

KATALOG

Videregående Markedsføring og ledelse



FAGBOKFORLAGET

Brand 2.0

Markedsføring og leiing 2

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032225
Pris	: 999,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2024
Utgave	: 1
Sider	: 410

Brand 2.0 er ei nyskriven lærebok for vidaregåande skole for programfaget markedsføring og leiing 2 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplan gjeldande frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0*, *Brand 2.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege *Økonomiportalen*. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget og har ein omfattande omgrepsbase. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og legg vekt på å illustrere eit framtidsperspektiv for markedsføringsfaget. Etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 tek for seg omgivnadene som påverkar markedsføringsarbeidet, og diskuterer særleg kva berekraftsomsyn og teknologisk utvikling har å seie for faget. I denne delen blir også verdiomgrepet diskutert.

Del 2 tek for seg marknadsanalyse og innsikt og gir elevane både konkrete verktøy og øver dei i å tolke svara som kjem fram i analysane.

Del 3 inneheld marknadsstrategiske vurderingar og har kapittelvise gjennomgangar av korleis dei fire konkurransemidla produkt, pris, påverknad og plass kan nyttast i marknadsarbeidet.

Del 4 dekkjer kompetansemålet om fagleg kreativitet og problemløysing og gjennomgår også praktiske verkemiddel for å løyse designutfordringar.

Brand 2.0

Markedsføring og ledelse 2

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032195
Pris	: 999,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2024
Utgave	: 1
Sider	: 410

Brand 2.0 er en nyskrevet lærebok for videregående skole for programfaget markedsføring og ledelse 2 i studieforberedende utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemålene i læreplan gjeldende fra august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0*, *Brand 2.0* og en nettressurs som er del av den tverrfaglige Økonomiportalen. Ressursene legger vekt på en praktisk tilnærming til faget og har en omfattende begrepsbase. Boka har et visuelt uttrykk med figurer som støtter teksten gjennom å illustrere teorien, og legger vekt på å illustrere et framtidsperspektiv for markedsføringsfaget. Etter hvert kapittel er det varierte oppgaver og verktøy.

Del 1 tar for seg omgivelsene som påvirker markedsføringsarbeidet, og diskuterer særlig hva bærekraftshensyn og teknologisk utvikling betyr for faget. I denne delen diskuteres også verdibegrepet. Del 2 tar for seg markedsanalyse og innsikt og gir elevene både konkrete verktøy og øver dem i å tolke svarene som kommer fram i analysene.

Del 3 er viet markedsstrategiske vurderinger og har kapittelvis gjennomganger av hvordan de fire konkurransemidlene produkt, pris, påvirkning og plass kan brukes i markedsarbeidet.

Del 4 dekker kompetansemålet om faglig kreativitet og problemløsning og gjennomgår også praktiske virkemidler for å løse designutfordringer.

Brand 2.0, Brettbok

Markedsføring og ledelse 2

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032218
Pris	: 259,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2024
Utgave	: 1
Sider	: 410

Brand 2.0 er en nyskrevet lærebok for videregående skole for programfaget markedsføring og ledelse 2 i studieforberedende utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemålene i læreplan gjeldende fra august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0*, *Brand 2.0* og en nettressurs som er del av den tverrfaglige *Økonomiportalen*. Ressursene legger vekt på en praktisk tilnærming til faget og har en omfattende begrepsbase. Boka har et visuelt uttrykk med figurer som støtter teksten gjennom å illustrere teorien, og legger vekt på å illustrere et framtidsperspektiv for markedsføringsfaget. Etter hvert kapittel er det varierte oppgaver og verktøy.

Del 1 tar for seg omgivelsene som påvirker markedsføringsarbeidet, og diskuterer særlig hva bærekraftshensyn og teknologisk utvikling betyr for faget. I denne delen diskuteres også verdibegrepet.

Del 2 tar for seg markedsanalyse og innsikt og gir elevene både konkrete verktøy og øver dem i å tolke svarene som kommer fram i analysene.

Del 3 er viet markedsstrategiske vurderinger og har kapittelvis gjennomganger av hvordan de fire konkurransemidlene produkt, pris, påvirkning og plass kan brukes i markedsarbeidet.

Del 4 dekker kompetansemålet om faglig kreativitet og problemløsning og gjennomgår også praktiske virkemidler for å løse designutfordringer.

Brand 1.0

Markedsføring og leiing 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032157
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334
Vekt	: 840

Fagbokforlagets Økonomiske programfag består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing, samt den tverrfaglege nettressursen Økonomiportalen. *Brand 1.0* er eit heilt nytt læreverk for vidaregåande skole, for programfaget markedsføring og leiing 1 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplanen som gjeld frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege Økonomiportalen. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 introduserer elevane for dei arbeidsoppgåvene ein marknadsførar kan rekne med å få i arbeidslivet. Så kjem det ei innføring i grunnleggjande marknadsføringsomgrep. Deretter blir det presentert viktige utviklingstrekk ved marknadsføringsfaget, berekraftsdimensjonen, digitalisering og etikk og regelverk.

Del 2 presenterer forbrukaråtfærd gjennom to kapittel. Det første kapittelet introduserer teori om det å vere forbrukar, som blir følgt opp av ei innføring i kva som skjer i bevisstheita til forbrukaren. Det neste kapittelet presenterer teori om forbrukaråtfærd og korleis forbrukaren steg for steg beveger seg gjennom ulike prosessar knytte til behov, roller og nye produkt i marknaden.

