



Náms- og kennsluáætlun - Vorönn 2026

VIFR3MR05

Kennari	S. Hilmar Guðjónsson	
Viðtalstími	Miðvikudagur 09:15-09:55	
Námsefni	Námsefni inn á Innu. Mikilvægt er að mæta með tölvu í öllum tímum.	
Áfangalýsing	Meginviðfangsefni áfangans er að kynna fyrir nemendum undirstöðuatriði markaðskannana, tilhögun og framkvæmd markaðsrannsókna. Farið er í gagnasöfnun, gagnagreiningu og úrvinnslu. Unnin er markvisst allan veturinn í stórra markaðsrannsókna. Lögð er áhersla á vandaða skýrslugerð nemenda og að þeir kynni niðurstöður sínar.	
Námsmat og vægi námsmatspátta	Til þess að standast áfangann þarf nemandi að fá einkunnina 4,5	
	Símatsáfangi ☒	Lokapróf ☐
	Sleppikerfi ☐	
	Heiti	Vægi
	Tímaverkefni	10%
	Rannsóknarefni	5%
	Markhópur	5%
	Spurningarlisti	10%
	Viðtal	10%
	Drög að skýrslu	5%
	Gröf úr Excel	10%
	Kynning	15%
	Lokaskýrsla	30%
Reglur áfanga	Notkun á snjallsímum er ekki leyfileg í tímum nema með leyfi kennara.	

Þekking	Leikni
Nemandi skal hafa öðlast þekkingu og skilning á: • Markaðsrannsóknnum bæði eigindlegum og meginndlegum • Úrtaksaðferðum og helstu mælikvörðum sem notaðir eru í spurningarlistum • Kostum og göllum helstu tegunda kannana • Tilgangi og hugmyndafræði markaðskannana • Þýðingu markaðskannana fyrir fyrirtæki og samfélag • Samspili þarfa og markaðsrannsókna • Umhverfisgreiningu á áhrifum mismunandi sviða umhverfisins á fyrirtæki • Samkeppnisgreiningu	Nemandi skal hafa öðlast leikni í að: • Framkvæma markaðsrannsókn, bæði eigindlega og meginndlega • Gera rannsóknaráætlun • Gera vandaðan spurningalista • Nota aðferðir og verkfæri markaðskannana við lausn ýmissa raunhæfra verkefna • Greina þarfir sem liggja að baki ýmsum vörum og/eða viðskiptum • Framkvæma einfalda umhverfisgreiningu • Framkvæma einfalda samkeppnisgreiningu • Framkvæma markaðshlutun út frá gefnum breytum
Hæfni Nemandi skal geta hagnýtt þá þekkingu og leikni sem hann hefur aflað sér til að: • Útskýra mikilvægi markaðsrannsókna fyrir einstaklingi, fyrirtæki og samfélagi • Finna lausn á raunverulegum viðfangsefnum á sviði markaðsfræði • Taka þátt í umræðu um markaðsmál með skilningi og út frá faglegu sjónarmiði • Lesa um málefni tengd markaðsmálum með skilningi • Beita upplýsingatækni við öflun upplýsinga og lausn verkefna • Nýta eigin reynslu af atvinnu og atvinnulífi við lausn verkefna • Nota ýmis verkfæri stjórnunar til að auðvelda skipulagningu og gera stjórnun árangursríka • Nota hugmyndir, aðferðir og verkfæri markaðsfræðinnar til árangursríkrar markaðssetningar	

Vinnuáætlun - Dæmi með símati		
Tímasókn	16 vikur x 4 klst.	64 klst.
Undirbúningur f. tíma	16 vikur x 3 tímar x 20 mín	16 klst.
Undirbúningur f. kynningu	3 x 4 klst.	12 klst.
Verkefni	20 klst.	20 klst.
Alls		112 klst. = 5 feín*

Kennsluvikur	Áætluð yfirferð námsefnis	Skil á verkefnum
1. vika 6.-9. janúar	Kynning á áfanganum Hvað eru markaðsrannsóknir?	
2. vika 12.-16. janúar	Hvað eru markaðsrannsóknir?	Tímaverkefni
3. vika 19.-23. janúar	Markaðsrannsókanrferlið	
4. vika 26.-30. janúar	Markaðsrannsókanrferlið	Ákveða rannsóknarefni
5. vika 2.-6. febrúar	Þýði, úrtak og breytur.	
6. vika 9.-13. febrúar	Þýði, úrtak og breytur.	Skila markhóp
7. vika 16.-20. febrúar <i>Uppbrotsdagur 18. feb</i>	Megindlegar rannsóknir	
8. vika 23.-27. febrúar <i>Vetrarleyfi 27. feb</i>	Megindlegar rannsóknir	Skila spurningalistum
9. vika 2.-6. mars <i>Námsmatsdagur 2. mars</i>	Eigindlegar rannsóknaraðferðir	
10. vika 9.-13. mars	Eigindlegar rannsóknaraðferðir	Skila inn viðtali
11. vika 16.-20. mars	Kaflaskipting skýrslunnar	
12. vika 23.-27. mars <i>Starfshlaup 27. mars</i>	Kaflaskipting skýrslunnar	Drög að kaflaskiptingu
13. vika 6.-10. apríl <i>Annar í páskum 6. apríl</i>	Uppsetning á Excel	
14. vika 13.-17. apríl	Uppsetning á Excel	Skila inn gröfum
15. vika 20.-24. apríl <i>Sumard. fyrsti 23. apríl</i>	Úrvinnsla skýrslunnar	
16. vika 27. apríl-1. maí <i>Dimissio 30. apríl</i>	Úrvinnsla skýrslunnar	Kynning
17. vika 4.-8. maí <i>Stoðdagur 8. maí</i>	Stoðtímar	Lokaskil

Með fyrirvara um breytingar og von um gott samstarf

Hilmar