

Læreplan i markedsføring og ledelse

Fastsatt som forskrift av Utdanningsdirektoratet 24. mars 2021 etter delegasjon i brev av 13. september 2013 fra Kunnskapsdepartementet med hjemmel i lov 17. juli 1998 nr. 61 om grunnskolen og den vidaregåande opplæringa (opplæringslova) § 3-4 første ledd

Gjelder fra 01.08.2021

Om faget

Fagenes relevans og sentrale verdier

Markedsføring og ledelse handler om å tilpasse produkter og tjenester til markeder og målgrupper og innsikt i hvordan markedsføring, ledelse og beslutninger henger sammen. Faget skal bidra til at elevene forstår hva som påvirker markeder og hvordan markedsføring påvirker verdiskapingen i samfunnet. Faget skal forberede elevene på videre studier og et samfunns- og arbeidsliv med behov for konkurransedyktige og framtidsrettede virksomheter.

Alle fag skal bidra til å realisere verdigrunnet for opplæringen. Markedsføring og ledelse skal bidra til skaperglede, engasjement, kreativitet og utforskertrang gjennom virkelighetsnære og praktiske problemstillinger som belyser temaer og problemstillinger i faget. Faget skal fremme elevenes kritiske tenkning og etiske bevissthet gjennom refleksjon over virksomheters samfunnsansvar og handlingsrom innenfor gjeldende regelverk.

Kjerneelementer

Markedsanalyse og innsikt

Kjerneelementet markedsanalyse og innsikt handler om innhenting og vurdering av informasjon og analyser som gir overordnet perspektiv på markeder, målgrupper og deres behov. Det handler også om refleksjoner over hvordan markeds- og samfunnsutvikling danner grunnlag for å ta framtidsrettede beslutninger av betydning for markedsføring og ledelse.

Markedsstrategiske vurderinger

Kjerneelementet markedsstrategiske vurderinger handler om å vurdere og velge tiltak og virkemidler for å nå virksomheters mål. Det handler også om å utvikle og begrunne helhetlige markedsstrategier og gjøre etiske og bærekraftige vurderinger og beslutninger i et ledelsesperspektiv. Det handler også om hvordan markedsføring, ledelse og beslutninger henger sammen.

Faglig kreativitet og problemløsning

Kjerneelementet faglig kreativitet og problemløsning handler om å åpne opp for nye idéer som bidrar til å skape forandring og fornyelse for å løse markedsstrategiske problemstillinger og nå virksomhetens mål. Det handler om at kreativ tenkning er nødvendig for å skape og gjennomføre nye ideer. Det innebærer å vurdere nye ideer og løsninger med bakgrunn i innsikt om

markeder og målgruppens behov. Det handler også om etisk bevissthet i arbeid med faglig kreativitet og problemløsning.

Tverrfaglige temaer

Bærekraftig utvikling

I markedsføring og ledelse handler det tverrfaglige temaet bærekraftig utvikling om å vurdere etiske og ansvarlige valg for virksomheter med tanke på sosiale, økonomiske og miljømessige forhold i samfunnet. Dette innebærer at virksomheter har et ansvar for å bidra til bærekraftig utvikling gjennom visjoner, forretningsidéer og overordnede mål og ved valg av tiltak og strategier i de ulike prosessene i markedsføringen.

Grunnleggende ferdigheter

Muntlige ferdigheter

Muntlige ferdigheter i markedsføring og ledelse innebærer å uttrykke egne meninger, lytte og gi respons i spontan og forberedt samtale. Det innebærer å bruke fagspråk i drøfting av faglige emner og problemstillinger, bygge opp argumentasjon og tilpasse muntlig tekst til mottaker og formål. Ferdigheten innebærer også å bruke kilder på en kritisk måte som lar seg etterprøve.

Å kunne skrive

Å kunne skrive i markedsføring og ledelse innebærer å bruke varierte skrivestrategier for å utforme fagtekster tilpasset mottaker og formål. Det betyr å utforske og reflektere over faglige emner og problemstillinger, å bygge opp argumentasjon, og å bruke kilder på en kritisk måte som lar seg etterprøve. Det innebærer også å revidere egne tekster.

Å kunne lese

Å kunne lese i markedsføring og ledelse innebærer å finne og kritisk vurdere eksplisitt og implisitt informasjon i tekster om kjente og ukjente emner. Det innebærer å sammenligne og tolke informasjon i ulike tekster, trekke faglige slutninger ut fra innholdet og å analysere og vurdere ulike perspektiv og formål med tekster.

