



Náms- og kennsluáætlun - Haustönn 2025

VIFR2MF05

Kennari	Sigurður Hilmar Guðjónsson, hilmar.gudjonsson@fss.is		
Viðtalstími	Þriðjudagar 9:15 – 9:55		
Námsefni	Markaðsfræði – Leiðarvísir að árangri eftir Jakob Ómarsson.		
Áfangalýsing	Kynnt eru grunnhugtök og meginviðfangsefni markaðsfræðinnar. Áhersla er lögð á að auka skilning nemenda á gildi markaðsstarfs fyrir neytendur, fyrirtæki og samfélagið í heild. Leitast er við að nemendur tileinki sér markaðslega hugsun. Fjallað er um söluráðana og samval þeirra við markaðssetningu. Kynnt eru fyrir nemendum helstu atriði er varða umhverfi fyrirtækja, markaðshlutun, kauphegðun og mörkun og almenn vinnubrögð við markaðssetningu. Nemendum fá að kynnast vinnubrögðum í markaðssetningu með því að vinna að hagnýtum verkefnum. Kennsla fer fram með fyrirlesturum, umræðutímum og verkefnavinnu nemenda. Áhersla er lögð á raunhæf verkefni og hópavinnu og að nemendur sýni sjálfstæði í vinnubrögðum. Kennari verður með fyrirlestur um hvern kafla og stýrir umræðum í tímum. Nemendur munu vinna þau verkefni sem sett eru fyrir samkvæmt áætlun í tímum eða heima og skila Innu verkefnum í upphafi þess tíma sem stöðuprófin eru sett.		
Námsmat og vægi námsmatsþátta	Ekkert lokapróf er í áfanganum en stuðst verður við símat og verkefnabók. Þrjú kaflapróf eru á önninni og er lágmarkseinkunnin 4,5 úr hverju prófi fyrir sig.		
	Símatsáfangi ☒	Lokapróf ☐	Sleppikerfi ☐
	Heiti		Vægi
	Tímaverkefni		10%
	Einstaklingsverkefni		10%
	Kaflapróf		80%
Reglur áfanga	Slökkt skal vera á farsínum í kennslustund nema með leyfi kennara! Vinna í verkefnabók fer fram í tíma og gildir til einkunnar í áfanganum.		

	Gættu þess að vinna jafnt og þétt, mæta í allar kennslustundir og dragast ekki aftur úr. Þeir sem eru fjarverandi oftast en 12 sinnum eru sjálfkrafa vikið úr áfanganum.
--	--

Annað sem kennari vill láta koma fram	Aldrei hika við að spyrja!
--	----------------------------

Þekking	Leikni
Nemandi skal hafa öðlast þekkingu og skilning á: - Tilgangi og hugmyndafræði markaðsfræðinnar og þýðingu markaðsstarfs fyrir fyrirtæki og samfélag - Mismunandi afstöðu fyrirtækja til markaðarins - Söluráðunum; vara, verð, kynning og dreifing - Helstu þáttum í ytra umhverfi fyrirtækja - Helstu hugmyndum um kaupvenjur á neytendamarkaði og fyrirtækjamarkaði - Helstu hugtökum og hugmyndum varðandi vöru, vöruþróun og líftíma vöru - Mörkun og þróun vörumerkja helstu atriðum varðandi markaðssetningu þjónustu	Nemandi skal hafa öðlast leikni í að: - Beita grunnhugtökum markaðsfræðinnar við verkefnavinnu - Ræða hugmyndir markaðsfræðinnar - vinna saman í hóp - Koma þekkingu sinni varðandi markaðstengd viðfangsefni á framfæri get - Leyst raunhæf verkefni (case) í markaðsfræði
Hæfni	
Nemandi skal geta hagnýtt þá þekkingu og leikni sem hann hefur aflað sér til að: - Beita hugtökum markaðsfræðinnar í starfi - Meta siðfræðileg álitamál sem varða markaðssetningu - Heimfæra hugmyndir markaðsfræðinnar á eigið líf • nýta sér hæfni sína til frekara náms í markaðsfræði - Nýta hæfni sína til starfa við einföld markaðsmál - Gera markhópa-greiningu fyrir einstakar vörur - Miðla vitneskju sinni um markaðsmál til annarra - Vera læs á samfélagið og helstu stoðir hagkerfisins. - Beita upplýsingatækni við öflun upplýsinga og lausn verkefna	

Vinnuáætlun		
Tímasókn	16 vikur x 4 klst.	64 klst.
Undirbúningur f. tíma	16 vikur x 3 tímar x 20 mín	16 klst.
Undirbúningur f. próf	3 x 4 klst.	12 klst.
Ritgerð / Skýrsla	15 klst.	15 klst.
Alls		107 klst. = 5 feín*

Virðing, samvinna og árangur

*Viðmið um fjölda eininga	
Einingar	Tímafjöldi í vinnu meðalnemanda í áfanga
1 fein	18 - 24 klst.
2 fein	36 - 48 klst.
3 fein	54 - 72 klst.
4 fein	72 - 96 klst.
5 fein	90 - 120 klst.

Kennsluvikur	Áætluð yfirferð námsefnis	Skil á verkefnum
1. vika 19. – 22. ágúst	Kynning á áfranganum, markaðsfræði í fjölmiðlum og notkun gervigreindar	Einstaklingsverkefni
2. vika 25. – 29. ágúst	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli 1 – Innra og ytra umhverfi fyrirtækja	Tímaverkefni
3. vika 1. – 5. september	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli 2 – SVÓT og PEFTUL	Tímaverkefni
4. vika 8. – 12. september	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli 3 – Fyrirtæki og samfélagið	Kaflapróf 1 <i>Kaflar 1-3</i>
5. vika 15. - 19. september	Lota 2: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 4 – Neytendahegðun	Tímaverkefni
6. vika 22. - 26. september	Lota 2: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 5 – Kaupferlið.	Kaflapróf 2 <i>Kaflar 4-5</i>
7. vika 29. sept. - 3. október	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 6 – Söluráðarnir	Tímaverkefni
8. vika 6. - 10. október	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 6 – Söluráðarnir	Einstaklingsverkefni
9. vika 13. - 17. október <i>Námsmatsdagur 16. okt.</i> <i>Vetrarleyfi 17. okt.</i>	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 7 – Markaðshlutun, markaðsmiðun og staðfærsla	Tímaverkefni
10. vika 20. - 24. október <i>Vetrarleyfi 20. okt.</i>	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 7 – Markaðshlutun, markaðsmiðun og staðfærsla	Einstaklingsverkefni
11. vika 27- 31. október	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 8 – Mörkun	Tímaverkefni
12. vika 3. - 7. nóvember	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 9 – Vörumerkjastjórnun	Kaflapróf 3 <i>Kaflar 6-9</i>
13. vika 10. - 14. nóvember	Lota 3: Markaðssamskipti Kafli 10 – Markaðssamskipti	Tímaverkefni
14. vika 17. - 21. nóvember	Lota 3: Markaðssamskipti Kafli 11 – Markaðsrannsóknir	Tímaverkefni
15. vika 24. - 28. nóvember <i>Dimissio 28. nóv.</i>	Upprifjun	Kaflapróf 4 <i>Kaflar 10 - 11</i>
16. vika 1. - 8. desember <i>Stoðdagur mánudaginn 8. des.</i>	Stoðvika	

Með fyrirvara um breytingar og von um gott samstarf

Sigurður Hilmar Guðjónsson

Fjölbrautaskóli Suðurnesja