

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Sommer 2025
Institution	EUC Nordvest/Thisted Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Ulla Hauge Thostrup
Hold	thhxb22 AF

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 eksamensforløb: JYSK

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 fokus-punkter	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	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold:
Indhold	Systime, Marketing, kap. 3-7 <u>Kernestof:</u> Omverdensforhold: • Omverdensmodellen • OT-opstilling • Muligheds- og trusselsmatrix • PESTEL-analyse Konkurrenceforhold: • Markedskarakteristika • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse Brancheforhold: • Branchekarakteristik • Brancheanalyse Købsadfærd på konsumentmarkedet: • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber Købsadfærd på producentmarkedet • Delmarkeder • Virksomheders købsadfærd • Virksomheders beslutningsproces • Valgkriterier på de 3 markeder • Faktorer der påvirker købsadfærden
Omfang	
Særlige fokus-punkter	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	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

Titel 3	Strategi
Indhold	Systime, Marketing, kap. 8 og 10 <u>Kernestof:</u> Strategi • Mission, vision og værdier • SWOT-opstilling • TOWS-matrix • Konkurrencestrategier • Vækststrategier • Blue Ocean- strategi • Porteføljeanalyse- og strategi • Digitale forretningsmodeller • Digital transformation og strategi • Bæredygtighed
Omfang	
Særlige fokus-punkter	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	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver
-----------------------------------	---

Titel 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Systime, Marketing, kap. 11-13 <u>Kernestof:</u> Segmentering • Markedssegmentering • Segmenteringsprocessen • Målgruppevalg • Positionering Segmentering på producentmarkedet • Delmarkeder på producentmarkedet • Segmenteringsvariable på producentmarkedet • Build-up tankegangen – kundernes behov • Break-down tankegangen – virksomhedens produkt Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv • International segmentering • Internationale livsstilsmodeller
Omfang	
Særlige fokus-punkter	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	Klasseundervisning Opgaveløsning

	Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver
--	--

Titel 5	Marketingmix
Indhold	Systime, Marketing, kap. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24 og 25 <u>Kernestof:</u> Marketingmix • Marketingmix og PLC-forløb • Markedskort • Pull- og push strategi Produkt • Klassifikation af produkt • Kvalitet • Sortiment • Mærkestrategi • Branding • Produktets livscyklus – PLC • Produkt i internationalt perspektiv ○ Internationalisering af produktparameteren ○ Serviceydelser i internationalt perspektiv ○ Mærkestrategi ○ Produktets livscyklus ○ Produktudvikling Serviceydelser • Serviceydelser som begreb • Servicepakke og værdikæde • Serviceleverancesystem • De 7 P' er • Oplevelsesøkonomi Pris • Prisstrategi • Priselasticitet • Prisfastsættelsesmetoder • Prisdifferentiering • Prisfastsættelse for nye produkter • Pris i internationalt perspektiv ○ Priseskalering ○ Valutaforhold ○ Prisfastsættelse for serviceprodukter ○ Bundling • Pris- og kvalitetsstrategi

	• Prisfastsættelse på B2B markedet Distribution • Direkte og indirekte distribution • Distributionskanaler • Distributionsstrategi • Kædeformer • E-handel • International distribution ○ Markedsindtrængningsformer ○ Indirekte eksport ○ Direkte eksport ○ Kontrakter og samarbejde ○ Direkte investeringer ○ Internethandel ○ Valgkriterier ved indtrængning Promotion • Organisering af promotionaktiviteter • Promotionbudskab og indhold • Promotionformer • Den sociale medieplatform • Viral markedsføring • International promotion ○ Den udvidede kommunikationsmodel ○ Virksomhedens nationale og internationale medievalg • Neuromarketing • Content marketing Marketingmix i internationalt perspektiv • Produkt • Prisfastsættelse • Distribution • Promotion • Standardiseret eller tilpasset marketingmix Marketingplan • Situationsanalyse • Marketingplan • Budget- og effektmåling • Sammenhæng mellem strategiprocesen og marketingplanen
Omfang	
Særlige fokus-punkter	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	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

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

Titel 7	Internationalisering
Indhold	Systime, Marketing, kap. 9 <u>Kernestof:</u> - Virksomhedens eksportmotiver - Virksomhedens eksportberedskab - Internationaliseringsmodeller - Markedsudvælgelse - Information om internationale markeder - Kulturelle 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	Klasseundervisning Opgaveløsning

	Gruppearbejde Klassediskussioner Afleveringsopgaver
--	---

Titel 8	Tværgående eksamensforløb
Indhold	Systime, Marketing – Tværgående case om JYSK
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal kunne: • Udarbejde et sammenfattende skriftligt produkt med fagligt fokus
Væsentligste arbejdsformer	Casearbejde Notat Gruppearbejde