

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) | Pia Lynggaard |
| Hold | thhxc22 |

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 | <p>Systeme, Marketing, kap. 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling |
| Omfang | |
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <p>Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver</p> |

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

| | |
|-----------------------------|---|
| Titel 2 | Virksomhedens eksterne forhold: |
| Indhold | <p>Systeme, Marketing, kap. 3-7</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Omverdensforhold:</p> <p>Omverdensmodellen</p> <p>OT-opstilling</p> <p>Muligheds- og trusselsmatrix</p> <p>PESTEL-analyse</p> <p>Konkurrenceforhold:</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>Brancheforhold:</p> <p>Branchekarakteristik</p> <p>Brancheanalyse</p> <p>Købsadfærd på konsumentmarkedet:</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>Købsadfærd på producentmarkedet</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> |
| Omfang | |
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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, 10 <u>Kernestof:</u> Strategi Mission, vision og værdier SWOT-opstilling TOWS-matrix Konkurrencestrategier Vækststrategier Strategiske analyser Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance) Blue Ocean- strategi Porteføljeanalyse- og strategi Digitale forretningsmodeller Digital transformation og strategi Bæredygtighed |
| Omfang | |
| Særlige fokuspunkter | Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> – 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 |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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, 12, 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 fokuspunkter | Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> – 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 |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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, 21, 22, 23, 24, 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 Serviceydelser Serviceydelser som begreb Servicepakke og værdikæde Serviceleverancesystem De 7 P' er Oplevelsesøkonomi Pris Prisstrategi Priselasticitet Prisfastsættelsesmetoder Prisdifferentiering Prisfastsættelse for nye produkter Distribution Direkte og indirekte distribution Distributionskanaler Distributionsstrategi |

| | |
|---------------|---|
| | <p>Kædeformer E-handel Promotion Organisering af promotionaktiviteter Promotionbudskab og indhold Promotionformer Den sociale medieplatform Viral markedsføring Produkt i internationalt perspektiv Internationalisering af produktparameteren Serviceydelse i internationalt perspektiv Mærkestrategi Produktets livscyklus Produktudvikling Pris i internationalt perspektiv Pris- og kvalitetsstrategi Priseskalering Valutaforhold Prisfastsættelse for serviceprodukter Bundling Prisfastsættelse på B2B markedet International distribution Markedsindtrængningsformer Indirekte eksport Direkte eksport Kontrakter og samarbejde Direkte investeringer Internethandel Valgkriterier ved indtrængning 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</p> |
| Omfang | |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <p>Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver</p> |

| | |
|-----------------------------|--|
| Titel 6 | Markedsanalyse |
| Indhold | <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> |
| Omfang | |
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <p>Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver</p> |

| | |
|-----------------------------|---|
| Titel 7 | Internationalisering |
| Indhold | <p>Systeme, Marketing, kap. 9 <u>Kernestof:</u> Virksomhedens eksportmotiver Virksomhedens eksportberedskab Internationaliseringsmodeller Markedsudvælgelse Information om internationale markeder Kulturelle forhold</p> |
| Omfang | |
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <ul style="list-style-type: none"> Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver |

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