

Studieplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Skoleåret 2026-2027
Institution	EUC Nordvest / Fjerritslev Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Inge Pallesen
Hold	fhhxa24 (3.h)

Oversigt over planlagte undervisningsforløb i 3.h

Titel 1	Internationalisering
Titel 2	Strategisk analyse
Titel 3	Marketingmix, internationalt
Titel 4	Marketingplanen
Titel 5	Tværgående forløb / eksamensprojekt
	Afsætning A er også en del af SO 6 (SRO)

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

Titel 1	Internationalisering
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 9 • virksomhedens eksportmotiver • virksomhedens eksportberedskab • internationaliseringsmodeller ○ Uppsala-modellen ○ born global-virksomheder – reborn global ○ netværksmodellen • markedsudvælgelse ○ tilfældighedsmetoden ○ nærmarkedsmetoden ○ tragtmetoden • kulturelle forhold • information om internationale markeder https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/ Euromonitor, Infomedia og andre databaser til brug for landeanalyse
Omfang	Uge 33-37
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - vurdere virksomhedens placering i internationaliseringsprocessen og sætte denne i relation til virksomhedens eksportmotiver og –beredskab. - analysere sammenhænge mellem internationaliseringsforløbet, miljøafstand og virksomhedens øvrige strategivalg. - arbejde med forskellige metoder til markedsudvælgelse. - udarbejde analyser af markedsforhold, som danner grundlag for en systematisk informationsindsamling på relevante eksportmarkeder. I analyserne inddrages kulturelle forhold og kulturteori. Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen - databehandlingskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg. Gruppearbejde med elevoplæg (landeanalyse). Opgaveløsning og klassediskussion.

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

Titel 2	Strategisk analyse
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 10 • Blue Ocean strategi • Vækststrategier ○ Vækst ved diversifikation ○ Vækst ved integration – strategisk alliance • Porteføljeanalyse og –strategi • Digitalisering • Bæredygtighed
Omfang	Uge 39-44
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - identificere og analysere virksomhedens strategiske platform - tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier og udviklingsmuligheder - opstille mål og angive valg af generisk strategi og valg af vækststrategi - kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - problembehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning og klasses Diskussion

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

Titel 3	Marketingmix, internationalt
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 17,19, 21, 23 og 24 (internationalt) Marketingmix: • standardiseret eller tilpasset marketingmix Produkt: • internationalisering af produktet herunder også serviceydelser • mærkestrategi og branding Pris: • pris-/kvalitetsstrategi • priseskalering • valutaforhold • krydspriselasticitet • bundling International distribution • markedsindtrængningsformer ○ indirekte eksport ○ direkte eksport ○ kontrakter og samarbejder ○ direkte investeringer ○ valgkriterier ved markedsindtrængning • internethandel Promotion: • den udvidede kommunikationsmodel • medievalg • neuromarketing
Omfang	Uge 46-50 + 1-2
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - analysere og vurdere virksomhedens produkt, pris, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse med udgangspunkt i virksomhedens valg af målgruppe - vurdere produktets livsløb og sammensætningen af de 4 P'er i de enkelte faser - kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen - kommunikationskompetencen

Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning Opgaveløsning Klassediskussion
-----------------------------------	---

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

Titel 4	Marketingplanen
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 25 • Blue Ocean strategi • Vækststrategier ○ Vækst ved diversifikation ○ Vækst ved integration – strategisk alliance • Porteføljeanalyse og –strategi • Digitalisering • Bæredygtighed
Omfang	Uge 3-7
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - identificere og analysere virksomhedens strategiske platform - tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier og udviklingsmuligheder - opstille mål og angive valg af generisk strategi og valg af vækststrategi - kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - problembehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde med marketingplanen inkl. elevoplæg

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

Titel 5	Tværgående forløb / eksamensprojektet
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 1-25 • Blue Ocean strategi • Vækststrategier ○ Vækst ved diversifikation ○ Vækst ved integration – strategisk alliance • Porteføljeanalyse og –strategi • Digitalisering • Bæredygtighed
Omfang	Uge 10-11 + 15-19
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - identificere og analysere virksomhedens strategiske platform - tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier og udviklingsmuligheder - opstille mål og angive valg af generisk strategi og valg af vækststrategi - kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - problembehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning og klasses Diskussion

