



Nr.: GAT-115	<b>Menntaskólinn í Kópavogi</b>	
Útgáfa: 01		
Dags.: 13.02.2019		
Höfundur: GV		
Sampykkt: MF		
Síða 1 af 2	<b>Áfangalýsing MARK2BA05</b>	

<b>Búið til – útg.</b>	20 mars 2017 – útg. 1
<b>Námsgrein</b>	Markaðsfræði
<b>Titill</b>	Markaðsfræði
<b>Skammstöfun</b>	MARK2BA05
<b>Viðfangsefni</b>	Markaðsfræði
<b>Staða áfanga</b>	Sampykkt af skóla
<b>Prep áfanga</b>	2
<b>Einingafjöldi áfanga</b>	5
<b>Lýsing áfanga</b>	<p>Kynnt eru grunnhugtök og meginviðfangsefni markaðsfræði. Áhersla er lögð á að auka skilning nemenda á gildi markaðsstarfs fyrir neytendur, fyrirtæki og samfélag. Fjallað er um söluráða og samval þeirra við markaðssetningu, um mikilvægi faglegs markaðsstarfs í síbreytilegu samfélagi, afstöðu fyrirtækja til markaðarins, vörubrúun og líftíma vöru, verðákvarðanir, kynningarstarf, sölustaði og dreifileiðir. Kynnt eru fyrir nemendum helstu atriði er varða umhverfi fyrirtækja, markaðshlutun, kauphegðun, ímynd, markaðsrannsóknir, markaðsáætlanir og vinnubrögð við markaðssetningu. Leitast er við að tengja námið íslensku viðskiptalífi með verkefnum og umræðum og að nemendur kynnist vinnubrögðum í markaðssetningu með hagnýtu verkefni á því sviði.</p>
<b>Forkröfur áfanga</b>	Engar
<b>Þekkingarviðmið</b>	<p><b>Nemandi skal hafa öðlast þekkingu og skilning á:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tilgangi og hugmyndafræði markaðsfræðinnar</li> <li>• helstu hugtökum sem notuð eru í markaðstarfi</li> <li>• mismunandi afstöðu fyrirtækja til markaðarins</li> <li>• mismunandi samkeppnisformum og mikilvægum atriðum samkeppnisgreiningar</li> <li>• hugmyndum um kaupvenjur á neytanda- og fyrirtækjamarkaði</li> <li>• mikilvægi markaðsrannsókna og áætlanagerðar í markaðsstarfi fyrirtækja</li> </ul>

Nr.: GAT-115	<b>Menntaskólinn í Kópavogi</b>	
Útgáfa: 01		
Dags.: 13.02.2019		
Höfundur: GV		
Sampykkt: MF		
Síða 2 af 2	<b>Áfangalýsing MARK2BA05</b>	

<b>Leikniviðmið</b>	<p><b>Nemandi skal hafa öðlast leikni í að:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nota algengustu hugtök markaðsfræðinnar á skýran og skilmerkilegan hátt</li> <li>• Beita aðferðum markaðsfræði hvað varðar markaðshlutun, vöruþróun, verðlagningu, kynningu og dreifingu vöru eða þjónustu</li> <li>• Beita mismunandi greiningartækjum og vinnubrögðum við áætlanagerð</li> <li>• Greina áhrifaþætti á kauphegðun neytenda</li> <li>• Skipuleggja og setja fram texta sem tekur til skilgreindra málefna innan markaðsfræði og flytja hann</li> </ul>
<b>Hæfniviðmið</b>	<p><b>Nemandi skal geta hagnýtt þá almennu þekkingu og leikni sem hann aflað sér til að:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gera sér grein fyrir þýðingu faglegs markaðsstarfs fyrir fyrirtæki og stofnanir</li> <li>• Hanna og skipuleggja hagnýtt verkefni sem tekur til meginþátta markaðsfræðinnar</li> <li>• Leggja mat á vöru-, verð-, kynningar- og dreifingarstefnu fyrirtækja</li> <li>• Draga ályktanir er varða markaðsstarf fyrirtækja</li> </ul>
<b>Námsmat</b>	