|  |  |
| --- | --- |
| **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 metodeAnvende databaser ved informationsindsamling om markedetForklare de anvendte metoders formål og indholdGennemføre simple markedsanalyserRedegøre for respondent udvælgelseRedegøre for de forskellige udvælgelsesmetoder af stikprøverDiskutere og vurdere de indsamlede informationers troværdighed og relevansKernestof:Markedsanalyse arbejdsmåderKvantitative, kvalitative og komparative metoderDatakilderSøgestrategierKildekritik, kildetyper og repræsentativitetSpørgeskemaudformningStikprøveudvælgelse og stikprøveplanMarkedsanalyseprocessenBig 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’erRedegøre for produktklassificeringAnalysere en virksomheds sortimentssammensætningRedegøre for PLC kurvens forløb og forskellige faserRedegøre for de 3 ekstra P’erStrategi i forhold til service management-systemetKernestof:· 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 prisstrategiVurdere og kende til forskellige prisfastsættelses metodernes fordeleKunne identificere den rigtige pris på et produktIdentificere de forskellige aktører i distributionskanalenVælge den rette distributionskanalVælge den rigtige distributionsstrategi i forhold til konkurrence-strategiKernestof:· 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 målgruppeIdentificere pull og push strategierAnvende et markedskort til planlægning af promotion indsats  Kernestof:· Kommunikationsmål · AIDA modellen · Promotionstrategi · Medieplanlægning · Sociale medier · Promotionformer · Pull push strategi · MarkedskortetVæsentlige 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 markedRedegøre for forskellige modeller til bestemmelse af målgruppeGennemføre segmenteringsprocessen og vurdere virksomhedens valg af målgrupperRedegøre for forskellige valgkriterietyperRedegøre for SMOK modellenDiskutere positionering i forhold til valg af målgruppeUdarbejde en personasKernestof:· 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 forholdBeskrive en virksomhed ved hjælp af afsætningsmæssige begreberAnalysere og diskutere betydningen af kernekompetencer, kritiske succesfaktorerAnalysere en virksomhed ud fra værdikædenRedegøre og benytte BMC modellenRedegøre for digitale strategierKernestof:· 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 producentmarkedetAnalysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutningerRedegøre for de forskelle elementer i PESTEL analysenAnalysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens-vilkår for virksomhederReaktioner på ændringer i omverdenenKernestof:· 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 markedsafgrænsningAnalysere og diskutere hvorledes konkurrenceforholdene i en branche kan påvirke virksomhedens muligheder for vækstRedegøre for model til konkurrent identifikationBestemme de konkurrencemæssige positioner på markedetAnalysere virksomhedens konkurrencesituation på et givet marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi og positioneringRedegøre for, hvilke muligheder de enkelte virksomheder har for at fastholde eller opnå en bedre markedsmæssig positionUdarbejde en TOWS-matriceKunne anvende Portes five forces modellen til at lave en analyse af konkurrencesituationen i branchenKernestof:· 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 markedsbeskrivelsePå baggrund af virksomhedens interne forhold og Marco forholdene på markedet udarbejdes en SWOT-analyseRedegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækstUdarbejd en TOWS-matrice og strategiske tiltagRedegøre for BMC modellens faserRedegøre for forskellige strategimodeller, deres egenskaber og forudsætningerVurdere en given virksomheds muligheder for vækstRedegøre for konkurrencestrategiens indholdDiskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategiKernestof:· 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 medteorier/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 elementerUdarbejde en markedsføringsplanKende markedsføringsplanens 3 planlægnings-niveauerUdarbejde en tids- ansvarsplan for markedsføringsplanenKernestof:MarkedsføringsplanenVæsentlige arbejdsformer:Læreroplæg om grundbegreberKlasse diskussionNotat-tagningOpgaveløsningOpsamling på begrebsafklaringLøbende evaluering i form af åbne spørgsmål til eleverneopgavebesvarelser på klassen og klasse diskussion |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

[Retur til forside](#Retur)