

Studieplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	2026-2027
Institution	EUC Nordvest/Thisted handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Pia Lynggaard
Hold	3.ghhxc24

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Internationalisering
Titel 2	Strategi
Titel 3	Segmentering, målgruppe og positionering internationalt og på producentmarkedet
Titel 4	Marketingmix - internationalt
Titel 5	Eksamensforløb

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

Titel 1	Internationalisering
Indhold	Systime, Marketing, kap. 9 <u>Kernestof:</u> • Virksomhedens eksportmotiver • Virksomhedens eksportberedskab • Internationaliseringsmodeller • Markedsudvælgelse • Information om internationale markeder • Kulturelle forhold <i>Supplerende stof:</i> • Salling Groups baltiske opkøb er nu godkendt", DetailWatch 5. maj 2025 • Salling Groups opkøb af baltisk supermarkeds kæde 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
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – 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 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	• Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde

	• Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver • Træning af fagbegreber
--	--

Titel 2	Strategi
Indhold	Systime, Marketing, kap. 10 <u>Kernestof:</u> • Strategiske analyser • Vækststrategi (diversifikation, integration og strategisk alliance) • Blue Ocean- strategi • Porteføljeanalyse- og strategi • Digitale forretningsmodeller • Digital transformation og strategi • Bæredygtighed <i>Supplerende stof:</i> • 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	November
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – 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 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	• Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde

	• Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver • Arbejde med fagbegreber
--	--

Titel 3	Segmentering, målgruppevalg og positionering – internationalt og på producentmarkedet
Indhold	Systime, Marketing, kap.12, 13 <u>Kernestof:</u> Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv • International segmentering • Internationale livsstilsmodeller Segmentering på producentmarkedet • Delmarkeder på producentmarkedet • Segmenteringsvariable på producentmarkedet • Build-up tankegangen – kundernes behov • Break-down tankegangen – virksomhedens produkt <i>Supplerende stof:</i> • VALS- modellen • Bryggeri kaster sig ud i svær øvelse”, 22. april 2025 Food-supply.dk • ”Hidsig pink og kunstige negle skal sælge energidrik til kvinder”, 5. maj 2025 Markedsforing.dk
Omfang	December 3. g
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – 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	• Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver • Arbejde med fagbegreber

Titel 4	Marketingmix - internationalt
Indhold	Systime, Marketing, kap.17, 19, 21, 23, 24, 25 <u>Kernestof:</u> Marketingmix Produkt i internationalt perspektiv • Internationalisering af produktparameteren • Serviceydelser i internationalt perspektiv • Mærkestrategi • Produktets livscyklus • 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 strategiprocessen og marketingplanen <i>Supplerende stof:</i> • https://www.danskindustri.dk/vi-radgiver-dig/ecommerce/nyheds-arkiv/nyheder/2024/11/kender-du-de-fire-internationaliseringsstrategier

	• Arla-boss spår stabilt salg af dyre mærkevarer, 25. august 2025
Omfang	Januar - marts
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: – 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	• Klasseundervisning • Opgaveløsning • Gruppearbejde • Casearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver

Titel 5	Eksamensforløb – grundlag for mundtlig eksamen
Indhold	• Markedsanalyse • Interne forhold • Eksterne forhold • Strategi • Marketingmix • Internationalisering
Omfang	April - maj
Særlige fokus-punkter	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. Casen om "JYSK" i MARKETING – FORLØB – FORLØB 1 eller via dette link: https://marketing.systime.dk/?id=2132
Væsentligste arbejdsformer	• Klasseundervisning • Gruppearbejde • Elevpræsentationer • Klassediskussioner • Afleveringsopgaver