Del 3 tek for seg marknadsplan og ulike styringsverktøy for all kommunikasjon med marknaden og har ein kapittelvis presentasjon av dei fire konkurransemidla ein kan bruke i marknadsarbeidet: produkt, pris, påverknad og plass.

Brand 1.0, d-bok

Markedsføring og leiing 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032164
Pris	: 229,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334

Fagbokforlagets Økonomiske programfag består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing, samt den tverrfaglege nettressursen Økonomiportalen. *Brand 1.0* er eit heilt nytt læreverk for vidaregåande skole, for programfaget markedsføring og leiing 1 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplanen som gjeld frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege Økonomiportalen. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 introduserer elevane for dei arbeidsoppgåvene ein marknadsførar kan rekne med å få i arbeidslivet. Så kjem det ei innføring i grunnleggjande marknadsføringsomgrep. Deretter blir det presentert viktige utviklingstrekk ved marknadsføringsfaget, berekraftsdimensjonen, digitalisering og etikk og regelverk.

Del 2 presenterer forbrukaråtfærd gjennom to kapittel. Det første kapittelet introduserer teori om det å vere forbrukar, som blir følgt opp av ei innføring i kva som skjer i bevisstheita til forbrukaren. Det neste kapittelet presenterer teori om forbrukaråtfærd og korleis forbrukaren steg for steg beveger seg gjennom ulike prosessar knytte til behov, roller og nye produkt i marknaden.

Del 3 tek for seg marknadsplan og ulike styringsverktøy for all kommunikasjon med marknaden og har ein kapittelvis presentasjon av dei fire konkurransemidla ein kan bruke i marknadsarbeidet: produkt, pris, påverknad og plass.

Brand 1.0

Markedsføring og ledelse 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032126
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334
Vekt	: 855

Brand 1.0 er et helt nytt læreverk for markedsføring og ledelse 1.

Læreverket som består av læreboka Brand 1.0 og en nettressurs som er del av den tverrfaglige Økonomiportalen, legger vekt på en praktisk tilnærming til faget gjennom presentasjon av modeller, varierte oppgaver og verktøy til hjelp for elevene i arbeidet med faget.

Læreboka Brand 1.0 har et visuelt uttrykk med figurer som illustrerer teorien.

Bokas innhold:

DEL 1 MARKEDSFØRING

Kapittel 1 Markedsføreren

Kapittel 2 Markedsføring og ledelse

Kapittel 3 Markeds- og samfunnsutvikling (markedsføring i et utviklingsperspektiv, bærekraft, digitalisering, etikk og regelverk)

DEL 2 FORBRUKERATFERD

Kapittel 4 Forbrukeren

Kapittel 5 Atferd

DEL 3 MARKEDSPLANEN

Kapittel 6 Forretningsidé
Kapittel 7 Situasjonsanalyse
Kapittel 8 Markedsundersøkelser
Kapittel 9 Målgruppe
Kapittel 10 Markeds mål
Kapittel 11-15 Markedsstrategi

Kapittel 16 Markedsmiks

Brand 1.0, d-bok

Markedsføring og ledelse 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN : 9788211032133
Pris : 229,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2022
Utgave : 1
Sider : 334

Brand 1.0 er et helt nytt læreverk for markedsføring og ledelse 1.

Læreverket som består av læreboka *Brand 1.0* og en nettressurs som er del av den tverrfaglige *Økonomiportalen*, legger vekt på en praktisk tilnærming til faget gjennom presentasjon av modeller, varierte oppgaver og verktøy til hjelp for elevene i arbeidet med faget.

Læreboka *Brand 1.0* har et visuelt uttrykk med figurer som illustrerer teorien.

Bokas innhold:

DEL 1 MARKEDSFØRINGKapittel 1 Markedsføreren

Kapittel 2 Markedsføring og ledelse

Kapittel 3 Markeds- og samfunnsutvikling (markedsføring i et utviklingsperspektiv, bærekraft, digitalisering, etikk og regelverk)

DEL 2 FORBRUKERATFERDKapittel 4 Forbrukeren

Kapittel 5 Atferd

DEL 3 MARKEDSPLANENKapittel 6 Forretningsidé

Kapittel 7 Situasjonsanalyse

Kapittel 8 Markedsundersøkelser

Kapittel 9 Målgruppe

Kapittel 10 Markeds mål

Kapittel 11-15 Markedsstrategi

Kapittel 16 Markedsmiks

Læreboka *Brand 1.0* vil utkomme i løpet av høsten. For å likevel gjøre det mulig å benytte *Brand 1.0* fra skolestart 2021, vil de første kapitlene med oppgaver og presentasjoner vil foreligge digitalt i *Økonomiportalen* til skolestart.

Økonomiportalen lærer

Økonomiske programfag i videregående skole



ISBN : 9788211037961
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1

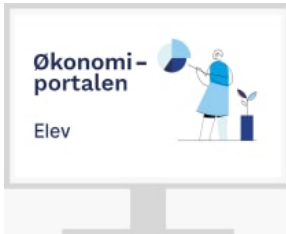
Økonomiportalen er den tverrfaglige nettressursen til de økonomiske programfagene – entreprenørskap og bedriftsutvikling, markedsføring og ledelse og næringslivsøkonomi.

I Økonomiportalen finnes ressurser både for elever og lærere til de enkelte bøkene i programfagene. Samtidig er det en tverrfaglig ressurs som setter de tre fagene i sammenheng gjennom tverrfaglige temaer og caser. Målet er at elever som har flere av programfagene enklere skal kunne se sammenhengene mellom fagene og få en mer helhetlig forståelse av det å etablere og drive virksomheter.

