

Följande centrala innehåll behandlas och bedöms:

- Lagar och andra bestämmelser som styr marknadsföring.
- 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.
- Marknadsföring av varor och tjänster. I samband med det behandlas den betydelse som varaktiga relationer med kunder, leverantörer, anställda och andra intressenter har för ett företags affärsutveckling.
- Intern och extern marknadskommunikation.
- Internationell marknadsföring

BET	MARKNADSFÖRINGENS FUNKTION. Mäts i projektarbetet och vid provtillfällen.	
E	Eleven beskriver översiktligt marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel.	
C	Eleven beskriver utförligt marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel.	
A	Eleven beskriver utförligt och nyanserat marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel.	

BET	SAMBANDET MF OCH SAMHÄLLSANSVAR. Mäts i projektarbetet och vid provtillfällen.	
E	Eleven diskuterar översiktligt sambandet mellan företagens marknadsföring och deras samhällsansvar.	
C	Eleven diskuterar utförligt sambandet mellan företagens marknadsföring och deras samhällsansvar.	
A	Eleven diskuterar utförligt och nyanserat sambandet mellan företagens marknadsföring och deras samhällsansvar.	

BEDÖMNING MARKNADSFÖRING 100P

BET	BEGREPP INOM MARKNADSFÖRING. Mäts i projektarbetet och vid provtillfällen.	
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.	

BET	FRÅGOR PÅ GRUNDLÄGGANDE LAGAR OCH REGLER. Mäts i projektarbetet och vid provtillfällen.	
E	Med hjälp av några exempel beskriver eleven översiktligt villkoren för företagens marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser.	
C	Med hjälp av några exempel beskriver eleven utförligt villkoren för företagens marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser.	
A	Med hjälp av några exempel beskriver eleven utförligt och nyanserat villkoren för företagens marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser samt utifrån politiska och samhällsekonomiska förutsättningar.	

BET	FRÅGOR PÅ MARKNADSFÖRINGSTEKNISKA METODER. Mäts framför allt i projektarbetet med också vid prov.	
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.	

BEDÖMNING MARKNADSFÖRING 100P

BET	FRÅGOR PÅ TEORIER OCH MODELLER INOM MARKNADSFÖRING. Mäts i projektarbetet och vid provtillfällen.	
E	Med hjälp av enkla teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring.	
C	Med hjälp av teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring. Eleven värderar med enkla omdömen teoriernas och modellernas användbarhet.	
A	Med hjälp av komplexa teorier och modeller förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring. Eleven värderar med nyanserade omdömen teoriernas och modellernas användbarhet.	

BET	SAMLAR INFO, ANALYSERAR OCH PRESENTERAR MARKNADSUNDERSÖKNING	
E	Eleven formulerar med viss säkerhet enkla frågeställningar inom marknadsföring, samlar i samråd med handledare in information från olika källor och gör en enkel bedömning av informationens trovärdighet. Eleven sammanställer informationen, för enkla resonemang och drar enkla slutsatser. Eleven använder i samråd med handledare relevant teknik för kommunikation, beräkningar, informationssökning, presentation och dokumentation.	
C	Eleven formulerar med viss säkerhet frågeställningar inom marknadsföring, samlar efter samråd med handledare in information från olika källor och gör en välgrundad bedömning av informationens trovärdighet. Eleven sammanställer informationen, för välgrundade resonemang och drar välgrundade slutsatser. Eleven använder efter samråd med handledare relevant teknik för kommunikation, beräkningar, informationssökning, presentation och dokumentation.	
A	Eleven formulerar med säkerhet komplexa frågeställningar inom marknadsföring, samlar efter samråd med handledare in information från olika, även mer avancerade, källor och gör en välgrundad och nyanserad bedömning av informationens trovärdighet. Eleven använder efter samråd med handledare relevant teknik för kommunikation, beräkningar, informationssökning, presentation och dokumentation. Eleven sammanställer informationen på ett strukturerat sätt, för välgrundade och nyanserade resonemang och drar välgrundade och nyanserade slutsatser.	

BEDÖMNING MARKNADSFÖRING 100P

BET	SAMTAL OM ANDRA FÖRESTÄLLNINGAR INOM MARKNADSFÖRING. Mäts framför allt vid prov. Här vägs den internationella marknadsföringen in.	
E	Dessutom deltar eleven i samtal om andra frågeställningar inom marknadsföring och ger enkla argument för sina ståndpunkter.	
C	Dessutom deltar eleven i samtal om andra frågeställningar inom marknadsföring och ger välgrundade argument för sina ståndpunkter.	
A	Dessutom deltar eleven i samtal om andra frågeställningar inom marknadsföring, diskuterar dem ur olika perspektiv och ger välgrundade och nyanserade argument för sina ståndpunkter.	

BET	SAMRÅD MED HANDLEDARE. Hur pass självständig är eleven? Vilken typ av återkoppling behöver eleven?	
E	När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han med viss säkerhet den egna förmågan och situationens krav.	
C	När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han med viss säkerhet den egna förmågan och situationens krav.	
A	När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han med säkerhet den egna förmågan och situationens krav.	