



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2022
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Line Brøndum Dalby/ Elo Simoni
Hold	HH2C AF

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til faget og metode
Titel 2	Markedsanalyse
Titel 3	Udbudsforhold: Konkurrenceforhold
Titel 4	Brancheforhold
Titel 5	Købsadfærd på B2C markedet
Titel 6	Virksomhedens eksterne forhold – Omverdensforhold
Titel 7	Virksomhedens interne forhold – Værdikæder og forretningsmodeller
Titel 8	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Titel 9	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 10	Strategi – konkurrence- og vækststrategier
Titel 11	Virksomhedens marketingmix

Titel 1	Introduktion til faget og metode
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til afsætning 2. Samfundsvidenskabelig metode <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler Videoklip Conzoom</p>
Omfang	August / november 2020 (Grundforløb)
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne er blevet introduceret til fagets indhold. Eleverne er bekendte med kompetencer og metode i afsætningsfaget</p> <p>Formål er at give eleverne et indblik i afsætningsfagets indhold. Eleverne er således blevet præsenteret for begreber bredt på tværs af kernestoffet i afsætning.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde

Titel 2	Markedsanalyse
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022</p> <p>Kap 1</p> <p>Analyser fra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coop analyser https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.aspx • Coop Mad-o-mater: https://www.madometer.dk/ • Danmarks statistik.
Omfang	November-December 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne: Anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder. Dvs.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder • forholde sig kritisk til forskellige kilder og indsamlingsmetoder • gennemføre en markedsanalyse og anvende denne som beslutningsgrundlag i en virksomhed. • have viden om kildekritik og viden om repræsentativitet • præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner <p>Progression: Eleverne arbejder i grupper og individuelt. Eleverne præsenterer i grupper.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Gruppearbejde, faglig læsning, Udformning af spørgsmål og spørgeskema. Mundtlig præsentation Der er desuden arbejdet med tolkning af statistiske data.</p>

Titel 3	Konkurrenceforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 4</p> <p>Supplerende stof: Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider</p>
Omfang	December 2020 – februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"> • definere virksomhedens marked • identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position <p>Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt og præsenterer i matrixgrupper.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave

Titel 4	Brancheforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 5</p> <p>Supplerende stof: Artikler Euromonitor Cases</p>
Omfang	Februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Gennemgående model: Porters 5 forces</p> <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche • Vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen • Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret • Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde

Titel 5	Købsadfærd B2C
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 6</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler, Aktuelle emner</p>
Omfang	Februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Give en karakteristik af konsumentmarkedet. - Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden - Beskrive det potentielle marked <p>Progression: Eleverne arbejder i grupper og individuelt</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, skriftligt arbejde

Titel 6	Virksomhedens eksterne forhold - Omverdensforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kap 3</p> <p>Supplerende stof: Hjemmesider Artikler</p>
Omfang	Marts 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation. • Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL) • Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse og præsentationer i grupper

Titel 7	Virksomhedens interne forhold – Værdikæden mv
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 2. Den interne situation</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler</p>
Omfang	Marts-April 2021
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Porters værdikæde (Produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed) • Forretningsmodel: Business Model Canvas • Indlæring af fagudtryk og forståelse for anvendelsen heraf. • Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold • Eleverne skal kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning set i lyset af de indsamlede informationer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde

Titel 8	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kap. 7
Omfang	April 2021
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> • Give karakteristik af producentmarkedet. • Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet. • Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet <p>Progression: Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen.</p> <p>Eleverne arbejder med opgaver på producentmarkedet, hvor købsadfærden analyseres</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse

Titel 9	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 11</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler /videomateriale Conzoom Gallup Kompas</p>
Omfang	April-Maj 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering • Kunne gennemføre en segmenteringsproces • Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet <p>Progression: Progression i forløbet består i, at eleverne arbejde med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde.

Titel 10	Strategi – konkurrence- og vækststrategier
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022</p> <p>Kapitel 8+10</p>
Omfang	Marts 2022
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurrence og Vækststrategier • Blue Ocean strategi • Porteføljeanalyse og -strategi • Digitale forretningsmodeller • Bæredygtighed
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde

Titel 11	Marketingmix
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 14, 15, 16, 18, 20, 22</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler + videomateriale.</p>
Omfang	November 2021- maj 2022
Særlige fokuspunkter	De enkelte 7P parametre og deres indbyrdes sammenhænge. Særskilt fokus på de 3 service P'er.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, cases m. gruppepræsentationer.