

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	august 2025 - juli 2026
Institution	EUC Nordvest
Uddannelse	EUX Business
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Niels Peter Mikkelsen
Hold	Afsætning B, xbust0825t (xbust0825t)

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til faget
Titel 2	Metode & markedsanalyse
Titel 3	Marketingmix på B2C Produkt & serviceydelser
Titel 4	Marketingmix på B2C Pris & distribution
Titel 5	Marketingmix på B2C Promotion
Titel 6	Segmentering og målgruppevalg
Titel 7	Den interne situation
Titel 8	Den eksterne situation
Titel 9	Branche- og konkurrenceforhold
Titel 10	Strategi
Titel 11	Tværgående forløb
Titel 12	Marketingmixet nationalt markedsføringsplan

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til faget (11/08/2025 - 17/08/2025)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1.1)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1.2)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1.3)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1.4)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1.5)
Fordybelsestid	2t 0m
Særlige fokus-punkter	At introducere eleven til faget Afsætning B Eleven skal kunne redegøre for forskellige koncepter set i et historisk perspektiv, herunder definere virksomhedens handlingsparametre og målgruppe(r) Kernestof: <ul style="list-style-type: none">· Virksomhedstype· Ide, vision og mål· Markedsføringsbegreb· Omverdensforhold· Købsadfærd· Koncepter· Handlingsparametre· Målgruppe· Strategi Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 1
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 2	Metode & markedsanalyse (20/10/2025 - 13/12/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.1)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.2)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.3)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 2.4)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9. 7)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.1)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.10)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.11)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.12)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.2)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.3)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.4)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.5)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.6)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.8)• Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 9.9)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 2)• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 9 samt oplæg om online markedsføring)• Afsætning B Til EUX (opgave 9.1-9.2; opgave 9.5-9.6)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Redegøre for generel erhvervsøkonomisk metode</p> <p>Anvende databaser ved informationsindsamling om markedet</p> <p>Forklare de anvendte metoders formål og indhold</p> <p>Gennemføre simple markedsanalyser</p> <p>Redegøre for respondent udvælgelse</p> <p>Redegøre for de forskellige udvælgelsesmetoder af stikprøver</p> <p>Diskutere og vurdere de indsamlede informationers troværdighed og relevans</p> <p>Kernestof:</p> <p>Markedsanalyse arbejdsmåder</p> <p>Kvantitative, kvalitative og komparative metoder</p> <p>Datakilder</p> <p>Søgestrategier</p> <p>Kildekritik, kildetyper og repræsentativitet</p> <p>Spørgeskemaudformning</p> <p>Stikprøveudvælgelse og stikprøveplan</p> <p>Markedsanalyseprocessen</p> <p>Big data</p>

	Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 2 & kap. 9 samt oplæg om online markedsføring
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 3	Marketingmix på B2C Produkt & serviceydelser (26/01/2026 - 28/02/2026)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.4) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 11.6) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.4) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 12.6) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.7) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 11.9) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 12.3)
Fordybelsestid	5t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Redegøre for de 4 p'er</p> <p>Redegøre for produktklassificering</p> <p>Analysere en virksomheds sortiments sammensætning</p> <p>Redegøre for PLC kurvens forløb og forskellige faser</p> <p>Redegøre for de 3 ekstra P'er</p> <p>Strategi i forhold til service management-systemet</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Produktklassifikation · 4 P'er/komplimentære produkter · De 7 P'er · Produkt life circle · Branding · Mærkestrategi · Serviceydelser som begreb · Serviceleverancesystemet <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 11-12</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 4	Marketingmix på B2C Pris & distribution (16/02/2026 - 14/03/2026)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 13. 3) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 13.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 14.6) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 13.10) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 13.7) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.4) • Afslutning B Til EUX (Side: Afsnit 13.2)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Vælge den rette prisstrategi</p> <p>Vurdere og kende til forskellige prisfastsættelses metodernes fordele</p> <p>Kunne identificere den rigtige pris på et produkt</p> <p>Identificere de forskellige aktører i distributionskanalen</p> <p>Vælge den rette distributionskanal</p> <p>Vælge den rigtige distributionsstrategi i forhold til konkurrence-strategi</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Prisfastsættelse metoder · Prisstrategi · Priselastisitet · Distribution på konsumentmarkedet & producentmarkedet · Distributionsstrategi · Kædeformer · Franching <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 13-14</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 5	Marketingmix på B2C Promotion (08/04/2026 - 17/04/2026)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 15.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Hele Kapitel 16) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 14.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 15.17) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 15.18)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Opstille kommunikationsmål Anvende AIDA modellen ved udarbejdelse af promotion-materiale Lægge en promotion-strategi for et produkt Redegøre for anvendelsen af digitale medier i kommunikationen med målgruppe Identificere pull og push strategier Anvende et markedskort til planlægning af promotion indsats</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Kommunikationsmål · AIDA modellen · Promotionstrategi · Medieplanlægning · Sociale medier · Promotionformer · Pull push strategi · Markedskortet <p>Væsentlige arbejdsformer:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Læreroplæg om grundbegreber · Klasse diskussion · Notat-tagning · Opgaveløsning · Opsamling på begrebsafklaring · Løbende evaluering i form af åbne spørgsmål til eleverne, opgavebesvarelser på klassen. <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 15</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 6	Segmentering og målgruppevalg (12/01/2026 - 24/01/2026)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.3) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Afsnit 10.6) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.1) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.5-10.6) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 10.10 & 10.12)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Redegøre for formålet med at segmentere et marked</p> <p>Redegøre for forskellige modeller til bestemmelse af målgruppe</p> <p>Gennemføre segmenteringsprocessen og vurdere virksomhedens valg af målgrupper</p> <p>Redegøre for forskellige valgkriterietyper</p> <p>Redegøre for SMOK modellen</p> <p>Diskutere positionering i forhold til valg af målgruppe</p> <p>Udarbejde en personas</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Segmenteringsteori (SMP) · Segmenteringsmodel · Målgruppeprofiler og personas · Kriterier for målgruppevalg · Livsstilsmodeller · Konkurrencemæssige positioner & strategi <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 10</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 7	Den interne situation (18/08/2025 - 02/09/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 3) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 3.5) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 3.6)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Redegøre for modeller til analyse af virksomhedens interne forhold</p> <p>Beskrive en virksomhed ved hjælp af afsætningsmæssige begreber</p> <p>Analysere og diskutere betydningen af kernekompetencer, kritiske succesfaktorer</p> <p>Analysere en virksomhed ud fra værdikæden</p> <p>Redegøre og benytte BMC modellen</p> <p>Redegøre for digitale strategier</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Virksomhedens interne forhold · Forretningsmodeller · Værdikæder <p>Essentielle emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Virksomhedskarakteristik · Kernekompetencer · Konkurrencedygtighed · Kritiske succesfaktorer · Værdiskabelse · SW - analyse · BMC · Digitale forretningsmodeller <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 3</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 8	Den eksterne situation (01/09/2025 - 21/11/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (opgave 4.3) • Afsætning B Til EUX (opgave 4.6 - opgave 4.8) • Cirkulær økonomi (del 1 & del 2) • Afsætning B Til EUX (Side: Kap. 6) • Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 4 Til Afsnit 4.4)
