

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Den eksterne situation (24/11/2025 - 20/12/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Opgave 3.8, Opgave 3.10, Opgave 3.12) <p>Sekundær litteratur:</p>
Fordybelsestid	
Særlige fokus-punkter	<p>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.</p> <p>Redegøre for de forskellige elementer i PESTEL analysen. Analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens-vilkår for virksomheder Reaktioner på ændringer i omverdenen</p> <p>Kunne opstille en muligheds-/trusselsmatrix og komme med kvalificerede overvejelser om mulige tiltag.</p> <p>Kernestof:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Omverdens-Forhold Nationalt Og Globalt 2. Muligheds- Og Trusselsmatrix 3. PESTEL-Analyse <p>Essentielle emner:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Afhængige Og Uafhængige Omverdensforhold 2. OT-Analyse 3. Muligheds/Trusselsmatrix 4. Politiske, Økonomiske, Sociale Og Kulturelle, Teknologiske, Og Miljømæssige Forhold
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 2	Interne forhold (03/11/2025 - 21/11/2025)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Marketing - En Grundbog I Afsætning (Side: Afsnit 2.1, Afsnit 2.2, Afsnit 2.3, Afsnit 2.4, Afsnit 2.5, Afsnit 2.6, Opgave 2.2) Sekundær litteratur:
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal opnå forståelse for de interne forhold og hvilke analysemodeller der benyttes til at belyse de interne forhold.</p> <p>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</p> <p>Kernestof:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Virksomhedens Interne Forhold2. Forretningsmodeller3. Værdikæder <p>Essentielle forhold</p> <ol style="list-style-type: none">1. Virksomhedskarakteristik2. Kernekompetencer3. Konkurrencedygtighed4. Kritiske Succesfaktorer5. Værdiskabelse SW - Analyse6. BMC Analyse
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 3	Konkurrence- og brancheforhold (01/01/2026 - 21/02/2026)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Afsnit 5.2, Opgave 5.1, Kapitel 4 Afsnit 4.3, Kapitel 4 Afsnit 4.4, Kapitel 4 Afsnit 4.5) Sekundær litteratur:
Fordybelsestid	
Særlige fokus-punkter	<p>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.</p> <p>Eleverne skal kunne udarbejde en konkurrentanalyse og kende forskel på konkurrentovervågning og en ad hoc konkurrentanalyse. Eleverne skal kende forskellige konkurrentreaktioner.</p> <p>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.</p> <p>Kernestof:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Branche- Og Konkurrenceanalyse2. Virksomhedens Positionering3. Konkurrenceforhold4. Konkurrentidentifikation5. Konkurrenceformer6. Konkurrencemæssige Positioner <p>Essentielle emner:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Porters Five Forces2. Konkurrencetragt3. Differentiering4. Konkurrentanalyse5. Konkurrencemæssige Positioner6. Positionering7. USP, ESP Og Me-Too Produkter
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet (23/02/2026 - 11/04/2026)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Afsnit 6.4) Sekundær litteratur:
Fordybelsestid	
Særlige fokus-punkter	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: 1. Købsadfærdsteori På Konsumentmarkedet 2. SOR-Modellen Essentielle emner: 1. Købsadfærdsmodeller Og Teorier 2. Behov Og Købemotiver 3. Beslutningsprocessen På B2C Markedet 4. Online Købsadfærd 5. Referencegrupper 6. Købsadfærdstyper 7. SOR-Modellen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 5	Købsadfærd på producentmarkedet (13/04/2026 - 23/05/2026)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Afsnit 7.3) Sekundær litteratur:
Fordybelsestid	
Særlige fokus-punkter	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: 1. Købsadfærdsteori På Producentmarkedet Essentielle emner: 1. Delmarkeder 2. Købstyper 3. Buy-Grid Modellen 4. Valgkriterier 5. Købscenter
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

[Retur til forside](#)