Kontakt [for tilgang.](#)

Økonomiportalen elev

Økonomiske programfag i videregående skole



ISBN : 9788211045386
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1

Økonomiportalen er den tverrfaglige nettressursen til de økonomiske programfagene – entreprenørskap og bedriftsutvikling, markedsføring og ledelse og næringslivsøkonomi.

I Økonomiportalen finnes ressurser både for elever og lærere til de enkelte bøkene i programfagene. Samtidig er det en tverrfaglig ressurs som setter de tre fagene i sammenheng gjennom tverrfaglige temaer og caser. Målet er at elever som har flere av programfagene enklere skal kunne se sammenhengene mellom fagene og få en mer helhetlig forståelse av det å etablere og drive virksomheter.

Økonomiportalen elev er gratis tilgjengelig for elever og lærere

Kontakt digitalt@fagbokforlaget.no for tilgang.

Brand 1.0

Markedsføring og ledelse 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032126
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334
Vekt	: 855

Brand 1.0 er et helt nytt læreverk for markedsføring og ledelse 1.

Læreverket som består av læreboka Brand 1.0 og en nettressurs som er del av den tverrfaglige Økonomiportalen, legger vekt på en praktisk tilnærming til faget gjennom presentasjon av modeller, varierte oppgaver og verktøy til hjelp for elevene i arbeidet med faget.

Læreboka Brand 1.0 har et visuelt uttrykk med figurer som illustrerer teorien.

Bokas innhold:

DEL 1 MARKEDSFØRING

Kapittel 1 Markedsføreren

Kapittel 2 Markedsføring og ledelse

Kapittel 3 Markeds- og samfunnsutvikling (markedsføring i et utviklingsperspektiv, bærekraft, digitalisering, etikk og regelverk)

DEL 2 FORBRUKERATFERD

Kapittel 4 Forbrukeren

Kapittel 5 Atferd

DEL 3 MARKEDSPLANEN

Kapittel 6 Forretningsidé
Kapittel 7 Situasjonsanalyse
Kapittel 8 Markedsundersøkelser
Kapittel 9 Målgruppe
Kapittel 10 Markeds mål
Kapittel 11-15 Markedsstrategi

Kapittel 16 Markedsmiks

Brand 1.0

Markedsføring og leiing 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032157
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334
Vekt	: 840

Fagbokforlagets Økonomiske programfag består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing, samt den tverrfaglege nettressursen Økonomiportalen. *Brand 1.0* er eit heilt nytt læreverk for vidaregåande skole, for programfaget markedsføring og leiing 1 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplanen som gjeld frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege Økonomiportalen. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 introduserer elevane for dei arbeidsoppgåvene ein marknadsførar kan rekne med å få i arbeidslivet. Så kjem det ei innføring i grunnleggjande marknadsføringsomgrep. Deretter blir det presentert viktige utviklingstrekk ved marknadsføringsfaget, berekraftsdimensjonen, digitalisering og etikk og regelverk.

Del 2 presenterer forbrukaråtfærd gjennom to kapittel. Det første kapittelet introduserer teori om det å vere forbrukar, som blir følgt opp av ei innføring i kva som skjer i bevisstheita til forbrukaren. Det neste kapittelet presenterer teori om forbrukaråtfærd og korleis forbrukaren steg for steg beveger seg gjennom ulike prosessar knytte til behov, roller og nye produkt i marknaden.

Del 3 tek for seg marknadsplan og ulike styringsverktøy for all kommunikasjon med marknaden og har ein kapittelvis presentasjon av dei fire konkurransemidla ein kan bruke i marknadsarbeidet: produkt, pris, påverknad og plass.

Brand 1.0, d-bok

Markedsføring og leiing 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032164
Pris	: 229,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 334

Fagbokforlagets Økonomiske programfag består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing, samt den tverrfaglege nettressursen Økonomiportalen. *Brand 1.0* er eit heilt nytt læreverk for vidaregåande skole, for programfaget markedsføring og leiing 1 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplanen som gjeld frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege Økonomiportalen. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 introduserer elevane for dei arbeidsoppgåvene ein marknadsførar kan rekne med å få i arbeidslivet. Så kjem det ei innføring i grunnleggjande marknadsføringsomgrep. Deretter blir det presentert viktige utviklingstrekk ved marknadsføringsfaget, berekraftsdimensjonen, digitalisering og etikk og regelverk.

Del 2 presenterer forbrukaråtfærd gjennom to kapittel. Det første kapittelet introduserer teori om det å vere forbrukar, som blir følgt opp av ei innføring i kva som skjer i bevisstheita til forbrukaren. Det neste kapittelet presenterer teori om forbrukaråtfærd og korleis forbrukaren steg for steg beveger seg gjennom ulike prosessar knytte til behov, roller og nye produkt i marknaden.

Del 3 tek for seg marknadsplan og ulike styringsverktøy for all kommunikasjon med marknaden og har ein kapittelvis presentasjon av dei fire konkurransemidla ein kan bruke i marknadsarbeidet: produkt, pris, påverknad og plass.

Brand 1.0, d-bok

Markedsføring og ledelse 1

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN : 9788211032133
Pris : 229,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2022
Utgave : 1
Sider : 334

Brand 1.0 er et helt nytt læreverkt for markedsføring og ledelse 1.

Læreverket som består av læreboka *Brand 1.0* og en nettressurs som er del av den tverrfaglige *Økonomiportalen*, legger vekt på en praktisk tilnærming til faget gjennom presentasjon av modeller, varierte oppgaver og verktøy til hjelp for elevene i arbeidet med faget.

Læreboka *Brand 1.0* har et visuelt uttrykk med figurer som illustrerer teorien.

