

Veckoplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring

Tema: Marknadsföringens grunder och strategier

Planeringen syftar till att ge eleverna en djupare förståelse för marknadsföringens olika aspekter, verktyg och strategier, utifrån boken "Marknadsföring" av Stefan Furst. Eleverna kommer att arbeta med praktiska exempel och teoretiska modeller för att tillämpa sina kunskaper i verkliga situationer.

1. Introduktion till marknadsföringens grundprinciper och strategier

Undervisningen under dessa veckor syftar till att ge en översikt av marknadsföringens kärnkoncept och betydelse för företag. Eleverna kommer att lära sig om marknadsföringens roll i affärstrategier och hur marknadsundersökningar kan informera beslut.

Centralt innehåll Betygskriterium (E)
----- -----
Marknadsföringens grunder Eleven beskriver centrala begrepp och modeller inom marknadsföring.
(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)

v. 33 - Introduktion till marknadsföring (12/8 - 18/8)

- Lektion 1 - Introduktion till marknadsföringens betydelse.
- Lektion 2 - Genomgång av marknadsanalys och dess vikt.

v. 34 - Marknadssegmentering och målgrupp (19/8 - 25/8)

- Lektion 1 - Olika segmenteringskriterier.
- Lektion 2 - Bestämma och analysera målgrupper.

—

2. Marknadsföringsmix - De 4 P:na

Undervisningen under dessa veckor fokuserar på marknadsföringsmixen och dess komponenter: produkt, pris, plats och påverkan. Eleverna kommer att arbeta med att utveckla egna marknadsföringsstrategier.

Centralt innehåll Betygskriterium (E)
----- -----

| Marknadsföringsmixens olika delar | Eleven beskriver de fyra P:na och deras påverkan på marknaden. |
| *(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)* | |

v. 35 - Produktstrategier och livscykel (26/8 - 1/9)

- Lektion 1 - Product life cycle (PLC) koncept.
- Lektion 2 - Utveckla produktstrategier.

v. 36 - Prissättning och prismodeller (2/9 - 8/9)

- Lektion 1 - Prissättningsmetoder och strategier.
- Lektion 2 - Diskussion om prissättning i praktiken.

—

3. Kommunikationsstrategier och reklam

Denna del av undervisningen syftar till att förstå hur företagen kommunicerar med sina kunder. Fokus kommer att läggas på olika former av reklam och kommunikation.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Reklamens betydelse och former	Eleven redogör för olika reklamformats egenskaper och effektivitet.
(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)	

v. 37 - Reklamens grunder och typer (9/9 - 15/9)

- Lektion 1 - Introduktion till olika reklamformer.
- Lektion 2 - Effektiv reklam och målgruppsanpassning.

v. 38 - Digital marknadsföring (16/9 - 22/9)

- Lektion 1 - Grunderna för digital marknadsföring.
- Lektion 2 - Sociala medier som marknadsföringsverktyg.

—

4. Försäljning och kundrelationer

Under dessa veckor kommer fokus att ligga på försäljningstekniker och hur man bygger långsiktiga kunderelationer.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Försäljning och kundrelationer	Eleven beskriver grundläggande principer

för försäljning och service. |
| *(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)* | |

v. 39 - Försäljningsprocessen (23/9 - 29/9)

- Lektion 1 - Steg i försäljningsprocessen.
- Lektion 2 - Rollespel: Att sälja effektivt.

v. 40 - Bygga och bevara kundrelationer (30/9 - 6/10)

- Lektion 1 - Strategier för kundbehållning.
- Lektion 2 - Diskussion kring kundlojalitet.

—

5. Strategisk marknadsföring och analys

Denna fas syftar till att förstå strategisk marknadsanalys och hur företag positionerar sig på marknaden.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Strategisk marknadsplanering	Eleven planerar och genomför en enkel marknadsanalys.
(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)	

v. 41 - SWOT-analyser och marknadspositionering (7/10 - 13/10)

- Lektion 1 - SWOT-analys i praktiken.
- Lektion 2 - Positionering i förhållande till konkurrenter.

v. 42 - Marknadsplanering (14/10 - 20/10)

- Lektion 1 - Utformning av en marknadsföringsplan.
- Lektion 2 - Presentation av marknadsplaner.

—

6. Avslutande projekt och utvärdering

Under dessa veckor kommer eleverna att arbeta med ett avslutande projekt där de applicerar sina kunskaper.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Projektarbete i marknadsföring	Eleven presenterar ett projektarbete som visar på grundläggande marknadsföringskunskaper.
(Gy 22, Marknadsföring, åk. 3)	

v. 43 - Projektstart och planering (21/10 - 27/10)

- Lektion 1 - Introduktion till projektet.
- Lektion 2 - Brainstorming av idéer.

v. 44 - Projektarbete och feedback (28/10 - 3/11)

- Lektion 1 - Arbeta med projektet.
- Lektion 2 - Ge och ta emot feedback på idéer.

v. 45 - Presentation och utvärdering av projekt (4/11 - 10/11)

- Lektion 1 - Presentation av projektarbeten.
- Lektion 2 - Reflektion och utvärdering av projekten.

v. 46-51 - Revidering av projekt (11/11 - 22/12)

- Lektion 1-2 - Arbeta med revidering baserat på feedback och förbereda för betygssättning och lärande utvärdering.

Uppföljning

Uppge ett nyckelord nedan så utför jag det.

- □ Word - Skapar ett dokument.
- □ Utveckla - Utökade lektionsbeskrivningar
- ➡ Nästa- Fortsätt planeringen

Tags: [Planering](#)