Å kunne regne

Å kunne regne i markedsføring og ledelse innebærer å hente ut, beskrive og tolke informasjon fra tallmateriale i tabeller, statistikk og diagrammer. Det innebærer å bruke og bearbeide informasjon for å forstå og vise sammenhenger, sammenligne og presentere resultater av undersøkelser og analyser.

Digitale ferdigheter

Digitale ferdigheter i markedsføring og ledelse innebærer å navigere og bruke digitale ressurser til å søke etter og behandle informasjon, kommunisere, og å presentere arbeid. Digitale ferdigheter innebærer videre å vurdere, bearbeide og sammenstille informasjon, og å vise til kilder slik at informasjonen lar seg etterprøve. Det innebærer også å utarbeide markedsføringsmateriell og å utvikle etisk bevissthet og vise digital dømmekraft ved å følge regler og normer for nettbasert kommunikasjon, personvern og opphavsrett.

Kompetansemål og vurdering

Kompetansemål og vurdering markedsføring og ledelse 1

Kompetansemål etter markedsføring og ledelse 1

Mål for opplæringen er at eleven skal kunne

- velge og bruke kilder, markedsførings- og ledelsesteorier og modeller i arbeid med faglige spørsmål, emner og dagsaktuelle problemstillinger
- vurdere forhold som påvirker forbrukeratferd, og reflektere over psykologiske, sosiale og kulturelle faktorer
- utvikle forretningsideer og mål for virksomheten og vurdere aktuelle målgrupper
- bruke og utvikle markedsundersøkelser for å utforske og få innsikt i markeder og målgrupper
- gjennomføre situasjonsanalyser som grunnlag for beslutninger
- utforske produkt- og merkevarestrategier og vurdere hvordan virksomheter bruker produkter som konkurransemiddel
- utforske ulike distribusjonsstrategier i markedsføring og vurdere hvordan virksomheter bruker distribusjon som konkurransemiddel
- utforske ulike prisstrategier og prissettingsmetoder og vurdere hvordan virksomheter bruker pris som konkurransemiddel
- utforske ulike kommunikasjonsstrategier og vurdere hvordan virksomheter bruker markedskommunikasjon som konkurransemiddel
- planlegge mediemiks og utvikle innhold for ulike kanaler i markedskommunikasjon
- utforske og vurdere hvordan virksomheter kombinerer bruk av konkurransemidler
- reflektere over og vurdere rollen til personalet og ledelsen i gjennomføring av virksomhetens markedsføringsstrategi
- utforske og følge gjeldende regelverk for markedsføring og vurdere virksomhetens etiske ansvar
- reflektere over sammenhengen mellom markedsføring og bærekraftig utvikling ut fra sosiale, økonomiske og miljømessige forhold

Underveisvurdering

Underveisvurderingen skal bidra til å fremme læring og til å utvikle kompetanse i markedsføring og ledelse 1. Elevene viser og utvikler kompetanse i faget når de innhenter informasjon, bruker teorier og modeller og analyserer markeder, målgrupper og deres behov. De viser og utvikler også kompetanse når de vurderer strategiske beslutninger som er tatt for å nå virksomheters mål. Videre viser og utvikler de kompetanse når de får innsikt i markeds- og samfunnsforhold som kan påvirke markedsføringen og når de vurderer og skaper nye ideer og løsninger for å nå virksomheters mål.

Læreren skal legge til rette for elevmedvirkning og stimulere til lærelyst gjennom ulike muntlige, skriftlige, og praktiske måter, hvor elevene utforsker og finner svar på faglige spørsmål og problemstillinger med betydning for markedsføring og ledelse. Læreren skal være i dialog med elevene om utviklingen deres i faget, og elevene skal få mulighet til å prøve seg fram. Med utgangspunkt i kompetansen elevene viser, skal de få mulighet til å sette ord på hva de opplever at de får til, og til å reflektere over egen faglig utvikling. Læreren skal gi veiledning om videre læring og tilpasse opplæringen slik at elevene kan bruke veiledningen for å utvikle kompetansen sin i markedsføring og ledelse 1.

Standpunktvurdering

Standpunkt karakteren skal være uttrykk for den samlede kompetansen eleven har i markedsføring og ledelse 1 ved avslutningen av opplæringen. Læreren skal planlegge og legge til rette for at eleven får vist kompetansen sin på varierte måter som inkluderer forståelse, refleksjon og kritisk tenkning, i ulike sammenhenger. Læreren skal sette karakter i markedsføring og ledelse 1 basert på kompetansen eleven har vist av forståelse av markedsanalyse og innsikt, markedsstrategiske vurderinger og faglig kreativitet og problemløsning.

Kompetansemål og vurdering markedsføring og ledelse 2

Kompetansemål etter markedsføring og ledelse 2

Mål for opplæringen er at eleven skal kunne

- velge og bruke kilder, markedsførings- og ledelsesteorier og modeller i arbeid med faglige spørsmål, emner og dagsaktuelle problemstillinger
- utvikle og vurdere visjoner, forretningsideer og overordnede mål
- drøfte og begrunne ulike faktorer som påvirker målgruppevalg
- bruke situasjonsanalyse og bransjeanalyse og vurdere markedsstrategiske beslutninger
- utvikle merkevarestrategier og vurdere posisjonering i merkevarebygging

- utvikle distribusjonsstrategier og vurdere påvirkning av makt og avhengighet i en verdikjede
- drøfte ulike faktorer som påvirker prissetting, og utvikle prisstrategier
- vurdere og utvikle kommunikasjonsstrategier, utforske dagsaktuelle kommunikasjonskanaler og planlegge mediemiks
- vurdere lederens rolle og funksjon i utviklingen av markedsstrategi og i internmarkedsføring
- utvikle og begrunne helhetlige markedsstrategier og drøfte etisk bruk av konkurransemidler
- vurdere hvordan virksomheter kan utvikle helhetlig markedsstrategi, og utforske ulike metoder for å måle effekten av markedsføringstiltakene
- drøfte virksomhetens samfunnsansvar ut fra et etisk, lovmessig og forretningsmessig perspektiv, og vurdere dette opp mot virksomhetens omdømme
- vurdere bærekraftige valg for virksomheter med tanke på sosiale, økonomiske og miljømessige forhold

Underveisvurdering

Underveisvurderingen skal bidra til å fremme læring og til å utvikle kompetanse i markedsføring og ledelse 2. Elevene viser og utvikler kompetanse i faget når de innhenter informasjon og bruker teorier og modeller som gir perspektiver på markeder, målgrupper og deres behov. Videre viser og utvikler elevene kompetanse i faget når de utvikler og begrunner helhetlige markedsstrategier, tar etiske og bærekraftige beslutninger og vurderer nye ideer og løsninger for å nå virksomhetens mål.

Læreren skal legge til rette for elevmedvirkning og stimulere til lærelyst gjennom ulike muntlige, skriftlige, og praktiske måter, hvor elevene utforsker og finner svar på faglige spørsmål og problemstillinger med betydning for markedsføring og ledelse. Læreren skal være i dialog med elevene om utviklingen deres i faget, og elevene skal få mulighet til å prøve seg fram. Med utgangspunkt i kompetansen elevene viser, skal de få mulighet til å sette ord på hva de opplever at de får til, og reflektere over egen faglig utvikling. Læreren skal gi veiledning om videre læring og tilpasse opplæringen slik at elevene kan bruke veiledningen for å utvikle kompetansen sin i markedsføring og ledelse 2.

Standpunktvurdering

Standpunkt karakteren skal være uttrykk for den samlede kompetansen eleven har i markedsføring og ledelse 2 ved avslutningen av opplæringen. Læreren skal planlegge og legge til rette for at eleven får vist kompetansen sin på varierte måter som inkluderer forståelse, refleksjon og kritisk tenkning, i ulike sammenhenger. Læreren skal sette karakter i markedsføring og ledelse 2 basert på kompetansen eleven har vist av forståelse av markedsanalyse og innsikt, markedsstrategiske vurderinger og faglig kreativitet og problemløsning.

Vurderingsordning

Standpunktvurdering

Markedsføring og ledelse 1: Eleven skal ha én standpunktkarakter.

Markedsføring og ledelse 2: Eleven skal ha én standpunktkarakter.

Eksamen for elever

Markedsføring og ledelse 1: Eleven kan trekkes ut til muntlig eksamen.

Eksamen blir utarbeidet og sensurert lokalt. Eksamen skal ha forberedelsesdel.

Markedsføring og ledelse 2: Eleven kan trekkes ut til skriftlig eller muntlig eksamen. Skriftlig eksamen blir utarbeidet og sensurert sentralt. Muntlig eksamen blir utarbeidet og sensurert lokalt. Skriftlig og muntlig eksamen skal ha forberedelsesdel.

Eksamen for privatister

Markedsføring og ledelse 1: Privatisten skal opp til muntlig eksamen.

Eksamen blir utarbeidet og sensurert lokalt. Fylkeskommunen avgjør om privatister skal få forberedelsesdel ved lokalt gitt eksamen.

Markedsføring og ledelse 2: Privatisten skal opp til skriftlig eksamen.

Eksamen blir utarbeidet og sensurert sentralt. Eksamen skal ha forberedelsesdel.