Bokas innhold:

DEL 1 MARKEDSFØRINGKapittel 1 Markedsføreren

Kapittel 2 Markedsføring og ledelse

Kapittel 3 Markeds- og samfunnsutvikling (markedsføring i et utviklingsperspektiv, bærekraft, digitalisering, etikk og regelverk)

DEL 2 FORBRUKERATFERDKapittel 4 Forbrukeren

Kapittel 5 Atferd

DEL 3 MARKEDSPLANENKapittel 6 Forretningsidé

Kapittel 7 Situasjonsanalyse

Kapittel 8 Markedsundersøkelser

Kapittel 9 Målgruppe

Kapittel 10 Markeds mål

Kapittel 11-15 Markedsstrategi

Kapittel 16 Markedsmiks

Læreboka *Brand 1.0* vil utkomme i løpet av høsten. For å likevel gjøre det mulig å benytte *Brand 1.0* fra skolestart 2021, vil de første kapitlene med oppgaver og presentasjoner vil foreligge digitalt i *Økonomiportalen* til skolestart.

Brand 2.0

Markedsføring og ledelse 2

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032195
Pris	: 999,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2024
Utgave	: 1
Sider	: 410

Brand 2.0 er en nyskrevet lærebok for videregående skole for programfaget markedsføring og ledelse 2 i studieforberedende utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemålene i læreplan gjeldende fra august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0*, *Brand 2.0* og en nettressurs som er del av den tverrfaglige Økonomiportalen. Ressursene legger vekt på en praktisk tilnærming til faget og har en omfattende begrepsbase. Boka har et visuelt uttrykk med figurer som støtter teksten gjennom å illustrere teorien, og legger vekt på å illustrere et framtidsperspektiv for markedsføringsfaget. Etter hvert kapittel er det varierte oppgaver og verktøy.

Del 1 tar for seg omgivelsene som påvirker markedsføringsarbeidet, og diskuterer særlig hva bærekraftshensyn og teknologisk utvikling betyr for faget. I denne delen diskuteres også verdibegrepet. Del 2 tar for seg markedsanalyse og innsikt og gir elevene både konkrete verktøy og øver dem i å tolke svarene som kommer fram i analysene.

Del 3 er viet markedsstrategiske vurderinger og har kapittelvis gjennomganger av hvordan de fire konkurransemidlene produkt, pris, påvirkning og plass kan brukes i markedsarbeidet.

Del 4 dekker kompetansemålet om faglig kreativitet og problemløsning og gjennomgår også praktiske virkemidler for å løse designutfordringer.

Brand 2.0

Markedsføring og leiing 2

Siri Løvaas, Arne Rusten Syltevig, Ruth-Wenche Hebnes Vinje



ISBN	: 9788211032225
Pris	: 999,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2024
Utgave	: 1
Sider	: 410

Brand 2.0 er ei nyskriven lærebok for vidaregåande skole for programfaget markedsføring og leiing 2 i studieførebuande utdanningsprogram. Boka er basert på kompetansemåla i læreplan gjeldande frå august 2021.

Læreverket består av læreboka *Brand 1.0*, *Brand 2.0* og ein nettressurs som er del av den tverrfaglege *Økonomiportalen*. Ressursane legg vekt på ei praktisk tilnærming til faget og har ein omfattande omgrepsbase. Boka har eit visuelt uttrykk med figurar som støttar teksten gjennom å illustrere teorien, og legg vekt på å illustrere eit framtidsperspektiv for markedsføringsfaget. Etter kvart kapittel er det varierte oppgåver og verktøy.

Del 1 tek for seg omgivnadene som påverkar markedsføringsarbeidet, og diskuterer særleg kva berekraftsomsyn og teknologisk utvikling har å seie for faget. I denne delen blir også verdiomgrepet diskutert.

Del 2 tek for seg marknadsanalyse og innsikt og gir elevane både konkrete verktøy og øver dei i å tolke svara som kjem fram i analysane.

Del 3 inneheld marknadsstrategiske vurderingar og har kapittelvise gjennomgangar av korleis dei fire konkurransemidla produkt, pris, påverknad og plass kan nyttast i marknadsarbeidet.

Del 4 dekkjer kompetansemålet om fagleg kreativitet og problemløysing og gjennomgår også praktiske verkemiddel for å løyse designutfordringar.

Oppstart

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 1

Kåre Håkonsen, Trine Skarvang



ISBN	: 9788211042637
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 2
Sider	: 363
Vekt	: 912

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremidler for de tre programfagene entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og ledelse og den tverrfaglige nettressursen *Økonomiportalen*.

Den andre utgaven av *Oppstart* er en helt nyskrevet lærebok for entreprenørskap og bedriftsutvikling 1 i tråd med intensjonene i fagfornyelsen.

Bak boka ligger en helhetstenkning som tar utgangspunkt i læreplanens formulering om at faget «handler om innsikt i etablering og videreutvikling av virksomheter». Det tverrfaglige temaet «Bærekraftig utvikling» er med gjennom hele boka, og teoriene og modellene som gjennomgås, er de nyeste på feltet og gjenspeiler at handelen i dag for det meste foregår på nett. Mange av modellene er tilgjengelige som verktøy i *Økonomiportalen*, som er nettressursen til boka.

Del 1 «Oversikt og teorigrunnlag» tar for seg teori som gir forståelse av hva som skjer når man starter en virksomhet. Her er det grunnleggende innføring i temaer som entreprenørskap, bærekraft, markedsføring og økonomi. I del 2 «Oppstartsprosessen» presenterer boka hele prosessen fra idé til drift og utvikling, steg for steg. En gjennomgående case følger kapitlene med nye oppgaver for hvert steg.

