

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	2025-2026
Institution	EUC Nordvest, Thisted handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Pia Lynggaard
Hold	3.gthc23hx

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>Systime, Marketing, kap. 2</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Løvens hule, sæson 9 afsnit 6
Omfang	November – januar 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	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Træning af faglige begreber

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

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 3-7 <i>Kernestof:</i> Omverdensforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodellen • OT-opstilling • Muligheds- og trusselsmatrix • PESTEL-analyse <p>Konkurrenceforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedskarakteristika • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse <p>Brancheforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchekarakteristik • Brancheanalyse <p>Købsadfærd på konsumentmarkedet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber <p>Købsadfærd på producentmarkedet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delmarkeder • Virksomheders købsadfærd • Virksomheders beslutningsproces • Valgkriterier på de tre delmarkeder • Faktorer der påvirker købsadfærden <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • De vildeste iværksættere, DRTV • Danskerne bruger penge på sommerferie som aldrig før, TV2 Nyhederne 25. juni 2025
Omfang	Februar – maj 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

	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver • Træning af faglige begreber

Titel 3	Strategi
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 8 og kap. 10</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <p>Strategi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mission, vision og værdier • SWOT-opstilling • TOWS-matrix • Konkurrencestrategier • Vækststrategier <p>Strategiske analyser</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance) • Blue Ocean- strategi • Porteføljeanalyse- og strategi • Digitale forretningsmodeller • Digital transformation og strategi • Bæredygtighed <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aarstiderne rykker ind i Meny Børsen d. 24. januar 2025 • LEGO har succes med kidults”, Berlingske 30. august 2024 • Fremtidens B&O er mere personligt, men er det stadig folkeligt?”, Børsen 7. marts 2025
Omfang	August – september 2. & november 3. 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	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde

	<ul style="list-style-type: none">• Casearbejde• Elevpræsentationer• Klassediskussioner• Afleveringsopgaver
--	--

Titel 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 11, 12, 13</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <p>Segmentering på konsumentmarkedet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedssegmentering • Segmenteringsprocessen • Målgruppevalg • Positionering <p>Segmentering på producentmarkedet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delmarkeder på producentmarkedet • Segmenteringsvariable på producentmarkedet • Build-up tankegangen – kundernes behov • Break-down tankegangen – virksomhedens produkt <p>Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv</p> <ul style="list-style-type: none"> • International segmentering • Internationale livsstilsmodeller <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kender du typen d. 27. maj 2025
Omfang	Oktober – december 2.g & december 3. 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 - 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 5	Marketingmix
Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <p>Marketingmix - nationalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Kædeformer • E-handel • Promotion • Organisering af promotionaktiviteter • Promotionbudskab og indhold • Promotionformer • Den sociale medieplatform • Viral markedsføring <p>Marketingmix - internationalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt i internationalt perspektiv • Internationalisering af produktparameteren • Serviceydelser i internationalt perspektiv • Mærkestrategi • Produktets livscyklus

	<ul style="list-style-type: none"> • 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><i>Supplerende stof:</i> Ramt i købehjernen, DR-TV</p>
Omfang	Januar – marts 2. g & januar – marts 3. 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

	<p>afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</p> <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.
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver

Titel 6	Markedsanalyse
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 1</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Formålet med dataindsamling • Datakilder • Databaser • Kvalitative metoder • Kvantitative metoder • Spørgeskemaudformning • Respondentudvælgelse • Stikprøveudvælgelse • Fejlkilder • Repræsentativitet • Markedsanalyseprocessen • Big data <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ny Tuborg-kampagne vil tage kampen op mod 'binge-drinking', Markedsføring.dk 04. april 2025
Omfang	April – maj 2. 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	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer

	<ul style="list-style-type: none">• Klasses Diskussioner• Afleveringsopgaver• Træning af faglige begreber
--	---

Titel 7	Internationalisering
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 9</p> <p><i>Kernestof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedens eksportmotiver • Virksomhedens eksportberedskab • Internationaliseringsmodeller • Markedsudvælgelse • Information om internationale markeder • Kulturelle forhold <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Salling Groups baltiske opkøb er nu godkendt”, DetailWatch 5. maj 2025 • Salling Groups opkøb af baltisk supermarkedskæde godkendt”, DR 5. maj 2025 • Dansk brille-brand vil slå igennem i Asien: Måtte droppe egne marketing-regler, Markedsføring 9.december 2024 • Virksomhedens hjemmeside 19. maj 2025 • Lululemon vil skærpe dansk offensiv: Det er et centrum for kultur og mode, DetailWatch 25. marts 2025 • www.geerthofstede.com
Omfang	August – november 3. 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	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde

	<ul style="list-style-type: none">• Casearbejde• Elevpræsentationer• Klassediskussioner• Afleveringsopgaver• Træning af fagbegreber
--	---

Titel 8	Eksamensforløb – grundlag for mundtlig eksamen
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> • Markedsanalyse • Interne forhold • Eksterne forhold • Strategi • Marketingmix • Internationalisering
Omfang	April – maj 3. g
Særlige fokuspunkter	<p>Som grundlag for den mundtlige prøve arbejdes der med et forløb, som skal dække kernestofområderne bredt. Forløbets overordnede emne bestemmes af læreren. Forløbet placeres typisk i den afsluttende del af undervisningen. Eleverne skal hertil udarbejde et kort sammenfattende skriftligt produkt for at fastholde fagligt fokus.</p> <p>Casen om "JYSK" i MARKETING – FORLØB 1 eller via dette link: https://marketing.systeme.dk/?id=2132</p>
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Gruppearbejde • Elevpræsentationer