

Praktisk marknadsföring

Marknadsföring är en länk mellan tillverkare och konsument och bidrar till företags lönsamhet och utveckling samt stärker möjligheter att hitta och behålla kunder. Ämnet praktisk marknadsföring behandlar marknadsföringens betydelse vid försäljning av varor och tjänster samt hur målgruppsanpassad marknadsföring kan användas inom handels- och tjänstesektorn.

Ämnets syfte

Undervisningen i ämnet praktisk marknadsföring ska syfta till att eleverna utvecklar kunskaper om marknadsföring av varor och tjänster och om marknadsföring som en länk mellan tillverkare och konsument. Undervisningen ska bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om varuexponeringens påverkan på kundens köpbeteende. Eleverna ska också ges möjlighet att utveckla kunskaper om affärsidéer och praktisk marknadsföring samt om hur hållbarhetsarbete påverkar marknadsföringen.

Genom undervisningen ska eleverna ges möjlighet att utveckla kunskaper om material, utrustning och metoder som används inom marknadsföring av varor och tjänster samt förmåga att använda dessa. Undervisningen ska leda till att eleverna utvecklar förmåga att utföra arbetsuppgifter på ett etiskt sätt samt i enlighet med lagar och andra bestämmelser inom området. Undervisningen ska också bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om ergonomi och arbetsmiljö.

Praktiskt arbete, fältstudier och ett problemlösande arbetssätt ska ingå i undervisningen. I undervisningen ska eleverna även ges möjlighet att reflektera över hur det egna arbetet kan utvecklas. Dessutom ska undervisningen ge eleverna möjlighet att utveckla språkliga redskap för arbetslivet och tillit till den egna förmågan att kommunicera.

Undervisningen i ämnet praktisk marknadsföring ska ge eleverna förutsättningar att utveckla följande:

- Kunskaper om praktisk marknadsföring av varor och tjänster.
- Förmåga att använda material, metoder och tekniker som används inom praktisk marknadsföring.
- Förmåga att utföra arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring.

Nivåer i ämnet praktisk marknadsföring

- Nivå 1, 100 poäng.

Nivå 1, 100 poäng

Nivåkod: PRAT1N0

Centralt innehåll

Undervisningen i ämnet praktisk marknadsföring på nivå 1 ska behandla följande centrala innehåll:

- Varuexponeringens betydelse för kundens köpbeteende. Olika former av säljstödsmaterial, till exempel skyltar och broschyrer.
- Hur sortiment, butiksprofil och miljöarbete påverkar kundens uppfattning och upplevelse i digitala och fysiska butiker.
- Marknadsplanens innehåll och betydelse.
- Hur varor kan exponeras samt tekniker för att utforma säljstödsmaterial i fysiska butiker.
- Hur arbete med marknadsföring i olika kanaler och till olika målgrupper kan se ut i digitala butiker.
- Ergonomiska och hållbara arbetssätt inom området.
- Etik inom marknadsföring.
- Lagar och andra bestämmelser inom området.
- Samtal om utvärdering av marknadsföringsinsatser och säljfrämjande åtgärder samt om hur arbetet kan utvecklas.

Betygskriterier

Av 18 kap. 23 § andra stycket och 20 kap. 37 § andra stycket skollagen (2010:800) följer att läraren vid betygssättningen i ett ämne ska göra en sammantagen bedömning av elevens kunskaper på den aktuella nivån i ämnet i förhållande till de betygskriterier som gäller för ämnet som helhet och sätta det betyg som bäst motsvarar elevens kunskaper. Samtliga kriterier för betyget E ska dock vara uppfyllda för att eleven ska kunna få ett godkänt betyg.

Betyget E

Eleven visar **vissa kunskaper** om varuexponeringens betydelse vid försäljning av varor och tjänster.

Eleven använder med **viss säkerhet** relevanta material, metoder och tekniker för varuexponering.

Eleven utför arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring med **viss säkerhet**.

Betyget D

Elevens kunskaper bedöms sammantaget vara mellan C och E.

Betyget C

Eleven visar **kunskaper** om varuexponeringens betydelse vid försäljning av varor och tjänster.

Eleven använder med **säkerhet** relevanta material, metoder och tekniker för varuexponering.

Eleven utför arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring med **säkerhet**.

Betyget B

Elevens kunskaper bedöms sammantaget vara mellan A och C.

Betyget A

Eleven visar **goda kunskaper** om varuexponeringens betydelse vid försäljning av varor och tjänster.

Eleven använder med **god säkerhet** relevanta material, metoder och tekniker för varuexponering.

Eleven utför arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring med **god säkerhet**.