|  |  |
| --- | --- |
| **Undervisningsbeskrivelse**  **Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | august 2024 - juli 2025 |
| **Institution** | EUC Nordvest |
| **Uddannelse** | EUX Business |
| **Fag og niveau** | Afsætning B |
| **Lærer(e)** | Niels Peter Mikkelsen |
| **Hold** | xbust0824n (xbust0824n) |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Introduktion til faget |
| **Titel 2** | Metode & markedsanalyse |
| **Titel 3** | Marketingmix på B2C Produkt & serviceydelser |
| **Titel 4** | Marketingmix på B2C Pris & distribution |
| **Titel 5** | Marketingmix på B2C Promotion |
| **Titel 6** | Segmentering og målgruppevalg |
| **Titel 7** | Den interne situation |
| **Titel 8** | Den eksterne situation |
| **Titel 9** | Branche- og konkurrenceforhold |
| **Titel 10** | Strategi |
| **Titel 11** | Tværgående forløb |
| **Titel 12** | Marketingmixet nationalt markedsføringsplan |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Introduktion til faget (13/08/2024 - 23/08/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2.4) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2.5) |
| **Fordybelsestid** | 2t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | At introducere eleven til faget Afsætning B   Eleven skal kunne redegøre for forskellige koncepter set i et historisk perspektiv, herunder definere virksomhedens handlingsparametre og målgruppe(r)  Kernestof: · Virksomhedstype · Ide, vision og mål · Markedsføringsbegreb · Omverdensforhold · Købsadfærd · Koncepter · Handlingsparametre · Målgruppe · Strategi   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 1 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | Metode & markedsanalyse (07/10/2024 - 24/01/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.4) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9. 7) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.10) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.11) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.12) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.4) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.8) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.9) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 9) * Afsætning B Til EUX (Side: Læse Kapitel 2) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Redegøre for generel erhvervsøkonomisk metode Anvende databaser ved informationsindsamling om markedet Forklare de anvendte metoders formål og indhold Gennemføre simple markedsanalyser Redegøre for respondent udvælgelse Redegøre for de forskellige udvælgelsesmetoder af stikprøver Diskutere og vurdere de indsamlede informationers troværdighed og relevans  Kernestof: Markedsanalyse arbejdsmåder Kvantitative, kvalitative og komparative metoder Datakilder Søgestrategier Kildekritik, kildetyper og repræsentativitet Spørgeskemaudformning Stikprøveudvælgelse og stikprøveplan Markedsanalyseprocessen Big data  Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 2 &amp; kap. 9 samt oplæg om online markedsføring |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | Marketingmix på B2C Produkt & serviceydelser (27/01/2025 - 07/02/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.4) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.4) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.10) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.12) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.7) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.9) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 12.3) |
| **Fordybelsestid** | 5t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Redegøre for de 4 p’er Redegøre for produktklassificering Analysere en virksomheds sortimentssammensætning Redegøre for PLC kurvens forløb og forskellige faser Redegøre for de 3 ekstra P’er Strategi i forhold til service management-systemet  Kernestof: · Produktklassifikation · 4 P’er/komplimentære produkter · De 7 P’er · Produkt life circle · Branding · Mærkestrategi · Serviceydelser som begreb · Serviceleverancesystemet  Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 11-12 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | Marketingmix på B2C Pris & distribution (17/02/2025 - 10/03/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 13. 3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 13.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 13.10) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 13.7) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.4) * Afslutning B Til EUX (Side: Afsnit 13.2) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Vælge den rette prisstrategi Vurdere og kende til forskellige prisfastsættelses metodernes fordele Kunne identificere den rigtige pris på et produkt Identificere de forskellige aktører i distributionskanalen Vælge den rette distributionskanal Vælge den rigtige distributionsstrategi i forhold til konkurrence-strategi  Kernestof: · Prisfastsættelse metoder · Prisstrategi · Priselastisitet · Distribution på konsumentmarkedet &amp; producentmarkedet · Distributionsstrategi · Kædeformer · Franching     Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 13-14 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | Marketingmix på B2C Promotion (03/03/2025 - 14/03/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Hele Kapitel 16) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 15.17) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 15.18) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Opstille kommunikationsmål  Anvende AIDA modellen ved udarbejdelse af promotion-materiale  Lægge en promotion-strategi for et produkt  Redegøre for anvendelsen af digitale medier i kommunikationen med målgruppe Identificere pull og push strategier Anvende et markedskort til planlægning af promotion indsats    Kernestof: · Kommunikationsmål  · AIDA modellen  · Promotionstrategi  · Medieplanlægning  · Sociale medier  · Promotionformer  · Pull push strategi  · Markedskortet  Væsentlige arbejdsformer: · Læreroplæg om grundbegreber · Klasse diskussion · Notat-tagning · Opgaveløsning · Opsamling på begrebsafklaring · Løbende evaluering i form af åbne spørgsmål til eleverne, opgavebesvarelser på klassen.  Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 15 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | Segmentering og målgruppevalg (02/12/2024 - 13/12/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.3) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.6) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.1) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 9.11) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 9.