**Undervisningsbeskrivelse**

**Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Sommer 2022 |
| **Institution** | EUC Nordvest/Thisted handelsgymnasium |
| **Uddannelse** | HHX |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer(e)** | Pia Lynggaard |
| **Hold** | 3gt33 |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Virksomhedens interne forhold |
| **Titel 2** | Virksomhedens eksterne forhold |
| **Titel 3** | Strategi |
| **Titel 4** | Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| **Titel 5** | Marketingmix  |
| **Titel 6** | Markedsanalyse |
| **Titel 7** | Internationalisering  |
| **Titel 8** | Tværgående forløb |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | **Virksomhedens interne forhold:** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 2* Virksomhedskarakteristik
* Konkurrencedygtighed
* Forretningsmodeller
* Business Model Canvas
* Værdikæder
* SW-opstilling
 |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | **Virksomhedens eksterne forhold:** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 3-7Kernestof:**Omverdensforhold:**OmverdensmodellenOT-opstillingMuligheds- og trusselsmatrixPESTEL-analyse**Konkurrenceforhold:**MarkedskarakteristikaKonsument- og producentmarkedetKonkurrentidentifikationMarkedsandel og præferencerKonkurrencemæssige positionerKonkurrentanalyse**Brancheforhold:**BranchekarakteristikBrancheanalyse**Købsadfærd på konsumentmarkedet:**SOR-modellenBehovKøbemotiverKøbstype og købsadfærdstyperKøberollerBeslutningsprocessenAndre købsadfærdsbegreber**Købsadfærd på producentmarkedet**DelmarkederVirksomheders købsadfærdVirksomheders beslutningsprocesValgkriterier på de 3 markederFaktorer der påvirker købsadfærden |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | **Strategi** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 8, 10Kernestof:**Strategi**Mission, vision og værdierSWOT-opstillingTOWS-matrixKonkurrencestrategierVækststrategier**Strategiske analyser**Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance)Blue Ocean- strategiPorteføljeanalyse- og strategiDigitale forretningsmodellerDigital transformation og strategiBæredygtighed |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | **Segmentering, målgruppevalg og positionering** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 11, 12, 13Kernestof:**Segmentering**MarkedssegmenteringSegmenteringsprocessenMålgruppevalgPositionering**Segmentering på producentmarkedet**Delmarkeder på producentmarkedetSegmenteringsvariable på producentmarkedetBuild-up tankegangen – kundernes behovBreak-down tankegangen – virksomhedens produkt**Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv**International segmenteringInternationale livsstilsmodeller |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | **Marketingmix** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25Kernestof:**Marketingmix**Marketingmix og PLC-forløbMarkedskortPull- og push strategi**Produkt**Klassifikation af produktKvalitetSortimentMærkestrategiBrandingProduktets livscyklus – PLC**Serviceydelser**Serviceydelser som begrebServicepakke og værdikædeServiceleverancesystemDe 7 P’ erOplevelsesøkonomi**Pris**PrisstrategiPriselasticitetPrisfastsættelsesmetoderPrisdifferentieringPrisfastsættelse for nye produkter**Distribution**Direkte og indirekte distributionDistributionskanalerDistributionsstrategiKædeformerE-handel**Promotion**Organisering af promotionaktiviteterPromotionbudskab og indholdPromotionformerDen sociale medieplatformViral markedsføring**Produkt i internationalt perspektiv**Internationalisering af produktparameterenServiceydelser i internationalt perspektivMærkestrategiProduktets livscyklusProduktudvikling**Pris i internationalt perspektiv**Pris- og kvalitetsstrategiPriseskaleringValutaforholdPrisfastsættelse for serviceprodukterBundlingPrisfastsættelse på B2B markedet**International distribution**MarkedsindtrængningsformerIndirekte eksportDirekte eksportKontrakter og samarbejdeDirekte investeringerInternethandelValgkriterier ved indtrængning**International Promotion**Den udvidede kommunikationsmodelVirksomhedens nationale og internationale medievalgNeuromarketingContent marketing**Marketingmix i internationalt perspektiv**ProduktPrisfastsættelseDistributionPromotionStandardiseret eller tilpasset marketingmix**Marketingplan**SituationsanalyseMarketingplanBudget- og effektmålingSammenhæng mellem strategiprocessen og marketingplanen |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | **Markedsanalyse** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 1Kernestof:Formålet med dataindsamlingDatakilderDatabaserKvalitative metoderKvantitative metoderSpørgeskemaudformningRespondentudvælgelseStikprøveudvælgelseFejlkilderRepræsentativitetMarkedsanalyseprocessenBig data |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | **Internationalisering** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kap. 9Kernestof:Virksomhedens eksportmotiverVirksomhedens eksportberedskabInternationaliseringsmodellerMarkedsudvælgelseInformation om internationale markederKulturelle forhold |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** |  Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | KlasseundervisningOpgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | **Tværgående forløb** |
| **Indhold** |  |