Fordybelsestid	0t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne definere et relevant marked og kende til forskellene på konsumentmarkedet og producentmarkedet.</p> <p>Redegøre for og anvende modeller og teorier til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsumentmarkedet og producentmarkedet</p> <p>Analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger</p> <p>Redegøre for de forskelle elementer i PESTEL analysen</p> <p>Analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens-vilkår for virksomheder</p> <p>Reaktioner på ændringer i omverdenen</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Omverdens-forhold nationalt og globalt · Købsadfærdsteori på konsument- og producentmarkedet <p>Essentielle emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Markedsforståelse · Købsadfærdsmodeller og teorier · Behov og købemotiver · Beslutningsprocessen på de 2 markeder · Buy-grid modellen · Socialpsykologiske købsadfærdsmodeller · Online købsadfærd · Referencegrupper · SOR-modellen · OT-analyse · Muligheds/trusselsmatrice · PESTEL-analyse <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 4, kap. 6 & 7</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 9	Branche- og konkurrenceforhold (15/09/2025 - 27/09/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX • Afsætning B Til EUX (Side: Kap. 5) • Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 7) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 5.2) • Afsætning B Til EUX (Side: Opgave 5.7)
Fordybelsestid	5t 30m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Redegøre for virksomhedens marked og lave en klar markedsafgrænsning</p> <p>Analysere og diskutere hvorledes konkurrenceforholdene i en branche kan påvirke virksomhedens muligheder for vækst</p> <p>Redegøre for model til konkurrent identifikation</p> <p>Bestemme de konkurrencemæssige positioner på markedet</p> <p>Analysere virksomhedens konkurrencesituation på et givet marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi og positionering</p> <p>Redegøre for, hvilke muligheder de enkelte virksomheder har for at fastholde eller opnå en bedre markedsmæssig position</p> <p>Udarbejde en TOWS-matrice</p> <p>Kunne anvende Porters five forces modellen til at lave en analyse af konkurrencesituationen i branchen</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Branche- og konkurrence-analyse · Virksomhedens positionering · Konkurrenceforhold · Konkurrentidentifikation · Konkurrenceformer · Konkurrencemæssige positioner <p>Essentielle emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Porters five forces · Konkurrencetragt · Differentiering · Konkurrentanalyse · Konkurrencemæssige positioner · Positionering · USP, ESP og me-too produkter <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 5</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 10	Strategi (24/11/2025 - 06/12/2025)
Indhold	<p>Primær litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 8) • Afslutning Til EUX (opgave 8.1-8.3, opgave 8.6 & opgave 8.11)
Fordybelsestid	4t 0m
Særlige fokus-punkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <p>Udarbejde en markedsbeskrivelse På baggrund af virksomhedens interne forhold og Marco forholdene på markedet udarbejdes en SWOT-analyse Redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst Udarbejd en TOWS-matrice og strategiske tiltag Redegøre for BMC modellens faser Redegøre for forskellige strategimodeller, deres egenskaber og forudsætninger Vurdere en given virksomheds muligheder for vækst Redegøre for konkurrencestrategiens indhold Diskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategi</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Ide, vision, værdier og mål · Strategisk planlægning · SWOT model · TOWS model · Vækststrategier · Konkurrencestrategi (generisk strategi) <p>Essentielle emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Værdikæde sammenhæng med værdikæde og omverdens-model · Operationelle mål · Vækst via intensivering, integration, frasalg/lukning, diversifikation · Generisk strategier · SWOT analyse · Disruption <p>Systeme Afsætning B til EUX (læreplan 2017) kap. 8</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 11	Tværgående forløb (01/01/2026 - 03/05/2026)
Indhold	Primær litteratur: <ul style="list-style-type: none">• Afsætning B Til EUX (Side: Kapitel 1-16) Sekundær litteratur: Tværgående Forløb 2026 Thisted.docx
Fordybelsestid	20t 0m
Særlige fokus-punkter	Det tværgående forløb er tænkt som et ”opsamlende” forløb, hvor I skal arbejde med teorier/begreber/modeller fra fagets kernestofområder.
Væsentligste arbejdsformer	skriftligt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 12	Marketingmixet nationalt markedsføringsplan (06/04/2026 - 18/04/2026)
Indhold	Primær litteratur: Afsætning B Til Eux (kapitel 16) Sekundær litteratur:
Fordybelsestid	20t 0m
Særlige fokus-punkter	Eleven skal kunne: Kende og anvende markedsføringsplanens elementer Udarbejde en markedsføringsplan Kende markedsføringsplanens 3 planlægnings-niveauer Udarbejde en tids- ansvarsplan for markedsføringsplanen Kernestof: Markedsføringsplanen Væsentlige arbejdsformer: Læroplæg om grundbegreber Klasse diskussion Notat-tagning Opgaveløsning Opsamling på begrebsafklaring Løbende evaluering i form af åbne spørgsmål til eleverne opgavebesvarelser på klassen og klasse diskussion
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning

[Retur til forside](#)