

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	2025-2026
<b>Institution</b>	EUC Nordvest/Thisted handelsgymnasium
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Pia Lynggaard
<b>Hold</b>	2gthhxc24

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens eksterne forhold
<b>Titel 3</b>	Strategi
<b>Titel 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 5</b>	Marketingmix - nationalt
<b>Titel 6</b>	Markedsanalyse

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

<b>Titel 1</b>	<b>Virksomhedens interne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedskarakteristik</li> <li>• Konkurrencedygtighed</li> <li>• Forretningsmodeller</li> <li>• Business Model Canvas</li> <li>• Værdikæder</li> <li>• SW-opstilling</li> </ul> <p><i>Supplerende stof</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Løvens hule, sæson 9 afsnit 6</li> </ul>
<b>Omfang</b>	November- januar
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Træning af faglige begreber</li> </ul>

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

<b>Titel 2</b>	<b>Virksomhedens eksterne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 3-7</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Omverdensforhold:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omverdensmodellen</li> <li>• OT-opstilling</li> <li>• Muligheds- og trusselsmatrix</li> <li>• PESTEL-analyse</li> </ul> <p><b>Konkurrenceforhold:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedskarakteristika</li> <li>• Konsument- og producentmarkedet</li> <li>• Konkurrentidentifikation</li> <li>• Markedsandel og præferencer</li> <li>• Konkurrencemæssige positioner</li> <li>• Konkurrentanalyse</li> </ul> <p><b>Brancheforhold:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchekarakteristik</li> <li>• Brancheanalyse</li> </ul> <p><b>Købsadfærd på konsumentmarkedet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SOR-modellen</li> <li>• Behov</li> <li>• Købemotiver</li> <li>• Købstype og købsadfærdstyper</li> <li>• Køberoller</li> <li>• Beslutningsprocessen</li> <li>• Andre købsadfærdsbegreber</li> </ul> <p><b>Købsadfærd på producentmarkedet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Delmarkeder</li> <li>• Virksomheders købsadfærd</li> <li>• Virksomheders beslutningsproces</li> <li>• Valgkriterier på de tre delmarkeder</li> <li>• Faktorer der påvirker købsadfærden</li> </ul> <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De vildeste iværksættere, DRTV</li> <li>• Danskerne bruger penge på sommerferie som aldrig før, TV2 Nyhederne 25. juni 2025</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Februar - maj
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Afleveringsopgaver</li> <li>• Træning af faglige begreber</li> </ul>

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

<b>Titel 3</b>	<b>Strategi</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 8</p> <p><u>Kernestof:</u>  <b>Strategi</b>  Mission, vision og værdier  SWOT-opstilling  TOWS-matrix  Konkurrencestrategier  Vækststrategier</p> <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aarstiderne rykker ind i Meny Børsen d. 24. januar 2025</li> </ul>
<b>Omfang</b>	August - september
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Afleveringsopgaver</li> </ul>

<b>Titel 4</b>	<b>Segmentering, målgruppevalg og positionering</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 11</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Segmentering</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedssegmentering</li> <li>• Segmenteringsprocessen</li> <li>• Målgruppevalg</li> <li>• Positionering</li> </ul> <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Svensk koncept vil udfordre: Vi har kigget de danske provinsbyer igennem <i>Fødevarerwatch</i> 29.04.2024</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Oktober - december
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Afleveringsopgaver</li> </ul>

<b>Titel 5</b>	<b>Marketingmix - Nationalt</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 14, 15, 16,18,20,22</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Marketingmix</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingmix og PLC-forløb</li> <li>• Markedskort</li> <li>• Pull- og push strategi</li> </ul> <p><b>Produkt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassifikation af produkt</li> <li>• Kvalitet</li> <li>• Sortiment</li> <li>• Mærkestrategi</li> <li>• Branding</li> <li>• Produktets livscyklus – PLC</li> </ul> <p><b>Serviceydelser</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Serviceydelser som begreb</li> <li>• Servicepakke og værdikæde</li> <li>• Serviceleverancesystem</li> <li>• De 7 P' er</li> <li>• Oplevelsesøkonomi</li> </ul> <p><b>Pris</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prisstrategi</li> <li>• Priselasticitet</li> <li>• Prisfastsættelsesmetoder</li> <li>• Prisdifferentiering</li> <li>• Prisfastsættelse for nye produkter</li> </ul> <p><b>Distribution</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkte og indirekte distribution</li> <li>• Distributionskanaler</li> <li>• Distributionsstrategi</li> <li>• Kædeformer</li> <li>• E-handel</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisering af promotionaktiviteter</li> <li>• Promotionbudskab og indhold</li> <li>• Promotionformer</li> <li>• Den sociale medieplatform</li> <li>• Viral markedsføring</li> </ul> <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tobias Rahim satte gang i debatten: Rugbrødssalg slår rekord, Retailnews.dk 10. februar 2025</li> <li>• Powered by rugbrød, Schulstad</li> </ul>

<b>Omfang</b>	Januar - marts
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Afleveringsopgaver</li> <li>• Træning af fagbegreber</li> </ul>

<b>Titel 6</b>	<b>Markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 1</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formålet med dataindsamling</li> <li>• Datakilder</li> <li>• Databaser</li> <li>• Kvalitative metoder</li> <li>• Kvantitative metoder</li> <li>• Spørgeskemaudformning</li> <li>• Respondentudvælgelse</li> <li>• Stikprøveudvælgelse</li> <li>• Fejlkilder</li> <li>• Repræsentativitet</li> <li>• Markedsanalyseprocessen</li> <li>• Big data</li> </ul> <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ny Tuborg-kampagne vil tage kampen op mod 'binge-drinking', Markedsføring.dk 04. april 2025</li> </ul>
<b>Omfang</b>	April - maj
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klasseundervisning</li> <li>• Opgaveløsning</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Casearbejde</li> <li>• Elevpræsentationer</li> <li>• Klassediskussioner</li> <li>• Afleveringsopgaver</li> </ul>

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Træning af faglige begreber</li></ul> |
|--|---|