



**Ungdomsbedrift i Kunnskapsløftet
Utdanningsprogram for studiespesialisering,
Samfunnsfag og økonomi Vg2 – Markedsføring og fellesfag**



| UB-året | | |
|--|--|--|
| Etablering | Markedsføring 1 | Norsk/Matematikk |
| <i>Introduksjon Idémyldring og Idéutvikling (Inspirasjonskilder Sammenligne og vurdere andre ideer)</i> | • | Muntlige tekster <ul style="list-style-type: none"> • bruke fagkunnskap fra egne programfag i foredrag og diskusjoner om skole, samfunn og arbeidsliv |
| <i>Forretningsidé (Utforme forretningsidé, utføre m.analyse, definere og velge marked/målgruppe)</i> | | |
| <i>Markedsundersøkelse (utføre m.analyse, innhente statistikk i forbindelse m/kunde grunnlag, benytte internett til markedsundersøkelse osv)</i> | <i>Situasjonsanalyse og markedsinformasjon</i> <ul style="list-style-type: none"> • gjøre rede for de viktigste komponentene i et moderne markedsinformasjonssystem • gjøre rede for ulike former for kvalitative og kvantitative markedsundersøkelser | Statistikk <ul style="list-style-type: none"> • planleggje, gjennomføre og vurdere statistiske undersøkingar • prepresentere data i tabellar og diagram og drøfte ulike dataframstillingar og kva inntrykk dei kan gje • gruppere data og berekne sentralmål for eit gruppert datamateriale |
| <i>Produktutvikling og prototype (Produkt i et utvidet perspektiv)</i> | | |
| <i>Firmanavn og logo (Velge navn, utforme logo)</i> | | |
| <i>Ansettelse (Ansettelse, skrive søknad/cv og avholde intervju)</i> | | Muntlige tekster <ul style="list-style-type: none"> • vurdere og gi tilbakemelding på andres muntlige presentasjoner • vurdere egen muntlige utvikling |



| | | |
|---|---|--|
| <p><i>Online –registrering (Registrering Velge aktuelle org.former, se alternative muligheter)</i></p> | | |
| <p><i>Forretningsplan (Utarbeide forretningsplan, beregne kapitalbehov, kalkulasjon – se ulike varianter, utarbeide resultat og likviditetsbudsjett og markedsplan)</i></p> | <p>Marked og målgrupper</p> <ul style="list-style-type: none"> • gjøre rede for krav til segmenter, segmenteringskriterier og segmenteringsstrategier på ulike markeder • segmentere og foreslå aktuelle målgrupper for en organisasjon <p>Situasjonsanalyse og markedsinformasjon</p> <ul style="list-style-type: none"> • gi en oversikt over interne og eksterne arbeidsbetingelser og gjøre rede for hvilken betydning de har for en organisasjon • gjennomføre en situasjonsanalyse • gjøre rede for de viktigste komponentene i et moderne markedsinformasjonssystem • gjøre rede for ulike former for kvalitative og kvantitative markedsundersøkelser | |



| <i>Drift</i> | | |
|--|---|--|
| <i>Bygge nettverk</i> (Kommunikasjon med samarbeidspartnere, mentorer oa) | • | |
| <i>Innkjøp (Lokalisere leverandører, bergene kvantum, lage avtaler, bestille varer)</i> | | |
| <i>Administrasjon</i> (Rutiner for administrasjon og personal, IA) | Organisasjon og ledelse <ul style="list-style-type: none"> • beskrive ulike måter en organisasjon kan bygges opp på • gjennomføre en enkel analyse av en organisasjons bedriftskultur • drøfte aktuelle tiltak som ledelsen kan iverksette for å utvikle organisasjonskulturen | Muntlige tekster <ul style="list-style-type: none"> • bruke fagkunnskap fra egne programfag i foredrag og diskusjoner om skole, samfunn og arbeidsliv |
| <i>Produksjon</i> | Konkurransemidlene <ul style="list-style-type: none"> • gjøre rede for produktbegrepet, produktutvikling og produkters livssyklus • drøfte betydningen av service som del av en produktleveranse | |
| <i>Styremøter</i> (Planlegge, gjennomføre ledelse, bidra på møter) | • | |
| <i>Økonomi</i> (Føre regnskap, analysere tall, kontrollere avvik, utarbeide resultatregnskap) | • | |



| | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Markedsføring • (Definere og velge marked/målgruppe, utarbeide en markedsplan rettet mot valgte målgruppe) | <p>Marked og målgrupper</p> <ul style="list-style-type: none"> • gjøre rede for krav til segmenter, segmenteringskriterier og segmenteringsstrategier på ulike markeder • segmentere og foreslå aktuelle målgrupper for en organisasjon <p>Psykologi og kjøpsatferd</p> <ul style="list-style-type: none"> • reflektere over forbrukeren som et individ med behov, personlighet, holdninger og motivasjon • vurdere hvilke konsekvenser sosial og kulturell tilhørighet har for kjøpsatferd • gjøre rede for kjøpsroller og kjøpsprosessen på forbrukermarkedet og de profesjonelle markedene • gjøre rede for diffusjon og adopsjon av innovasjoner <p>Konkurransemidlene</p> <ul style="list-style-type: none"> • presentere ulike metoder for prissetting og forklare fordeler og ulemper ved pris som konkurransemiddel • vurdere hvordan pris kan fastsettes i forskjellige faser i et produkts livssyklus og differensieres i forhold til ulike segmenter • gjøre rede for ulike former for distribusjon og ulike aktørers funksjoner i en distribusjonskanal • presentere en kommunikasjonsmodell og gjøre rede for hva som menes med markedskommunikasjon • gjøre rede for ulike former for massekommunikasjon • vurdere markedskommunikasjon med utgangspunkt i sentrale bestemmelser i markedsføringsloven, varemerkeloven og åndsverksloven • produsere enkelt reklamemateriell ved hjelp av digitale verktøy | <p>Sammensatte tekster</p> <ul style="list-style-type: none"> • bruke ulike medier for å tolke og presentere tekster fra ulike tider • vurdere bruk av estetiske virkemidler i ulike medier |
|---|---|---|



| | | |
|--|---|--|
| <p><i>Salg (Salgssamtaler)</i></p> | <p>Konkurransemidlene</p> <ul style="list-style-type: none"> • drøfte betydningen av service som del av en produktleveranse • presentere en kommunikasjonsmodell og gjøre rede for hva som menes med markedskommunikasjon • gjøre rede for ulike former for massekommunikasjon • vurdere markedskommunikasjon med utgangspunkt i sentrale bestemmelser i markedsføringsloven, varemerkeloven og åndsverksloven • produsere enkelt reklamemateriell ved hjelp av digitale verktøy • gjøre rede for salgsprosessen og diskutere faktorer som påvirker den • gjennomføre salgssamtaler og enkle forhandlinger | <p>Muntlige tekster</p> <ul style="list-style-type: none"> • bruke fagkunnskap fra egne programfag i foredrag og diskusjoner om skole, samfunn og arbeidsliv <p>Sammensatte tekster</p> <ul style="list-style-type: none"> • bruke ulike medier for å tolke og presentere tekster fra ulike tider • vurdere bruk av estetiske virkemidler i ulike medier |
| <p><i>Delårsrapport (Rapportere om aktivitet, reflektere over læring, avslutte halvårsregnskap, analysere tall)</i></p> | | |
| <p><i>Messer og konkurranser</i> (Presentasjon og intervju med jury, lage utstilling, brosjyrer med mer, stand- og salgsarbeid)</p> | | <p>Muntlige tekster</p> <ul style="list-style-type: none"> • vurdere og gi tilbakemelding på andres muntlige presentasjoner • vurdere egen muntlige utvikling • bruke fagkunnskap fra egne programfag i foredrag og diskusjoner om skole, samfunn og arbeidsliv <p>Sammensatte tekster</p> <ul style="list-style-type: none"> • bruke ulike medier for å tolke og presentere tekster fra ulike tider • vurdere bruk av estetiske virkemidler i ulike medier |
| | | |



| Avvikling | | |
|---|--|--|
| <i>Arsberetning</i> (Avslutte regnskapet, berregne nøkkeltall) | | |
| <i>Generalforsamling</i> (Planlegge, gjennomføre ledelse, bidra på møter) | | |
| <i>Utbetaling av utbytte</i> (Avslutte regnskap Fordele resultatet) | | |