Boka *Oppstart* sammen med nettressursen *Økonomiportalen* inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Oppstart

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 1

Kåre Håkonsen, Trine Skarvang



ISBN	: 9788211042606
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 2
Sider	: 363
Vekt	: 981

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*.

Den andre utgåva av *Oppstart* er ei helt nyskriven lærebok for entreprenørskap og bedriftsutvikling 1 i tråd med intensjonane i fagfornyinga.

Bak boka ligg ei heilskapstenking som tek utgangspunkt i formuleringa til læreplanen om at faget «handlar om innsikt i etablering og vidareutvikling av verksemdar». Det tverrfaglege temaet «Berekraftig utvikling» er med gjennom heile boka, og teoriane og modellane som blir gjennomgått, er dei nyaste på feltet og speglar at handelen i dag for det meste går for seg på nett. Mange av modellane er tilgjengelege som verktøy i *Økonomiportalen*, som er nettressursen til boka.

Del 1 «Oversikt og teorigrunnlag» tek for seg teori som gir forståing av kva som skjer når ein startar ei verksemd. Her er det grunnleggjande innføring i tema som entreprenørskap, berekraft, markedsføring og økonomi. I del 2 «Oppstartsprosessen» presenterer boka heile prosessen frå idé til drift og utvikling, steg for steg. Ein gjennomgåande case følgjer kapitla med nye oppgåver for kvart steg. Boka *Oppstart* saman med nettressursen *Økonomiportalen* inneheld eit stort utval av oppgåver på alle nivå.

Oppstart, d-bok

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 1

Kåre Håkonsen, Trine Skarvang



ISBN	: 9788211042620
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 2
Sider	: 363

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremidler for de tre programfagene entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og ledelse og den tverrfaglige nettressursen *Økonomiportalen*.

Den andre utgaven av *Oppstart* er en helt nyskrevet lærebok for entreprenørskap og bedriftsutvikling 1 i tråd med intensjonene i fagfornyelsen.

Bak boka ligger en helhetstenkning som tar utgangspunkt i læreplanens formulering om at faget «handler om innsikt i etablering og videreutvikling av virksomheter». Det tverrfaglige temaet «Bærekraftig utvikling» er med gjennom hele boka, og teoriene og modellene som gjennomgås, er de nyeste på feltet og gjenspeiler at handelen i dag for det meste foregår på nett. Mange av modellene er tilgjengelige som verktøy i *Økonomiportalen*, som er nettressursen til boka.

Del 1 «Oversikt og teorigrunnlag» tar for seg teori som gir forståelse av hva som skjer når man starter en virksomhet. Her er det grunnleggende innføring i temaer som entreprenørskap, bærekraft, markedsføring og økonomi. I del 2 «Oppstartsprosessen» presenterer boka hele prosessen fra idé til drift og utvikling, steg for steg. En gjennomgående case følger kapitlene med nye oppgaver for hvert steg.

Boka *Oppstart* sammen med nettressursen *Økonomiportalen* inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Oppstart, d-bok

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 1

Kåre Håkonsen, Trine Skarvang



ISBN	: 9788211042590
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 2
Sider	: 363

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*.

Den andre utgåva av *Oppstart* er ei helt nyskriven lærebok for entreprenørskap og bedriftsutvikling 1 i tråd med intensjonane i fagfornyinga.

Bak boka ligg ei heilskapstenking som tek utgangspunkt i formuleringa til læreplanen om at faget «handlar om innsikt i etablering og vidareutvikling av verksemdar». Det tverrfaglege temaet «Berekraftig utvikling» er med gjennom heile boka, og teoriane og modellane som blir gjennomgått, er dei nyaste på feltet og speglar at handelen i dag for det meste går for seg på nett. Mange av modellane er tilgjengelege som verktøy i *Økonomiportalen*, som er nettressursen til boka.

Del 1 «Oversikt og teorigrunnlag» tek for seg teori som gir forståing av kva som skjer når ein startar ei verksemd. Her er det grunnleggjande innføring i tema som entreprenørskap, berekraft, markedsføring og økonomi. I del 2 «Oppstartsprosessen» presenterer boka heile prosessen frå idé til drift og utvikling, steg for steg. Ein gjennomgåande case følgjer kapitla med nye oppgåver for kvart steg. Boka *Oppstart* saman med nettressursen *Økonomiportalen* inneheld eit stort utval av oppgåver på alle nivå.

Vekst (2022)

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 2

Kåre Håkonsen



ISBN	: 9788211042729
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2023
Utgave	: 2
Sider	: 280
Vekt	: 704

Den andre utgaven av *Vekst* er skrevet til den nye læreplanen for entreprenørskap og bedriftsutvikling 2 og gjenspeiler at antallet kompetansemål er redusert.

Boka presenterer en mest mulig sammenhengende framstilling av utviklingen av etablerte virksomheter, og det legges vekt på betydningen av bærekraftig virksomhetsutvikling.

Vekst er faglig oppdatert. Den har med nye prosjektmetoder, flere innovasjonsprosesser og ledelsesstiler og er grundig i gjennomgangen av forretningsmodeller. Med nye minicaser om spennende norske virksomheter legger boka opp til engasjement og dybdelæring.

Vekst (2023)

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 2

Kåre Håkonsen



ISBN	: 9788211042705
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2023
Utgave	: 2
Sider	: 280
Vekt	: 814

Den andre utgåva av *Vekst* er skriven til den nye læreplanen for entreprenørskap og bedriftsutvikling 2 der det no er færre kompetansemål.

