

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

|                      |                                       |
|----------------------|---------------------------------------|
| <b>Termin</b>        | Sommer 2021                           |
| <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>          | 3gt33                                 |

### 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>Delvist nødundervisning</b>  |
| <b>Titel 6</b> | Markedsanalyse <b>Nødundervisning</b>        |
| <b>Titel 7</b> | Internationalisering <b>Nødundervisning</b>  |
| <b>Titel 8</b> | Eksamensprojekt                              |
|                |                                              |
|                |                                              |
|                |                                              |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 1</b>                    | <b>Virksomhedens interne forhold:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, 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<br/> Opgaveløsning<br/> Gruppearbejde<br/> Casearbejde<br/> Elevpræsentationer<br/> Klassediskussioner<br/> 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>Systime, 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>Købmotiver</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<br>Opgaveløsning<br>Gruppearbejde<br>Casearbejde<br>Elevpræsentationer<br>Klassediskussioner<br>Afleveringsopgaver                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 3</b>              | <b>Strategi</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Indhold</b>              | Systime, Marketing, kap. 8, 10<br><u>Kernestof:</u><br><b>Strategi</b><br>Mission, vision og værdier<br>SWOT-opstilling<br>TOWS-matrix<br>Konkurrencestrategier<br>Vækststrategier<br><b>Strategiske analyser</b><br>Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance)<br>Blue Ocean- strategi<br>Porteføljeanalyse- og strategi<br>Digitale forretningsmodeller<br>Digital transformation og strategi<br>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<br>Opgaveløsning<br>Gruppearbejde<br>Casearbejde<br>Elevpræsentationer<br>Klassediskussioner<br>Afleveringsopgaver                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 4</b>              | <b>Segmentering, målgruppevalg og positionering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Indhold</b>              | Systime, Marketing, kap. 11, 12, 13<br><u>Kernestof:</u><br><b>Segmentering</b><br>Markedssegmentering<br>Segmenteringsprocessen<br>Målgruppevalg<br>Positionering<br><b>Segmentering på producentmarkedet</b><br>Delmarkeder på producentmarkedet<br>Segmenteringsvariable på producentmarkedet<br>Build-up tankegangen – kundernes behov<br>Break-down tankegangen – virksomhedens produkt<br><b>Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv</b><br>International segmentering<br>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<br>Opgaveløsning<br>Gruppearbejde<br>Casearbejde<br>Elevpræsentationer<br>Klassediskussioner<br>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<br><u>Kernestof:</u><br><b>Marketingmix</b><br>Marketingmix og PLC-forløb<br>Markedskort<br>Pull- og push strategi<br><b>Produkt</b><br>Klassifikation af produkt<br>Kvalitet<br>Sortiment<br>Mærkestrategi<br>Branding<br>Produktets livscyklus – PLC<br><b>Serviceydelser</b><br>Serviceydelser som begreb<br>Servicepakke og værdikæde<br>Serviceleverancesystem<br>De 7 P' er<br>Oplevelsesøkonomi<br><b>Pris</b><br>Prisstrategi<br>Priselasticitet<br>Prisfastsættelsesmetoder<br>Prisdifferentiering<br>Prisfastsættelse for nye produkter<br><b>Distribution</b><br>Direkte og indirekte distribution<br>Distributionskanaler<br>Distributionsstrategi |

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

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 6</b>              | <b>Markedsanalyse</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Indhold</b>              | <p>Systime, Marketing, kap. 1</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Formålet med dataindsamling<br/>Datakilder<br/>Databaser<br/>Kvalitative metoder<br/>Kvantitative metoder<br/>Spørgeskemaudformning<br/>Respondentudvælgelse<br/>Stikprøveudvælgelse<br/>Fejlkilder<br/>Repræsentativitet<br/>Markedsanalyseprocessen<br/>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> | Klasseundervisning<br>Opgaveløsning<br>Gruppearbejde<br>Casearbejde<br>Elevpræsentationer<br>Klassediskussioner<br>Afleveringsopgaver                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 7</b>              | <b>Internationalisering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Indhold</b>              | Systime, Marketing, kap. 9<br><u>Kernestof:</u><br>Virksomhedens eksportmotiver<br>Virksomhedens eksportberedskab<br>Internationaliseringsmodeller<br>Markedsudvælgelse<br>Information om internationale markeder<br>Kulturelle forhold                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <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> <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> | Klasseundervisning<br>Opgaveløsning<br>Gruppearbejde<br>Casearbejde<br>Elevpræsentationer<br>Klassediskussioner<br>Afleveringsopgaver                                                                                                                                        |

|                |                                                  |
|----------------|--------------------------------------------------|
| <b>Titel 7</b> | <b>Tværgående projekt</b>                        |
| <b>Indhold</b> | Systime, Marketing,<br>Forløb 1, Jysk samt oplæg |