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 9.6) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Redegøre for formålet med at segmentere et marked Redegøre for forskellige modeller til bestemmelse af målgruppe Gennemføre segmenteringsprocessen og vurdere virksomhedens valg af målgrupper Redegøre for forskellige valgkriterietyper Redegøre for SMOK modellen Diskutere positionering i forhold til valg af målgruppe Udarbejde en personas  Kernestof: · Segmenteringsteori (SMP) · Segmenteringsmodel · Målgruppeprofiler og personas · Kriterier for målgruppevalg · Livsstilsmodeller · Konkurrencemæssige positioner &amp; strategi   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 10 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | Den interne situation (26/08/2024 - 06/09/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 3) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 3.5) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 3.6) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Redegøre for modeller til analyse af virksomhedens interne forhold Beskrive en virksomhed ved hjælp af afsætningsmæssige begreber Analysere og diskutere betydningen af kernekompetencer, kritiske succesfaktorer Analysere en virksomhed ud fra værdikæden Redegøre og benytte BMC modellen Redegøre for digitale strategier  Kernestof: · Virksomhedens interne forhold · Forretningsmodeller · Værdikæder   Essentielle emner: · Virksomhedskarakteristik · Kernekompetencer · Konkurrencedygtighed · Kritiske succesfaktorer · Værdiskabelse · SW - analyse · BMC · Digitale forretningsmodeller   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 3 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 8** | Den eksterne situation (09/09/2024 - 08/11/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX * Afsætning B Til EUX * Afsætning B Til EUX * Afsætning B Til EUX (Side: Kap. 6) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 4 Til Afsnit 4.4) |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne definere et relevant marked og kende til forskellene på konsumentmarkedet og producentmarkedet. Redegøre for og anvende modeller og teorier til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsumentmarkedet og producentmarkedet Analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger Redegøre for de forskelle elementer i PESTEL analysen Analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens-vilkår for virksomheder Reaktioner på ændringer i omverdenen  Kernestof: · Omverdens-forhold nationalt og globalt · Købsadfærdsteori på konsument- og producentmarkedet   Essentielle emner: · Markedsforståelse · Købsadfærdsmodeller og teorier · Behov og købemotiver · Beslutningsprocessen på de 2 markeder · Buy-grid modellen · Socialpsykologiske købsadfærdsmodeller · Online købsadfærd · Referencegrupper · SOR-modellen · OT-analyse · Muligheds/trusselsmatrice · PESTEL-analyse   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 4, kap. 6 &amp; 7 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 9** | Branche- og konkurrenceforhold (23/09/2024 - 04/10/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX * Afsætning B Til EUX (Side: Kap. 5) * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 7) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 5.2) * Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 5.7) |
| **Fordybelsestid** | 5t 30m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Redegøre for virksomhedens marked og lave en klar markedsafgrænsning Analysere og diskutere hvorledes konkurrenceforholdene i en branche kan påvirke virksomhedens muligheder for vækst Redegøre for model til konkurrent identifikation Bestemme de konkurrencemæssige positioner på markedet Analysere virksomhedens konkurrencesituation på et givet marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi og positionering Redegøre for, hvilke muligheder de enkelte virksomheder har for at fastholde eller opnå en bedre markedsmæssig position Udarbejde en TOWS-matrice Kunne anvende Portes five forces modellen til at lave en analyse af konkurrencesituationen i branchen  Kernestof: · Branche- og konkurrence-analyse · Virksomhedens positionering · Konkurrenceforhold · Konkurrentidentifikation · Konkurrenceformer · Konkurrencemæssige positioner   Essentielle emner: · Porters five forces · Konkurrencetragt · Differentiering · Konkurrentanalyse · Konkurrencemæssige positioner · Positionering · USP, ESP og me-too produkter   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 5 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 10** | Strategi (18/11/2024 - 13/12/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 8) * Afslutning Til EUX |
| **Fordybelsestid** | 4t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Udarbejde en markedsbeskrivelse På baggrund af virksomhedens interne forhold og Marco forholdene på markedet udarbejdes en SWOT-analyse Redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst Udarbejd en TOWS-matrice og strategiske tiltag Redegøre for BMC modellens faser Redegøre for forskellige strategimodeller, deres egenskaber og forudsætninger Vurdere en given virksomheds muligheder for vækst Redegøre for konkurrencestrategiens indhold Diskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategi  Kernestof: · Ide, vision, værdier og mål · Strategisk planlægning · SWOT model · TOWS model · Vækststrategier · Konkurrencestrategi (generisk strategi)   Essentielle emner: · Værdikæde sammenhæng med værdikæde og omverdens-model · Operationelle mål · Vækst via intensivering, integration, frasalg/lukning, diversifikation · Generisk strategier · SWOT analyse · Disruption   Systime Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 8 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 11** | Tværgående forløb (01/01/2025 - 25/04/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:   * Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1-16)   Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 20t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Det tværgående forløb er tænkt som et ”opsamlende” forløb, hvor I skal arbejde med teorier/begreber/modeller fra fagets kernestofområder. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | skriftligt arbejde |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 12** | Marketingmixet nationalt markedsføringsplan (24/03/2025 - 30/04/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:  Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 20t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne: Kende og anvende markedsføringsplanens elementer Udarbejde en markedsføringsplan Kende markedsføringsplanens 3 planlægnings-niveauer Udarbejde en tids- ansvarsplan for markedsføringsplanen  Kernestof: Markedsføringsplanen  Væsentlige arbejdsformer: Læreroplæg om grundbegreber Klasse diskussion Notat-tagning Opgaveløsning Opsamling på begrebsafklaring Løbende evaluering i form af åbne spørgsmål til eleverne opgavebesvarelser på klassen og klasse diskussion |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

[Retur til forside](#Retur)