



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2023
Institution	SCU – Skanderborg-Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Susanne Maagaard Seidelin (titel 1-10), Jacob Værum Johansen (titel 10-11)
Hold	HH2B Af

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Interne forhold (GF)
Titel 2	Eksterne forhold – omverdensforhold (GF)
Titel 3	Informationssøgning + introduktion til metode (GF)
Titel 4	Konkurrence- og brancheforhold
Titel 5	Købsadfærd på B2C markedet
Titel 6	Købsadfærd på B2B markedet
Titel 7	Markedsanalyse
Titel 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 9	Strategi
Titel 10	Marketingmix
Titel 11	Eksamensprojekt + eksamenstræning



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 1	Interne forhold (GF)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 2 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver, cases, artikler, mv.
Omfang	August + september 2021
Særlige fokuspunkter	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Værdikæder SW-opstilling Forretningsmodeller → gennemgået i VØ
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, individuelt arbejde, gruppearbejde

Titel 2	Eksterne forhold – omverdensforhold (GF)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 3 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler
Omfang	September + oktober 2021
Særlige fokuspunkter	Omverdensmodellen OT-opstilling PESTEL-analyse
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde



Titel 3	Informationssøgning + introduktion til metode (GF)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• ”Samfundsvidenskabelig metode (GF)”<ul style="list-style-type: none">○ Afsnit 1-5 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver• www.dst.dk• Portal.euromonitor.com
Omfang	Oktober 2021
Særlige fokuspunkter	Introduktion til samfundsvidenskabelig metode Søgestrategier Kildekritik Introduktion til og arbejde med følgende databaser: <ul style="list-style-type: none">• Euromonitor• Danmarks Statistik
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde



Titel 4	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 4• Kapitel 5 <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler <p>Emner er også brugt i SO1 – ”iværksætter”.</p>
Omfang	November - januar 2021/2022
Særlige fokuspunkter	Markeder og markedsbeskrivelse Afgrænsning af marked Konkurrencetragsmodellen (konkurrentidentifikation) Markedsandele Præference Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Porters Five Forces
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde, fremlæggelser, aflevering



Titel 5	Købsadfærd på B2C markedet
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 6 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler• Supplerende teori vedr. beslutningsprocessen fra Trojkas afsætningsbog
Omfang	Januar - marts 2022
Særlige fokuspunkter	SOR-modellen Købstyper Købsadfærdstyper Pain Behov Købemotiver Beslutningsprocessen Køberoller Beslutningsprocessen ved internetkøb Andre købsadfærdsbegreber (referencegrupper, opinionsleder, rådighedsbeløb, livscyklus)
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, aflevering, skriftligt arbejde, individuelt arbejde, CL-øvelse



Titel 6	Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 7 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler
Omfang	Marts 2022
Særlige fokuspunkter	B2B-markedets karakteristika Købstyper på B2B-markedet Beslutningsprocessen (Buy Grid-modellen) Valgkriterier Faktorer der påvirker købsadfærden Virksomhedens købscenter Relationsmarkedsføring og transaktionsmarkedsføring Kommunikation på B2B-markedet
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde



Titel 7	Markedsanalyse
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 1 <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver <p>Forløbet er gennemført tværfagligt med matematik.</p>
Omfang	April-maj 2022
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med dataindsamling Datakilder Kvalitative og kvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse Fejlkilder og repræsentativitet Markedsanalyseprocessen</p> <p>Eleverne har gennemført en spørgeskemaundersøgelse og afleveret en rapport over deres resultater (bearbejdet i matematik) samt deres overvejelser omkring tilblivelsen af undersøgelsen.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde



Titel 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 11 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Gallups kompas og Conzoom
Omfang	Maj + august 2022
Særlige fokuspunkter	Segmenteringsprocessen Segmenteringsvariable Segmenteringsmatrix Livsstilsanalyser (Gallups Kompas og Conzoom) Målgruppevalg – SMOK-modellen Fastlæggelse af målgruppestrategi Personas Målgruppebeskrivelse Positionering og differentiering Brandidentitet Betingelser for vellykket positionering Positioneringskort USP, ISP, ESP
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde



Titel 9	Strategi
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 8• Kapitel 10, afsnit 10.1 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases
Omfang	August - september 2022
Særlige fokuspunkter	Virksomhedens strategiske arbejde Strategisk analyse SWOT TOWS-matrix Mission, vision, mål og værdier Konkurrencemæssig fordel Konkurrencestrategi (generisk strategi) Stuck-in-middle Bowmans strategiske ur Organisk og uorganisk vækst Vækststrategier <ul style="list-style-type: none">- Intensiveringsstrategier- Integrationsstrategier- Diversifikationsstrategier- Strategisk alliance Det potentielle marked, det effektive marked, det latente marked
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde



Titel 10	Marketingmix
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 14• Kapitel 15• Kapitel 16• Kapitel 18• Kapitel 20• Kapitel 22 <p>Jenrich, Lene, m.fl.: <i>Afsætning, Niveau B</i>, Trojka, 3. udgave, 2015</p> <ul style="list-style-type: none">• Udvalgte dele af kapitel 26 (kommunikationsplanlægning) <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler, statistikker, undersøgelser
Omfang	September - Marts 2023
Særlige fokuspunkter	<p>Introduktion til marketingmix</p> <ul style="list-style-type: none">• Produktklassifikation• Mærkestrategi• PLC• De 3 ekstra P'er (serviceydelser)• Serviceleverancesystem• Oplevelsesøkonomi• Prisfastsættelsesmetoder og prisdifferentiering• Priselasticitet• Prisstrategier• Distributionsstrategi• Distributionskanaler• E-handel• Promotionformer• Pull og push-strategier• Promotion: Offline medier og online medier• Markedsføringsplan
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde



Titel 11	Eksamensprojekt + eksamenstræning
Indhold	<p>Rammesætning:</p> <p>Gruppearbejde: I grupper à 3 personer laves a) En virksomhedsanalyse – opsættes som poster med tilhørende bilag b) En markedsføringsplan inklusiv medie- og budgetplan c) En podcast, hvor virksomhedsanalyse og markedsføringsplan præsenteres.</p> <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse artikler, statistikker, undersøgelser
Omfang	September - Marts 2023
Særlige fokuspunkter	Pensum i faget.
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Projektarbejde• Research (indsamling af empiri)• Gruppearbejde.• Skriftligt arbejde (analyser + plakat)• Mundtligt arbejde (podcast)• Gruppevis opgaveløsning