



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2023
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Line Brøndum Dalby/ Elo Simoni/Tommy Erhardtzen
Hold	HH3B 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 12	Virksomhedens internationalisering
Titel 13	Virksomhedens internationale parametermix
Titel 14	Virksomhedens markedsføringsplan II

Titel 1	Introduktion til faget og metode
Indhold	<p><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduktion til afsætning</li> <li>2. Samfundsvidenskabelig metode</li> </ol> <p><b>Supplerende stof:</b> 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><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022</p> <p>Kap 1</p> <p><b>Analysér fra:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coop analyser <a href="https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.aspx">https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.aspx</a></li> <li>• Coop Mad-o-mater: <a href="https://www.madometer.dk/">https://www.madometer.dk/</a></li> <li>• Danmarks statistik.</li> </ul>
Omfang	November-December 2020
Særlige fokuspunkter	<p><b>Eleverne skal kunne:</b> Anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder. Dvs.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder</li> <li>• forholde sig kritisk til forskellige kilder og indsamlingsmetoder</li> <li>• gennemføre en markedsanalyse og anvende denne som beslutningsgrundlag i en virksomhed.</li> <li>• have viden om kildekritik og viden om repræsentativitet</li> <li>• præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner</li> </ul> <p><b>Progression:</b> 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><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 4</p> <p><b>Supplerende stof:</b> Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider</p>
Omfang	December 2020 – februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p><b>Eleverne skal kunne:</b> Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• definere virksomhedens marked</li> <li>• identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position</li> </ul> <p><b>Progression:</b> 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><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 5</p> <p><b>Supplerende stof:</b> Artikler Euromonitor Cases</p>
Omfang	Februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p>Gennemgående model: Porters 5 forces</p> <p><b>Eleverne skal kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche</li> <li>• Vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen</li> <li>• Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed</li> </ul> <p><b>Progression:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret</li> <li>• Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen</li> </ul>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde

Titel 5	Købsadfærd B2C
Indhold	<p><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kapitel 6</p> <p><b>Supplerende stof:</b> Cases Diverse artikler, Aktuelle emner</p>
Omfang	Februar 2021
Særlige fokuspunkter	<p><b>Eleverne skal kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Give en karakteristik af konsumentmarkedet.</li> <li>- Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden</li> <li>- Beskrive det potentielle marked</li> </ul> <p><b>Progression:</b> 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><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kap 3</p> <p><b>Supplerende stof:</b> Hjemmesider Artikler</p>
Omfang	Marts 2021
Særlige fokuspunkter	<p><b>Eleverne skal kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation.</li> <li>• Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL)</li> <li>• Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold</li> </ul> <p><b>Progression:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.</li> </ul>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse og præsentationer i grupper

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



Titel 8	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Indhold	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022 Kap. 7
Omfang	April 2021
Særlige fokuspunkter	<b>Eleverne skal kunne:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Give karakteristik af producentmarkedet.</li> <li>• Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet.</li> <li>• Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet</li> </ul> <p><b>Progression:</b> 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><b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2022  Kapitel 11</p> <p><b>Supplerende stof:</b>  Cases  Diverse artikler /videomateriale  Conzoom  Gallup Kompas</p>
Omfang	April-Maj 2021
Særlige fokuspunkter	<p><b>Eleverne skal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering</li> <li>• Kunne gennemføre en segmenteringsproces</li> <li>• Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet</li> </ul> <p><b>Progression:</b>  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><b>Kernestof:</b> 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"> <li>• Konkurrence og Vækststrategier</li> <li>• Blue Ocean strategi</li> <li>• Porteføljeanalyse og -strategi</li> <li>• Digitale forretningsmodeller</li> <li>• Bæredygtighed</li> </ul>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde

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

<b>Titel 9</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Marketing af:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Birte Ravn Østergaard</li> <li>• René Mortensen</li> <li>• Søren Seest Marquart (red.)</li> <li>• Michael Bregendahl</li> <li>• Morten Haase</li> </ul> <p>Kapitel 9</p>
<b>Omfang</b>	August 2022 – November 2022
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Markedsudvælgelse og kulturelle forhold.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, skriftligt arbejde

<b>Titel 10</b>	Virksomhedens internationale parametermix
<b>Indhold</b>	<p>Marketing af:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Birte Ravn Østergaard</li> <li>• René Mortensen</li> <li>• Søren Seest Marquart (red.)</li> <li>• Michael Bregendahl</li> <li>• Morten Haase</li> </ul> <p>Kapitel 17, 19, 21, 23 og 24</p>
<b>Omfang</b>	December 2023 – Marts 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	De fire p'er i international kontekst.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, skriftligt arbejde

<b>Titel 11</b>	Virksomhedens Markedsføringsplan
<b>Indhold</b>	Marketing af: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Birte Ravn Østergaard</li> <li>• René Mortensen</li> <li>• Søren Seest Marquart (red.)</li> <li>• Michael Bregendahl</li> <li>• Morten Haase</li> </ul> Kapitel 25
<b>Omfang</b>	April 2023 – Maj 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Virksomhedens markedsføringsplan.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, skriftligt arbejde