

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Sommer 2022
<b>Institution</b>	EUC Nordvest/Thisted handelsgymnasium
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Pia Lynggaard
<b>Hold</b>	3gtBafsA21t

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens eksterne forhold
<b>Titel 3</b>	Strategi
<b>Titel 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 5</b>	Marketingmix
<b>Titel 6</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 7</b>	Internationalisering
<b>Titel 8</b>	Tværgående forløb

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

<b>Titel 1</b>	<b>Virksomhedens interne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedskarakteristik</li> <li>• Konkurrencedygtighed</li> <li>• Forretningsmodeller</li> <li>• Business Model Canvas</li> <li>• Værdikæder</li> <li>• SW-opstilling</li> </ul>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>

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

<b>Titel 2</b>	<b>Virksomhedens eksterne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 3-7</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Omverdensforhold:</b></p> <p>Omverdensmodellen</p> <p>OT-opstilling</p> <p>Muligheds- og trusselsmatrix</p> <p>PESTEL-analyse</p> <p><b>Konkurrenceforhold:</b></p> <p>Markedskarakteristika</p> <p>Konsument- og producentmarkedet</p> <p>Konkurrentidentifikation</p> <p>Markedsandel og præferencer</p> <p>Konkurrencemæssige positioner</p> <p>Konkurrentanalyse</p> <p><b>Brancheforhold:</b></p> <p>Branchekarakteristik</p> <p>Brancheanalyse</p> <p><b>Købsadfærd på konsumentmarkedet:</b></p> <p>SOR-modellen</p> <p>Behov</p> <p>Købemotiver</p> <p>Købstype og købsadfærdstyper</p> <p>Køberoller</p> <p>Beslutningsprocessen</p> <p>Andre købsadfærdsbegreber</p> <p><b>Købsadfærd på producentmarkedet</b></p> <p>Delmarkeder</p> <p>Virksomheders købsadfærd</p> <p>Virksomheders beslutningsproces</p> <p>Valgkriterier på de 3 markeder</p> <p>Faktorer der påvirker købsadfærden</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

<b>Titel 3</b>	<b>Strategi</b>
<b>Indhold</b>	Systime, Marketing, kap. 8, 10 <u>Kernestof:</u> <b>Strategi</b> Mission, vision og værdier SWOT-opstilling TOWS-matrix Konkurrencestrategier Vækststrategier <b>Strategiske analyser</b> Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance) Blue Ocean- strategi Porteføljeanalyse- og strategi Digitale forretningsmodeller Digital transformation og strategi Bæredygtighed
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

<b>Titel 4</b>	<b>Segmentering, målgruppevalg og positionering</b>
<b>Indhold</b>	Systime, Marketing, kap. 11, 12, 13 <u>Kernestof:</u> <b>Segmentering</b> Markedssegmentering Segmenteringsprocessen Målgruppevalg Positionering <b>Segmentering på producentmarkedet</b> Delmarkeder på producentmarkedet Segmenteringsvariable på producentmarkedet Build-up tankegangen – kundernes behov Break-down tankegangen – virksomhedens produkt <b>Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv</b> International segmentering Internationale livsstilsmodeller
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

<b>Titel 5</b>	<b>Marketingmix</b>
<b>Indhold</b>	Systime, Marketing, kap. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 <u>Kernestof:</u> <b>Marketingmix</b> Marketingmix og PLC-forløb Markedskort Pull- og push strategi <b>Produkt</b> Klassifikation af produkt Kvalitet Sortiment Mærkestrategi Branding Produktets livscyklus – PLC <b>Serviceydelser</b> Serviceydelser som begreb Servicepakke og værdikæde Serviceleverancesystem De 7 P' er Oplevelsesøkonomi <b>Pris</b> Prisstrategi Priselasticitet Prisfastsættelsesmetoder Prisdifferentiering Prisfastsættelse for nye produkter <b>Distribution</b> Direkte og indirekte distribution Distributionskanaler Distributionsstrategi

	<p>Kædeformer E-handel <b>Promotion</b> Organisering af promotionaktiviteter Promotionbudskab og indhold Promotionformer Den sociale medieplatform Viral markedsføring <b>Produkt i internationalt perspektiv</b> Internationalisering af produktparameteren Serviceydelse i internationalt perspektiv Mærkestrategi Produktets livscyklus Produktudvikling <b>Pris i internationalt perspektiv</b> Pris- og kvalitetsstrategi Priseskalering Valutaforhold Prisfastsættelse for serviceprodukter Bundling Prisfastsættelse på B2B markedet <b>International distribution</b> Markedsindtrængningsformer Indirekte eksport Direkte eksport Kontrakter og samarbejde Direkte investeringer Internethandel Valgkriterier ved indtrængning <b>International Promotion</b> Den udvidede kommunikationsmodel Virksomhedens nationale og internationale medievalg Neuromarketing Content marketing <b>Marketingmix i internationalt perspektiv</b> Produkt Prisfastsættelse Distribution Promotion Standardiseret eller tilpasset marketingmix <b>Marketingplan</b> Situationsanalyse Marketingplan Budget- og effektmåling Sammenhæng mellem strategiprocesen og marketingplanen</p>
<b>Omfang</b>	

<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>

<b>Titel 6</b>	<b>Markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 1  <u>Kernestof:</u>  Formålet med dataindsamling  Datakilder  Databaser  Kvalitative metoder  Kvantitative metoder  Spørgeskemaudformning  Respondentudvælgelse  Stikprøveudvælgelse  Fejlkilder  Repræsentativitet  Markedsanalyseprocessen  Big data</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>

<b>Titel 7</b>	<b>Internationalisering</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 9  <u>Kernestof:</u>  Virksomhedens eksportmotiver  Virksomhedens eksportberedskab  Internationaliseringsmodeller  Markedsudvælgelse  Information om internationale markeder  Kulturelle forhold</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klasseundervisning</li> <li>Opgaveløsning</li> <li>Gruppearbejde</li> <li>Casearbejde</li> <li>Elevpræsentationer</li> <li>Klassediskussioner</li> <li>Afleveringsopgaver</li> </ul>

<b>Titel 7</b>	<b>Tværgående forløb</b>
<b>Indhold</b>	Jysk