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

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | august 2024 - juli 2025 |
| **Institution** | EUC Nordvest, Thisted |
| **Uddannelse** | HHX |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer(e)** | Niels Peter Mikkelsen |
| **Hold** | thhxc24 AF, thhxc24 (thhxc24) |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Interne forhold |
| **Titel 2** | Den eksterne situation |
| **Titel 3** | Konkurrence- og brancheforhold |
| **Titel 4** | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Titel 5** | Købsadfærd på producentmarkedet |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Interne forhold (04/11/2024 - 21/11/2024) |
| **Indhold** | Primær litteratur:* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 2.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 2.4)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 2.6 SW Opstilling)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kap. 2.6)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 2.12)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 2.2)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 2.9)

Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal opnå forståelse for de interne forhold og hvilke analysemodeller der benyttes til at belyse de interne forhold. Eleven skal kunne lave en karakteristik af en virksomhed og benytte de relevante afsætningsfaglige begreber. Derudover skal eleven have forståelse for forretningsmodeller og anvende disse i forbindelse en analyse af virksomheder. Ligeledes skal eleven beherske brugen af værdikæden til analyse af en virksomhed. Sluttelig skal analyserne kunne samles i en SW-opstilling **Kernestof:** Virksomhedens interne forhold Forretningsmodeller Værdikæder  **Essentielle forhold:**Virksomhedskarakteristik Kernekompetencer Konkurrencedygtighed Kritiske succesfaktorer Værdiskabelse SW - analyse BMC-analyse |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | Den eksterne situation (02/12/2024 - 03/01/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 3.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Case 3.1)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kapitel 2)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kapitel 3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 3.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 3.5)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 3.9)

Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 2t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal have kendskab til omverdensmodellen og kunne anvende denne til at analysere virksomhedens omverdensforhold. Eleven skal kunne vurdere om en ændring i virksomhedens omverden skal opfattes som en trussel eller en mulighed.  Redegøre for de forskelle elementer i PESTEL analysen. Analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens-vilkår for virksomheder Reaktioner på ændringer i omverdenen  Kunne opstille en muligheds-/trusselsmatrix og komme med kvalificerede overvejelser om mulige tiltag. **Kernestof:** Omverdens-forhold nationalt og globaltMuligheds- og trusselmatrixPESTEL-analyse **Essentielle emner:** Afhængige og uafhængige omverdensforhold OT-analyse Muligheds/trusselsmatrix Politiske, økonomiske, sociale og kulturelle, teknologiske, og miljømæssige forhold  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | Konkurrence- og brancheforhold (06/01/2025 - 21/02/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:* Produkt Og Geografisk Specialist
* Forklare Begreberne Kundespecialist
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 4.4)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 4.6)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Case 5.1)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Forståelsesopgave)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kap. 4 Til Afsnit 4.4)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kapitel 5)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 4.1)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 4.2)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 4.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 4.5)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Tjek Opgave)

Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne udarbejde en markedsbeskrivelse og kunne identificere forskellige markeders karakteristika. Derudover skal eleven kunne anvende konkurrencetragten, bestemme de konkurrencemæssige positioner og beregne markedsandele. Eleverne skal kunne redegøre for virksomhedens mulig for at fastholde eller udvide sin konkurrencemæssige position.Eleverne skal kunne udarbejde en konkurrentanalyse og kende forskel på konkurrentovervågning og en ad hoc konkurrentanalyse. Eleverne skal kende forskellige konkurrentreaktioner.Eleverne skal kunne udarbejde en branchekarakteristik og kende til begrebet delmarkeder. Derudover skal eleverne kunne anvende Porters five Forces til at analysere markedssituationen i branchen.**Kernestof:** Branche- og konkurrenceanalyse Virksomhedens positionering Konkurrenceforhold Konkurrentidentifikation Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner  **Essentielle emner:** Porters five forces Konkurrencetragt Differentiering Konkurrentanalyse Konkurrencemæssige positioner Positionering USP, ESP og me-too produkter  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | Købsadfærd på konsumentmarkedet (01/03/2025 - 18/04/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.1)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.2)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.4)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.5)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.6)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 6.7)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kap. 6)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Kapitel 7)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 6.10)

Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne:  Redegøre for og anvende modeller og teorier til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsumentmarkedet, herunder behov, motiver, købstyper, køberoller og beslutningsprocessen Redegøre for de forskellige købsadfærdstyper Analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger Udarbejde en SOR-model hvor analysen af købsadfærden samles.**Kernestof:** Købsadfærdsteori på konsumentmarkedet SOR-modellen  **Essentielle emner:** Købsadfærdsmodeller og teorier Behov og købemotiver Beslutningsprocessen på B2C markedet Online købsadfærd Referencegrupper Købsadfærdstyper SOR-modellen  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | Købsadfærd på producentmarkedet (28/03/2025 - 14/05/2025) |
| **Indhold** | Primær litteratur:* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 7.1)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 7.2)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 7.3)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 7.4)
* Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 7.5)

Sekundær litteratur: |
| **Fordybelsestid** | 0t 0m |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne:  Eleven skal kunne definere et relevant marked. Redegøre for og anvende modeller og teorier til bestemmelse af kundernes købsadfærd på producentmarkedet, herunder de faktorer der påvirker købsadfærden, købstyper, købscenter og beslutningsprocessen Redegøre for de forskellige delmarkeder og de forskellige valgkriterier der er relevant for det givne marked. Analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger.**Kernestof:** Købsadfærdsteori på producentmarkedet  **Essentielle emner:** Delmarkeder Købstyper Buy-grid modellen Valgkriterier Købscenter  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning |

[Retur til forside](#Retur)