



Náms- og kennsluáætlun - Haustönn 2026

VIFR2MF05

Kennari	S. Hilmar Guðjónsson - hilmar.gudjonsson@fss.is	
Viðtalstími	Þriðjudaga 09:15 – 09:55	
Námsefni	Markaðsfræði – Leiðarvísir að árangri eftir Jakob Ómarsson. https://www.afolluhjarta.is/product-page/markaðsfræði-leiðarvísir-að-árangri	
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 námsmatspátta	Ekkert lokapróf er í áfanganum en stuðst verður við símat og verkefnabók. Fjögur kaflapróf eru á önninni og þarf að ná meðaleinkunnina 4,5 úr prófunum, þó einungis eitt fall NEMA úr kaflaprófi 3.	
	Símatsáfangi ☒	Lokapróf ☐ Sleppikerfi ☐
	Heiti	Vægi
	Verkefnabók	20%
	Tímaverkefni	20%
	Hópaverkefni	10%
	Lotupróf	50%

Reglur áfanga	Slökkt skal vera á farsímum 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 oftari en 12 sinnum eru sjálfkrafa vikið úr áfanganum.
----------------------	--

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

Grunnþættir menntunar	Í áfanganum er lögð áhersla á umhverfi, ábyrgð, virðingu og lýðræðislega vinnubrögð þar sem þeim takmörkunum sem vistkerfi jarðar setur manninum, skynsamlega nýtingu auðlinda og sanngjarni skiptingu þeirra. Þannig er mikilvægt að efnahagsvöxtur byggji hvorki á, né leiði til, óhóflegs ágangs á náttúruna. Ungmenninn takast á í námi sínu á við margvísleg álitamál og ágreiningsefni til að auka skilning á eigin vistspori, vistspori samfélaga og þjóða sem stuðlar að sjálfbærri þróun og hófsemi. Nemendur eru virkir þátttakendur í að skapa eigin merkingu og bregðast á persónulegan og skapandi hátt við því sem þeir lesa með hjálp þeirra miðla og tækni sem völ er á. Þeir nýta sér til gagns tölulegar upplýsingar og nota og miðlað upplýsingum á gagnrýnninn og skapandi hátt. Í áfanganum birtist heilbrigði og velferð með því að kennari hugi eftir bestu getu að félagslegri vellíðan nemenda með því að tryggja góð samskipti og öryggi innan hópsins. Í áfanganum er lýðræði haft að leiðarljósi og borin er virðing fyrir manngildum hvers og eins og tekið er tillit til áhuga nemenda og ábyrgðar þeirra á eigin námi. Nemendur eru hvattir til að láta sínar skoðanir í ljós og tekur kennari tillit til og hlustar á. Unnið er að því að skapa tækifæri fyrir alla til að þroskast á eigin forsendum, rækta hæfileika sína og lifa ábyrgu lífi í frjálsu samfélagi í anda skilnings, friðar, umburðarlyndis, víðsýnis og jafnréttis. Sköpun er tekin fyrir en lögð eru fyrir verkefni sem byggja á gagnrýnninni hugsun nemenda með aðferðum sem opna sífellt nýja möguleika, mótun viðhorfa, gildismats og hæfni. Nemendur hafa tækifæri til að hafa áhrif á skólastarfið s.s. með skipulag og námsmat.
------------------------------	---

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 - Geta 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.
Vinnubók	10 klst.	10 klst.
Alls		102 klst. = 5 feín*

Kennsluvikur	Áætluð yfirferð námsefnis	Skil á verkefnum
1. vika 19.-21. ágúst	Kynning á áfanganum, markaðsfræði í fjölmiðlum og notkun gervigreindar	Tímaverkefni
2. vika 24.-28. ágúst	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli 1 – Innra og ytra umhverfi fyrirtækja	Tímaverkefni
3. vika 31. ágúst-4. september	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli 2 – SVÓT og PEFTUL	Tímaverkefni
4. vika 7.-11. september	Lota 1: Rekstrarumhverfi fyrirtækis Kafli – Fyrirtæki og samfélagið	Kaflapróf 1 <i>Kaflar 1-3</i>
5. vika 14.-18. september	Lota 2: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 4 – Neytendahegðun	Tímaverkefni
6. vika 21.-25. september	Lota 2: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 5 – Kaupferlið.	Kaflapróf 2 <i>Kaflar 4-5</i>
7. vika 28. september-2. október	Lota 3: Kauphegðun viðskiptavina Kafli 6 – Söluráðarnir	Tímaverkefni
8. vika 5.-9. október	Lota 3: Grunnur að markaðsfærslu Kafli 6 – Söluráðarnir	Tímaverkefni
9. vika 12.-16. október <i>Námsmatsdagur 12. okt.</i> <i>Miðannarmat 13. okt.</i>	Lota 3: Grunnur að markaðsfærslu Kafli 7– Markaðshlutun, markaðsmiðun og staðfærsla	Tímaverkefni
10. vika 19.-23. október <i>Vetrarleyfi 23. október</i>	Lota 3: Grunnur að markaðsfærslu Kafli 7 – Markaðshlutun, markaðsmiðun og staðfærsla	Tímaverkefni
11. vika 26.-30. Október <i>Vetrarleyfi 26. október</i>	Lota 3: Grunnur að markaðsfærslu Kafli 8 – Mörkun	Tímaverkefni
12. vika 2.-6. nóvember	Lota 3: Grunnur að markaðsfærslu Kafli 9 – Vörumerkjastjórnun	
13. vika 9.-13. nóvember	Upprifjun	Kaflapróf 3 <i>Kaflar 6-9</i>
14. vika 16.-20. nóvember	Lota 3: Markaðssamskipti Kafli 10 – Markaðssamskipti	Tímaverkefni
15. vika 23.-27. nóvember <i>Dimissio 27. nóvember</i>	Lota 3: Markaðssamskipti Kafli 11 – Markaðsrannsóknir	Kaflapróf 4 <i>Kaflar 10 - 11</i>
16. vika 30. nóvember-4. desember	Stoðvika	Skil á vinnubók

Með fyrirvara um breytingar og von um gott samstarf

S. Hilmar Guðjónsson