

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August 2024 – Juni 2026
Institution	EUC Nordvest/Thisted handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Marco Villadsen
Hold	D24

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 - nationalt
Titel 6	Markedsanalyse

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 <p><i>Supplerende stof</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ski-star forløb i forbindelse med studietur
Omfang	November - januar
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 • Træne fagbegreber

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

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold:
Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 3-6</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>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><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Løvens hule, case om bold
Omfang	Februar - maj
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

	<p>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</p> <p>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Klasseundervisning• Opgaveløsning• Gruppearbejde• Casearbejde• Elevpræsentationer• Klassediskussioner• Afleveringsopgave• Træne fagbegreber

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

Titel 3	Strategi
Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 8</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Strategi</p> <p>Mission, vision og værdier</p> <p>SWOT-opstilling</p> <p>TOWS-matrix</p> <p>Konkurrencestrategier</p> <p>Vækststrategier</p>
Omfang	August - september
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

Titel 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Systeme, Marketing, kap. 11</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Segmentering</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedssegmentering • Segmenteringsprocessen • Målgruppevalg • Positionering
Omfang	Oktober - 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	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner

Titel 5	Marketingmix - Nationalt
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 14, 15, 16,18,20,22</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p>Marketingmix</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingmix og PLC-forløb • Markedskort • Pull- og push strategi <p>Produkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klassifikation af produkt • Kvalitet • Sortiment • Mærkestrategi • Branding • Produktets livscyklus – PLC <p>Serviceydelser</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serviceydelser som begreb • Servicepakke og værdikæde • Serviceleverancesystem • De 7 P' er • Oplevelsesøkonomi <p>Pris</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prisstrategi • Priselasticitet • Prisfastsættelsesmetoder • Prisdifferentiering • Prisfastsættelse for nye produkter <p>Distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direkte og indirekte distribution • Distributionskanaler • Distributionsstrategi • Kædeformer • E-handel <p>Promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisering af promotionaktiviteter • Promotionbudskab og indhold • Promotionformer • Den sociale medieplatform • Viral markedsføring <p><i>Supplerende stof:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Løvens hule – Case om bold
Omfang	Januar - marts
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

	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klasses Diskussioner • Træning af fagbegreber

Titel 6	Markedsanalyse
Indhold	<p>Systime, Marketing, kap. 1</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Formålet med dataindsamling • Datakilder • Databaser • Kvalitative metoder • Kvantitative metoder • Spørgeskemaudformning • Respondentudvælgelse • Stikprøveudvælgelse • Fejlkilder • Repræsentativitet • Markedsanalyseprocessen • Big data
Omfang	April - maj
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 • Klasses Diskussioner • Træning af faglige begreber