

## Præsentation af faget: Salg og markedsføring.

Fagets formål:

Eleven opnår at

- få grundlæggende indsigt i og forståelse for markedsføring
- kunne anvende kontaktparametre på en hensigtsmæssig
- bruge værktøjer til udarbejdelse af markedsføringsplan

Der undervises inden for blandt andre følgende emner:

**Markedsføringsprocessen:**

- Markedsanalyse
- Målfasen - Valg af målgruppe
- Strategifasen - Strategier for produkterne
- Planlægning og valg af virkemidler (de 4+3 p' er)
- Udarbejdelse af budget, gennemførelse og kontrol

**Konsumentmarkedet (B2C):**

- Markedsføring til **konsumentenheder** der kan være en person eller en husstand, som teknisk og fysisk har mulighed for at bruge produktet.
- En målgruppe eller et segment er en undergruppe af de **konsumentenheder**, der findes på et marked.

**Producentmarkedet (B2B):**

- Markedsføring til de industrielle, offentlige og mellemhandler-markederne.
- 
- Eksempel på opgave:  
Hvilket marked befinder din virksomhed eller en virksomhed/produkttype du kender sig på?  
Forklar din side-m/k hvorfor du mener det.

**Parametrikset de 7 P'er:**

- Opgave: Benytter din virksomhed sig af de 4 eller 7 P'er i markedsføringen.
- Hvilket markedsføringskoncept benytter den virksomhed du arbejder i?
- Forklar din side-m/k hvorfor du har valgt svaret om de 4 eller 7 P'er og det pågældende markedsføringskoncept.

**Analyse:**

- Formålet:  
At blive klogere på markedet
  - Hvor finder jeg viden?
  - Hvad kan man ændre- og hvad kan man ikke ændre på?

- Hvordan er købsadfærden på konsumentmarkedet
- Hvordan er købsadfærden på producentmarkedet?
- Hvordan er købsfaserne?
- Analyse af konkurrenterne og konkurrencesituationen

**Virksomhedens nær- og fjernmiljø.**

**Markedsføringslovgivning.**

**Eleven afslutter undervisningen med udarbejdelse af en markedsføringsplan for en nærmere specificeret virksomhed.**

**Til orientering kan læses et særligt udarbejdet kompendium for faget.**