

Markedsføring og ledelse 1 og 2

Markedsføring og ledelse skal gi deg kunnskap om hvordan bedrifter synliggjør tilbudet sitt i markedet, og hvordan psykologiske, sosiale og kulturelle forhold bidrar til å påvirke forbrugeratferden. Faget gir innføring i sentrale markedsføringsteorier, og forståelse for hvordan teoriene kan anvendes i praksis til å lage konkrete markedsføringsstrategier og iverksette tiltak. Videre skal faget gi innsikt i hva menneskelige ressurser betyr i en organisasjon, og hvordan ledelse utvikler og motivere de ansatte.



Bilde lånt fra Stokke.com

Du har hørt om iPhone, Pizza Grandiosa, Mercedes, Dressmann og Tripp-trapp-stolen? Disse merkene har, sammen med et utall andre kjente og ukjente merkenavn, det til felles at de har blitt etablert og drevet av dyktige markedsførere.



Bilde lånt fra Stokke.com

Markedsføring er å utvikle og selge produkter eller tjenester som etterspørres av kunder. Uten disse produktene og tjenestene ville verden ha sett ganske annerledes ut. En verden uten flinke markedsførere er utenkelig!

Faget Markedsføring og ledelse (MF&L) kan du velge både i andre og tredje klasse. Her lærer du om hva som får deg til å kjøpe det du kjøper, og hvordan du kan bruke denne kunnskapen til å utvikle og selge varer og tjenester som kundene vil ha. Faget gir deg også innsyn i sentrale ledelsetema og organisasjoner og deres oppbygning.

Undervisningen tar utgangspunkt i markedsføringsteori, og denne brukes som grunnlag for selvstendige prosjektarbeider, vanligvis i grupper med to til fem elever. Det å kunne jobbe samme med andre er en viktig egenskap for en god markedsfører. Det å gjøre hverandre gode er sentralt for markedsførere og markedsførings elever, så vel som for fotballspillere. Uten å kunne formidle et budskap kommer en markedsfører ikke langt, så

det å kunne holde framføringer foran lærer og medelever er en viktig del av undervisningen.

I Markedsføring og ledelse 1 inngår disse hovedtemaene:

- Marked og målgrupper
- Psykologi og kjøpsatferd
- Situasjonsanalyse og markedsinformasjon
- Konkurransemidlene (produkt/pris/distribusjon/markedskommunikasjon)
- Organisasjon og ledelse

Markedsføring og ledelse 2 bygger videre på denne kunnskapen, og går videre innenfor følgende hovedtema:

- Situasjonsanalyse og markedsinformasjon
- Konkurransemidlene (produkt/pris/distribusjon/kommunikasjon)
- Personalutvikling og ledelse
- Markedsstrategi og planlegging
- Etikk og samfunnsansvar

https://www.udir.no/kl06/MFL1-02/Hele/Komplett_visning