

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Sommer 2026
Institution	EUC Nordvest/Thisted Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B/A
Lærer(e)	Ulla Hauge Thostrup
Hold	2gthhxb24

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
	Eksamensforløb for elever med B-niveau – To Good to Go – Systeme https://marketing.systeme.dk/?id=2121

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

Titel 1	Virksomhedens interne forhold:
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling
Omfang	1.g
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>Systime, 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	1.G
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 <u>Kernestof:</u> Strategi Mission, vision og værdier SWOT-opstilling TOWS-matrix Konkurrencestrategier Vækststrategier
Omfang	2.G - September
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 – 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 <u>Kernestof:</u> Segmentering Markedssegmentering Segmenteringsprocessen Målgruppevalg Positionering
Omfang	2.G - November-december
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	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

Titel 5	Marketingmix
----------------	---------------------

Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 14, 15, 16,18,20,22</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Marketingmix</p> <p>Marketingmix og PLC-forløb</p> <p>Markedskort</p> <p>Pull- og push strategi</p> <p>Produkt</p> <p>Klassifikation af produkt</p> <p>Kvalitet</p> <p>Sortiment</p> <p>Mærkestrategi</p> <p>Branding</p> <p>Produktets livscyklus – PLC</p> <p>Serviceydelser</p> <p>Serviceydelser som begreb</p> <p>Servicepakke og værdikæde</p> <p>Serviceleverancesystem</p> <p>De 7 P' er</p> <p>Oplevelsesøkonomi</p> <p>Pris</p> <p>Prisstrategi</p> <p>Priselasticitet</p> <p>Prisfastsættelsesmetoder</p> <p>Prisdifferentiering</p> <p>Prisfastsættelse for nye produkter</p> <p>Distribution</p> <p>Direkte og indirekte distribution</p> <p>Distributionskanaler</p> <p>Distributionsstrategi</p> <p>Kædeformer</p> <p>E-handel</p> <p>Promotion</p> <p>Organisering af promotionaktiviteter</p> <p>Promotionbudskab og indhold</p> <p>Promotionformer</p> <p>Den sociale medieplatform</p> <p>Viral markedsføring</p>
Omfang	2. G - December-april
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

	<ul style="list-style-type: none"> – 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	2.G - August
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	<p>Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver</p>