Boka presenterer ei mest mogleg samanhengande framstilling av utviklinga av etablerte verksemder, og det er lagt vekt på kor viktig berekraftig verksemdsutvikling er.

Vekst er fagleg oppdatert. Boka har med nye prosjektmetodar, fleire innovasjonsprosessar og leiingsstilar og er grundig i gjennomgangen av forretningsmodellar. Med nye minicasar om spennande norske verksemder legg boka opp til engasjement og djupnelæring.

Vekst (2022), d-bok

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 2

Kåre Håkonsen



ISBN	: 9788211042712
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 2
Sider	: 280

Den andre utgaven av *Vekst* er skrevet til den nye læreplanen for entreprenørskap og bedriftsutvikling 2 og gjenspeiler at antallet kompetansemål er redusert.

Boka presenterer en mest mulig sammenhengende framstilling av utviklingen av etablerte virksomheter, og det legges vekt på betydningen av bærekraftig virksomhetsutvikling.

Vekst er faglig oppdatert. Den har med nye prosjektmetoder, flere innovasjonsprosesser og ledelsesstiler og er grundig i gjennomgangen av forretningsmodeller. Med nye minicaser om spennende norske virksomheter legger boka opp til engasjement og dybdelæring.

Vekst (2023), d-bok

Entreprenørskap og bedriftsutvikling 2

Kåre Håkonsen



ISBN	: 9788211042699
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2023
Utgave	: 2
Sider	: 280

Den andre utgåva av *Vekst* er skriven til den nye læreplanen for entreprenørskap og bedriftsutvikling 2 der det no er færre kompetansemål.

Boka presenterer ei mest mogleg samanhengande framstilling av utviklinga av etablerte verksemder, og det er lagt vekt på kor viktig berekraftig verksemdsutvikling er.

Vekst er fagleg oppdatert. Boka har med nye prosjektmetodar, fleire innovasjonsprosessar og leiingsstilar og er grundig i gjennomgangen av forretningsmodellar. Med nye minicasar om spennande norske verksemder legg boka opp til engasjement og djupnelæring.

Økonomi 1

Næringslivsøkonomi, økonomistyring

Margaret Nybø, Tove Karin Mannes Ege, Monica Dørheim



ISBN	: 9788211042750
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 1
Sider	: 250
Vekt	: 816

Fagbokforlaget sitt *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*.

Fagbokforlaget sitt *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*. *Økonomi 1* tar for seg grunnleggjande omgrep og framgangsmåtar i programfaget økonomistyring i vidaregåande skole, studieførebuande utdanningsprogram. Boka er skriven etter ny læreplan gjeldande frå august 2021. *Økonomi 1* består av tre delar. Del 1 «Næringsliv og samfunn» tar for seg verksemder i samspel med omgjevnadene, teknologi og berekraft. Del 2 «Rekneskap» gjev ei innføring i grunnleggjande rekneskapsføring, og i del 3 «Pris, budsjett og analyse» presenterast verktøy for planlegging, oppfølging og analyse som dannar grunnlag for økonomisk styring og kontroll. I *Økonomi 1* leggjast det vekt på å forklare økonomiske omgrep, og teorien blir presentert ved bruk av praktiske døme. Boka *Økonomi 1* saman med nettressursen *Økonomiportalen* inneheld eit stort utval av oppgåver på alle nivå.

Økonomi 1

Næringslivsøkonomi, økonomistyring

Margaret Nybø, Tove Karin Mannes Ege, Monica Dørheim



ISBN	: 9788211042774
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 1
Sider	: 250
Vekt	: 740

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremidler for de tre programfagene entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og ledelse samt den tverrfaglige nettressursen *Økonomiportalen*.

Økonomi 1 tar for seg grunnleggende begreper og framgangsmåter i programfaget økonomistyring i videregående skole, studieforbereende utdanningsprogram. Boka er skrevet etter ny læreplan gjeldende fra august 2021. *Økonomi 1* består av tre deler. Del 1 «Næringsliv og samfunn» tar for seg virksomheter i samspill med omgivelsene, teknologi og bærekraft. Del 2 «Regnskap» gir en innføring i grunnleggende regnskapsføring, og i del 3 «Pris, budsjetter og analyse» presenteres verktøy for planlegging, oppfølging og analyse som danner grunnlag for økonomisk styring og kontroll.

I *Økonomi 1* legges det vekt på å forklare økonomiske begreper, og teorien presenteres ved bruk av praktiske eksempler.

Boka *Økonomi 1* sammen med nettressursen *Økonomiportalen* inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Økonomi 1, d-bok

Næringslivsøkonomi, økonomistyring

Margaret Nybø, Tove Karin Mannes Ege, Monica Dørheim



ISBN	: 9788211042743
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 1
Sider	: 250

Fagbokforlaget sitt *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*.

Fagbokforlaget sitt *Økonomiske Programfag* består av læremiddel for dei tre programfaga entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og leiing samt den tverrfaglege nettressursen *Økonomiportalen*.

Økonomi 1 tar for seg grunnleggjande omgrep og framgangsmåtar i programfaget økonomistyring i vidaregåande skole, studieførebuande utdanningsprogram. Boka er skriven etter ny læreplan gjeldande frå august 2021.

Økonomi 1 består av tre delar. Del 1 «Næringsliv og samfunn» tar for seg verksemder i samspel med omgjevnadene, teknologi og berekraft. Del 2 «Rekneskap» gjev ei innføring i grunnleggjande rekneskapsføring, og i del 3 «Pris, budsjett og analyse» presenterast verktøy for planlegging, oppfølging og analyse som danner grunnlag for økonomisk styring og kontroll.

