

BEDÖMNING AV MARKNADSPLANEN

Namn företag: _____

Namn elever: _____

Inom ramen för Marknadsföring 100P gör vi ett större projekt i form av en Marknadsplan. Det går bra att antingen göra en Marknadsplan åt ett existerande eller ett fiktivt företag. Syftet med marknadsplanen är att ni ska lära er applicera de teorier som ni får via kurslitteraturen.

För att uppnå kunskapskravet E i marknadsplanen krävs följande innehåll:

- Skrivbordsundersökning och marknadsundersökning
- SWOT-analys
- Formulera affärsidé och mål
- Marknadsstrategi: Differentiering, Fokusering eller Kostnadsöverlägsen.
- Marknadsmixen: Produkt, Plats, Pris och Påverkan.
- Planering av reklamkampanj.
- Tydlig layout förslagsvis med följande struktur:
Nulägesanalys – Mål – Affärsidé – Strategi – Handlingsplan - Uppföljning

Beskriver marknadsföringens funktion. <i>Marknadsplanen beskriver vad marknadsföring utgörs av i det specifika fallet.</i>	
Eleven beskriver översiktligt marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel (E).	
Eleven beskriver utförligt marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel (C).	
Eleven beskriver utförligt och nyanserat marknadsföringens funktion i företaget med hjälp av några exempel (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Beskriver marknadsföringens samhällsansvar. <i>Marknadsplanen beskriver/föreslår/diskuterar hur företaget kan göra för att ta ett samhällligt ansvar.</i>	
Eleven diskuterar översiktligt sambandet mellan företagets marknadsföring och deras samhällsansvar (E).	
Eleven diskuterar utförligt sambandet mellan företagets marknadsföring och deras samhällsansvar (C).	
Eleven diskuterar utförligt och nyanserat sambandet mellan företagets marknadsföring och deras samhällsansvar (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Grundläggande lagar och bestämmelser. <i>Marknadsplanen lyfter fram kopplingar till lagar och etiska ställningstaganden.</i>	
Med hjälp av några exempel beskriver eleven översiktligt villkoren för företagets marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser (E).	
Med hjälp av några exempel beskriver eleven utförligt villkoren för företagets marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser (C).	
Med hjälp av några exempel beskriver eleven utförligt och nyanserat villkoren för företagets marknadsföring med utgångspunkt i grundläggande lagar och andra bestämmelser samt utifrån politiska och samhällsekonomiska förutsättningar (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Innebörden av begrepp inom marknadsföring. <i>Ett antal relevant begrepp behandlas och redogörs för.</i>	
Eleven redogör översiktligt för innebörden av begrepp inom marknadsföring (E).	
Eleven redogör utförligt för innebörden av begrepp inom marknadsföring (C).	
Eleven redogör utförligt och nyanserat för innebörden av begrepp inom marknadsföring (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Marknadsföringstekniska metoder. <i>Marknadsplanen innehåller en Fältundersökning / skrivbordsundersökning.</i>	
Vidare använder eleven med viss säkerhet enkla marknadsföringstekniska metoder (E).	
Vidare använder eleven med viss säkerhet marknadsföringstekniska metoder (C).	
Vidare väljer och använder eleven med säkerhet marknadsföringstekniska metoder (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Teorier och modeller inom marknadsföring. Centrala modeller ska behandlas såsom SWOT, 4P, Marknadsstrategi	
Med hjälp av <i>enkla teorier och modeller</i> förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring (E).	
Med hjälp av <i>teorier och modeller</i> förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring. Eleven värderar med enkla omdömen teoriernas och modellernas användbarhet (C).	
Med hjälp av <i>komplexa teorier och modeller</i> förklarar eleven företagsekonomiska företeelser och sammanhang knutna till marknadsföring. Eleven värderar med nyanserade omdömen teoriernas och modellernas användbarhet (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Insamling och källkritik. Informationens trovärdighet ska bedömas.	
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 (E).	
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 (C).	
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 (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Sammanställning och slutsatser. Marknadsplanen har en röd tråd och hela arbetet knyter an till affärsidén för det behandlade företaget.	
Eleven sammanställer informationen, för enkla resonemang och drar enkla slutsatser (E).	
Eleven sammanställer informationen, för välgrundade resonemang och drar välgrundade slutsatser (C).	
Eleven sammanställer informationen på ett strukturerat sätt, för välgrundade och nyanserade resonemang och drar välgrundade och nyanserade slutsatser.	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Bedömning egen förmåga. Har eleven tagit hjälp av läraren? Har eleven lämnat in arbetet i tid? Är eleven aktiv på lektionerna?	
När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han <i>med viss säkerhet</i> den egna förmågan och situationens krav (E).	
När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han <i>med viss säkerhet</i> den egna förmågan och situationens krav (C).	
När eleven samråder med handledare bedömer hon eller han <i>med säkerhet</i> den egna förmågan och situationens krav (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Relevant teknik för kommunikation och presentation. Drive, Ppt, dagspress, kommuners hemsidor, kontakt med marknadsavdelningar...	
Eleven använder i samråd med handledare relevant teknik för kommunikation, beräkningar, informationssökning, presentation och dokumentation (E) + (C) + (A).	
Eleven når ej kunskapsmålen (F)	

Elevernas synpunkter på lärarens bedömning av Marknadsplanen: