nóv.	9. kafli Kaupvenjur á fyrirtækjamarkaði	
47	16.-20. nóv.	10. kafli Verðlagningarstefna	
48	23.-27. nóv.	10. kafli Verðlagningarstefna	Vinnubók (20%) Rannsókn (25%)
49	30.nóv.- 4. des.	Verkefnavinna	Kynning (10%)
50	7.-11. des.	Upprifjun og yfirlit	Kennslu lýkur
51	14.-17. des.	Einkunnaskil	Varða III

Tímaáætlun er sett fram með fyrirvara um nauðsynlegar breytingar.