I *Økonomi 1* leggjast det vekt på å forklare økonomiske omgrep, og teorien blir presentert ved bruk av praktiske døme. Boka *Økonomi 1* saman med nettressursen *Økonomiportalen* inneheld eit stort utval av oppgåver på alle nivå.

Økonomi 1, d-bok

Næringslivsøkonomi, økonomistyring

Margaret Nybø, Tove Karin Mannes Ege, Monica Dørheim



ISBN	: 9788211042767
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 1
Sider	: 250

Fagbokforlagets *Økonomiske Programfag* består av læremidler for de tre programfagene entreprenørskap og bedriftsutvikling, næringslivsøkonomi og markedsføring og ledelse samt den tverrfaglige nettressursen *Økonomiportalen*.

Økonomi 1 tar for seg grunnleggende begreper og framgangsmåter i programfaget økonomistyring i videregående skole, studieforbereende utdanningsprogram. Boka er skrevet etter ny læreplan gjeldende fra august 2021. *Økonomi 1* består av tre deler. Del 1 «Næringsliv og samfunn» tar for seg virksomheter i samspill med omgivelsene, teknologi og bærekraft. Del 2 «Regnskap» gir en innføring i grunnleggende regnskapsføring, og i del 3 «Pris, budsjetter og analyse» presenteres verktøy for planlegging, oppfølging og analyse som danner grunnlag for økonomisk styring og kontroll.

I *Økonomi 1* legges det vekt på å forklare økonomiske begreper, og teorien presenteres ved bruk av praktiske eksempler.

Boka *Økonomi 1* sammen med nettressursen *Økonomiportalen* inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Økonomi 2

Næringslivsøkonomi, økonomi og ledelse

Riana Steen, Margaret Nybø



ISBN	: 9788211042842
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 311
Vekt	: 778

Økonomi 2 er skrevet for programfaget økonomi og ledelse i videregående skole, studieforberevende utdanningsprogram, etter ny læreplan gjeldende fra august 2022.

Boka legger vekt på å forklare økonomiske begreper og modeller, og teorien presenteres ved bruk av praktiske eksempler. Boka *Økonomi 2* sammen med nettressursen Økonomiportalen inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Innhold i *Økonomi 2*:

Begrepsforklaringer

DEL 1 LEDELSE OG BÆREKRAFTIG VERDISKAPING Kapittel 1 Organisasjon og ledelse Kapittel 2 Bærekraftig verdiskaping Kapittel 3 Virksomhetens tilpassingsevne

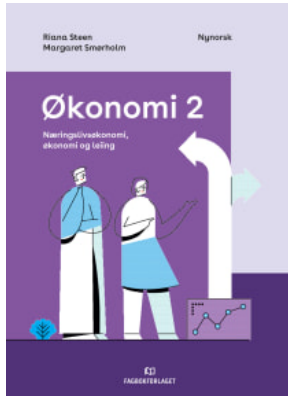
DEL 2 VIRKSOMHETSSTYRING Kapittel 4 Kostnadsteori Kapittel 5 Markeds- og inntektsteori Kapittel 6 Pris og produktkalkyler Kapittel 7 KRV-analyse Kapittel 8 Markedstilpassing

DEL 3 FINANSIERING OG INVESTERING Kapittel 9 Kapitalbehov og finansiering Kapittel 10 Investeringsanalyse

Økonomi 2

Næringslivsøkonomi, økonomi og leiing

Riana Steen, Margaret Nybø



ISBN	: 9788211042804
Pris	: 919,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 311
Vekt	: 789

Økonomi 2 er skrevet for programfaget økonomi og leiing i videregående skule, studieførebuande utdanningsprogram, etter ny læreplan som gjeld frå august 2022.

Boka legg vekt på å forklare økonomiske omgrep og modellar, og teorien blir presentert ved bruk av praktiske eksempel. Boka *Økonomi 2* saman med nettressursen Økonomiportalen inneheld eit stort utval oppgåver på alle nivå.

Innhald i *Økonomi 2*:

Omgrepsliste

DEL 1 LEIING OG BEREKRAFTIG VERDISKAPING Kapittel 1 Organisasjon og leiing Kapittel 2 Berekraftig verdiskaping Kapittel 3 Verksemder si evne til tilpassing

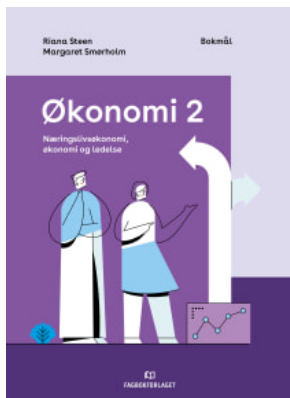
DEL 2 VIRKSOMHETSSTYRING Kapittel 4 Kostnadsteori Kapittel 5 Markeds- og inntektsteori Kapittel 6 Pris og produktkalkylar Kapittel 7 KRV-analyse Kapittel 8 Markedstilpassing

DEL 3 FINANSIERING OG INVESTERING Kapittel 9 Kapitalbehov og finansiering Kapittel 10 Investeringsanalyse

Økonomi 2, d-bok

Næringslivsøkonomi, økonomi og ledelse

Riana Steen, Margaret Nybø



ISBN	: 9788211042835
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 311

Økonomi 2 er skrevet for programfaget økonomi og ledelse i videregående skole, studieforberedende utdanningsprogram, etter ny læreplan gjeldende fra august 2022.

