

ELEVENS NAMN: _____ KLASS: _____

Följande centrala innehåll behandlas och bedöms:

- Marknadsföringens syfte, funktion och centrala begrepp.
- Etik och hållbar utveckling inom marknadsföring.
- Teorier och tendenser inom området marknadsföring.
- Marknads- och omvärldsanalys. I samband med det behandlas metoder och analysverktyg för marknadsinformation.
- Marknadsstrategier och marknadsplanens innehåll och funktion.

MARKNADSFÖRINGENS FUNKTION (E, C, A)

1. Till vad syftar marknadsföring?

BEGREPP INOM MARKNADSFÖRING (E, C, A)

2. Förklara kort följande ord
 - a. Fordism
 - b. Logotyp
 - c. Segment
 - d. Kvalitativ marknadsundersökning
 - e. Pilotundersökning

3. Vad menas med geografisk marknad? Vilka olika typer av geografiska marknader förekommer?
4. Förklara skillnaden mellan skrivbordsundersökning och fältundersökning.

SAMBAND MARKNADSFÖRING OCH SAMHÄLLSANSVAR (E, C, A)

5. Resonera kring och väv samman begreppen: marknadsföring, företagsetik och exempel på krav- och miljömärkningar på varor i Sverige. Ge tre exempel på miljömärkningar.

MARKNADSFÖRINGSTEKNISK METOD (E, C, A)

6. Hur väl vi än förberett en marknadsundersökning kan vi ändå inte vara helt säkra på att undersökningsresultatet går att lita på. Varför inte?

7. Fyra olika företag utgör tillsammans hela marknaden för elcyklar. De har haft så här stor årsomsättning det senaste året. Räkna ut respektive företags marknadsandel i procent (%), visa dina beräkningar
- a. El-Pelle AB 200.000kr
 - b. Tramp-Ali AB 100.000kr
 - c. Cykeltrampet AB 500.000kr
 - d. Pedalputte AB 300.000kr
8. Ge ett lämpligt förslag att redovisa ett företags resultat på om det gäller en
- a. Kvalitativ undersökning
 - b. Kvantitativ undersökning

KUNSKAPSKRAV TEORIER OCH MODELLER INOM MARKNADSFÖRING (E, C, A)

9. Vilka är de olika stadierna i produktlivs cykeln? Ge exempel på produkter i de olika stadierna. Koppla gärna till begreppen kärn-, kring- och metaprodukt.

10. Vad är det man analyserar i en SWOT-analys? Använd ett dig av ett exempel såsom ditt UF-företag.

11. Varför bör du som marknadsförare känna till Maslows behovstrappa?

KUNSKAPSKRAV MF 100P

KUNSKAPSKRAV MARKNADSFÖRINGENS FUNKTION.

E: Eleven beskriver översiktligt marknadsföringens funktion i företaget

C: Eleven beskriver utförligt marknadsföringens funktion i företaget

A: Eleven beskriver utförligt och nyanserat marknadsföringens funktion i företaget

KUNSKAPSKRAV SAMBANDET MF OCH SAMHÄLLSANSVAR.

E: Eleven diskuterar översiktligt sambandet mellan marknadsföring och samhällsansvar.

C: Eleven diskuterar utförligt sambandet mellan marknadsföring och samhällsansvar.

A: Eleven diskuterar utförligt och nyanserat sambandet mellan marknadsföring och samhällsansvar.

KUNSKAPSKRAV BEGREPP INOM MARKNADSFÖRING.

E: Eleven redogör översiktligt för innebörden av begrepp inom marknadsföring.

C: Eleven redogör utförligt för innebörden av begrepp inom marknadsföring.

A: Eleven redogör utförligt och nyanserat för innebörden av begrepp inom marknadsföring.

KUNSKAPSKRAV TEORIER OCH MODELLER INOM MARKNADSFÖRING.

E: Med hjälp av enkla teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser

C: Med hjälp av teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser.

A: Med hjälp av komplexa teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring.

KUNSKAPSKRAV MARKNADSFÖRINGSTEKNISKA METODER.

E: Vidare använder eleven med viss säkerhet enkla marknadsföringstekniska metoder.

C: Vidare använder eleven med viss säkerhet marknadsföringstekniska metoder.

A: Vidare väljer och använder eleven med säkerhet marknadsföringstekniska metoder.