

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2026
Institution	Morsø Handelsgymnasium, EUC Nordvest
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Sofie Bysted Nielsen (SBN)
Hold	Nhhxa25, Nhhxb25 og Nhhxc25

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Grundforløb – Privat økonomi
Titel 2	Virksomhedens interne situation
Titel 3	Den eksterne situation
Titel 4	Konkurrence- og Brancheforhold
Titel 5	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering

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

Titel 1	Grundforløb – Privat økonomi
Indhold	<p>Frølich, Hassing m.fl., <i>Økonomisk Grundforløb</i>, Systime 2025</p> <p>Der skelnes mellem teori gennemgang og case arbejde igennem forløbet, så der hele tiden er en veksling mellem undervisningsformerne.</p>
Omfang	August, september og oktober
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne stifter bekendtskab med de grundlæggende begreber og teorier for HHX uddannelsens økonomiske fag.</p> <p>Der ligges vægt på eleverne får en grundlæggende forståelse for økonomiske tænkning, samarbejde i grupper og HHX uddannelsens økonomiske fag.</p> <p>Se derudover Økonomisk Grundforløbs egen undervisningsbeskrivelse.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning</p> <p>Klassediskussion</p> <p>Cases</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Mundtlig fremvisning på klassen</p> <p>Skriftlig arbejder</p>

Titel 2	Virksomhedens interne situation
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, <i>Marketing en grundbog i afsætning</i>; Systime 2025. kap 2</p> <p>Afleveringsopgave om Jysk Løvens hule – fokus på interne forhold hos forskellige virksomheder Case: Jysk, normal, Søstrene grene Løvens hule</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne stifter bekendtskab med ”hvad er en virksomhed” og i den forbindelse lære at arbejde med analyse af virksomhedens interne forhold, hvor formålet er at lærer: ”hvad er det der er med til at skabe værdi for virksomheden”.</p> <p>Kap 2 – den interne situation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencemæssige fordele, kernekompetencer, KSF’er • Forretningsmodeller, herunder Business model canvas • Værdikæder • SW-analysen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Klasediskussion Cases Gruppearbejde Mundtlig fremvisning på klassen Skriftlig arbejder</p>

Titel 3	Den eksterne situation
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, <i>Marketing en grundbog i afsætning</i>; Systime 2025. kap 3</p> <p>Aktuelle artikler og opgaver om emnet Løvens hule Case: MacDonalds</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne skal kunne analysere og vurdere de faktorer, som i virksomhedens afhængige og uafhængige omverden, har indflydelse på virksomhedens og som til sammen danner virksomhedens trusler og muligheder.</p> <p>Eleverne skal gennem aktuelle virksomheds cases kunne identificere og vurdere hvilke omverdens forhold, der er betydningsfulde for den enkelte virksomhed.</p> <p>Kap 3 – den eksterne situation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodellen • PESTEL analyse • Muligheds- og trussel matrix • OT- analysen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Klasediskussion Cases Gruppearbejde Mundtlig fremvisning på klassen Skriftlig arbejder</p>

Titel 4	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, <i>Marketing en grundbog i afsætning</i>; Systime 2025. kap 4 og 5.</p> <p>Aktuelle artikler og opgaver om emnet Løvens Hule Konsol Markedet Streaming, Øl, kosmetik</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne skal selvstændigt kunne inddrage teorier og modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et givent marked</p> <p>Det er ensbetydende med, at eleverne skal have indsigt i relevante konkurrence-teorier og kunne udvælge og argumentere for valg af modeller til et givent formål.</p> <p>Eleverne skal kunne definere og identificere hvilke markedsaktører der befinder sig på et givent marked. De skal kunne vurdere konkurrenterne og analysere de forhold der påvirker virksomheden og branchen</p> <p>Eleverne skal endvidere kunne vurdere de konkurrencemæssige positioner på et marked.</p> <p>Kap 4 – den eksterne situation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedskarakteristik • Konkurrencetragtmodellen • Markedsandele og konkurrenceformer (euromonitor) • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse <p>Kap 5 – Brancheforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchekarakteristik • Strategiske grupper • Brancheanalyse (porters five forces)
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Klasediskussion Cases Gruppearbejde Mundtlig fremvisning på klassen Skriftlig arbejder</p>

Titel 5	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Indhold	Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, <i>Marketing en grundbog i afsætning</i> , Systime 2025. kap 6
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne skal kunne analysere og vurdere den adfærd som forbrugerne udviser når de foretager køb på konsumentmarkedet. Det betyder, at eleverne skal kunne analysere sammenhænge mellem konsumenters købsadfærd og virksomheders valg af kommunikationsstrategi.</p> <p>Dette kræver, at eleverne tilegner sig viden om købsadfærdsteori og modeller til analyse af denne</p> <p>Kap 6 – Købsadfærd på konsumentmarkedet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SOR modellen • Behov (Maslows Behovspyramide, den omvendte behovspyramide, samt den moderne behovspyramide) • Købemotiver • Købstyper og Købsadfærdstyper • Køberoller og købsbeslutningsprocessen • Rådighedsbeløb • Livscyklus og forbrugsvaner • Mænd og kvinders købsadfærd • Referencegrupper – det sociale netværk • Opinionsleder
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Klassediskussion Cases Gruppearbejde Mundtlig fremvisning på klassen Skriftlig arbejder</p>

Titel 6	Segmentering, målgruppevalg
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, <i>Marketing en grundbog i afsætning, B- og A-niveau</i>; Systime 2025. kap 11</p> <p>Aktuelle artikler om virksomheder og målgruppe DR programmet Kender du typen Instagram profiler til segmentering Opgave i undervisning: Lego</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Eleverne skal kunne opnå indsigt i og forståelse for segmenteringen på både konsumentmarkedet og producentmarkedet, samt foretage valg af målgruppe.</p> <p>De skal endvidere opnå forståelse for segmenteringens sammenhæng med købsadfærden på både konsument- og producentmarkedet.</p> <p>De skal kunne gennemføre en segmenteringsproces med henblik på at kunne udvælge en målgruppe.</p> <p>De skal endvidere kunne identificere de faktorer som en virksomhed kan differentiere sig på i forhold til konkurrenterne, og dermed kunne sammensætte virksomhedens positionering på markedet.</p> <p>Kap 11 – Segmentering på konsumentmarkedet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmenteringskriterier • Livsstilsanalyser • Målgruppevalg/SMUK modellen • Positionering og differentiering • Positioneringskort
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning skriftligt arbejde Cases Gruppearbejde Individuelt arbejde</p>