Boka legger vekt på å forklare økonomiske begreper og modeller, og teorien presenteres ved bruk av praktiske eksempler.

Boka *Økonomi 2* sammen med nettressursen Økonomiportalen inneholder et stort utvalg av oppgaver på alle nivåer.

Innhold i *Økonomi 2*:

Begrepsforklaringer

DEL 1 LEDELSE OG BÆREKRAFTIG VERDISKAPING Kapittel 1 Organisasjon og ledelse Kapittel 2 Bærekraftig verdiskaping Kapittel 3 Virksomheters tilpassingsevne

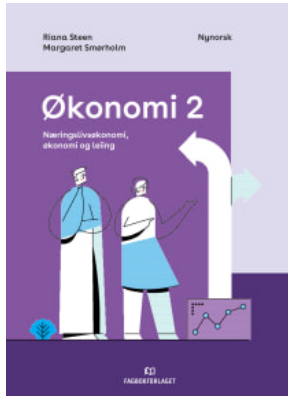
DEL 2 VIRKSOMHETSSTYRING Kapittel 4 Kostnadsteori Kapittel 5 Markeds- og inntektsteori Kapittel 6 Pris og produktkalkyler Kapittel 7 KRV-analyse Kapittel 8 Markedstilpassing

DEL 3 FINANSIERING OG INVESTERING Kapittel 9 Kapitalbehov og finansiering Kapittel 10 Investeringsanalyse

Økonomi 2, d-bok

Næringslivsøkonomi, økonomi og leiing

Riana Steen, Margaret Nybø



ISBN	: 9788211042798
Pris	: 249,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2022
Utgave	: 1
Sider	: 311

Økonomi 2 er skrevet for programfaget økonomi og leiing i videregående skule, studieførebuande utdanningsprogram, etter ny læreplan som gjeld frå august 2022.

Boka legg vekt på å forklare økonomiske omgrep og modellar, og teorien blir presentert ved bruk av praktiske eksempel. Boka *Økonomi 2* saman med nettressursen Økonomiportalen inneheld eit stort utval oppgåver på alle nivå.

Innhald i *Økonomi 2*:

Omgrepsliste

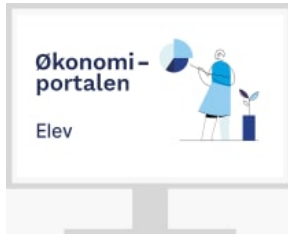
DEL 1 LEIING OG BEREKRAFTIG VERDISKAPING Kapittel 1 Organisasjon og leiing Kapittel 2 Berekraftig verdiskaping Kapittel 3 Verksemder si evne til tilpassing

DEL 2 VIRKSOMHETSSTYRING Kapittel 4 Kostnadsteori Kapittel 5 Markeds- og inntektsteori Kapittel 6 Pris og produktkalkylar Kapittel 7 KRV-analyse Kapittel 8 Markedstilpassing

DEL 3 FINANSIERING OG INVESTERING Kapittel 9 Kapitalbehov og finansiering Kapittel 10 Investeringsanalyse

Økonomiportalen elev

Økonomiske programfag i videregående skole



ISBN : 9788211045386
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1

Økonomiportalen er den tverrfaglige nettressursen til de økonomiske programfagene – entreprenørskap og bedriftsutvikling, markedsføring og ledelse og næringslivsøkonomi.

I Økonomiportalen finnes ressurser både for elever og lærere til de enkelte bøkene i programfagene. Samtidig er det en tverrfaglig ressurs som setter de tre fagene i sammenheng gjennom tverrfaglige temaer og caser. Målet er at elever som har flere av programfagene enklere skal kunne se sammenhengene mellom fagene og få en mer helhetlig forståelse av det å etablere og drive virksomheter.

Økonomiportalen elev er gratis tilgjengelig for elever og lærere

Kontakt digitalt@fagbokforlaget.no for tilgang.

Økonomiportalen lærer

Økonomiske programfag i videregående skole



ISBN : 9788211037961
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1

Økonomiportalen er den tverrfaglige nettressursen til de økonomiske programfagene – entreprenørskap og bedriftsutvikling, markedsføring og ledelse og næringslivsøkonomi.

I Økonomiportalen finnes ressurser både for elever og lærere til de enkelte bøkene i programfagene. Samtidig er det en tverrfaglig ressurs som setter de tre fagene i sammenheng gjennom tverrfaglige temaer og caser. Målet er at elever som har flere av programfagene enklere skal kunne se sammenhengene mellom fagene og få en mer helhetlig forståelse av det å etablere og drive virksomheter.

Kontakt [for tilgang.](#)

FORFATTERE

Arne Rusten Syltevig	· 2,3,4,5,6,7,9,12,14,15,16,17,18
Margaret Nybø	 34
Riana Steen	 31,32,33,34
Siri Løvaas	 18
Trine Skarvang	 19,20,21,22

Kåre Håkonsen	 26
Monica Dørheim	 30
Ruth-Wenche Hebnes Virnes	· 2,3,4,5,6,7,9,12,14,15,16,17,18
Tove Karin Mannes Ege	 27,27,28,28,29,29,30,30

TITLER

Brand 1.0	14
Brand 2.0	18
Oppstart	20
Vekst (2022)	23
Vekst (2023)	24
Økonomi 1	28
Økonomi 2	32
Økonomiportalen elev	35

Brand 1.0, d-bok	16
Brand 2.0, Brettbok	4
Oppstart, d-bok	22
Vekst (2022), d-bok	25
Vekst (2023), d-bok	26
Økonomi 1, d-bok	30
Økonomi 2, d-bok	34
Økonomiportalen lærer	36