

## Studieplan

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

|                      |                                             |
|----------------------|---------------------------------------------|
| <b>Termin</b>        | Skoleåret 2026-2027                         |
| <b>Institution</b>   | EUC Nordvest / Fjerritslev Handelsgymnasium |
| <b>Uddannelse</b>    | HHX                                         |
| <b>Fag og niveau</b> | Afsætning A                                 |
| <b>Lærer(e)</b>      | Inge Pallesen                               |
| <b>Hold</b>          | fhhxa25 (2.h)                               |

### Oversigt over planlagte undervisningsforløb i 2.h

|                |                                               |
|----------------|-----------------------------------------------|
| <b>Titel 1</b> | Købsadfærd på konsument- og producentmarkedet |
| <b>Titel 2</b> | Markedsanalyse                                |
| <b>Titel 3</b> | Segmentering, målgruppevalg og positionering  |
| <b>Titel 4</b> | Strategi                                      |
| <b>Titel 5</b> | Marketingmix, nationalt                       |
|                |                                               |
|                | Afsætning A indgår også i SO4 og erhvervscase |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 1</b>                    | <b>Købsadfærd på konsument- og producentmarkedet</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 6 + 7</p> <p><b>Konsumentmarkedet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SOR-modellen</li> <li>• Behov</li> <li>• Købemotiver</li> <li>• Købstype og købsadfærdstyper</li> <li>• Køberoller</li> <li>• Beslutningsprocessen</li> <li>• Andre købsadfærdsbegreber: rådighedsbeløb, livsfase, referencegrupper og opinionsledere</li> </ul> <p><b>Producentmarkedet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomheders købsadfærd</li> <li>• Virksomheders købsbeslutningsproces</li> <li>• Valgkriterier på de tre delmarkeder</li> <li>• Faktorer, der påvirker købsadfærden</li> </ul>                                                                 |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 33-37                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- på baggrund af en analyse af købsadfærden på konsument- og producentmarkedet kunne anvende denne viden ved tilrettelæggelsen af virksomhedens marketingmix</li> <li>- kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>- kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- modelleringskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Opgaveløsning og klassediskussion</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 2</b>                    | <b>Markedsanalyse</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 1</p> <p><b>Markedsanalyse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• datakilder</li> <li>• databaser</li> <li>• kvalitative og kvantitative metoder</li> <li>• spørgeskemaudformning</li> <li>• respondentudvælgelse</li> <li>• stikprøveudvælgelse</li> <li>• fejlkilder</li> <li>• repræsentativitet</li> <li>• markedsanalyseprocessen</li> <li>• big data</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 51-4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder</li> <li>- have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder</li> <li>- forholde sig kritisk til forskellige kilder</li> <li>- vurdere de indsamlede informationers validitet og repræsentativitet</li> <li>- kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>- kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- problembehandlingskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> <li>- databehandlingskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Gruppearbejde med elevpræsentationer af egne markedsanalyser</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 3</b>                    | <b>Segmentering, målgruppevalg og positionering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 11</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• segmenteringsprocessen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ segmenteringsvariable</li> <li>○ livsstilsanalyse</li> <li>○ personas</li> </ul> </li> <li>• målgruppevalg <ul style="list-style-type: none"> <li>○ vurdering af segmenters attraktivitet (SMOK)</li> <li>○ valg af målgruppestrategi</li> </ul> </li> <li>• positionering <ul style="list-style-type: none"> <li>○ USP/ESP</li> <li>○ Positioneringskort</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Omfang</b>                     | 45-49                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gennemføre segmenteringsprocessen og vurdere virksomhedens valg af målgruppe(r)</li> <li>- tage stilling til virksomhedens positionering</li> <li>- kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>- kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- modelleringskompetencen</li> <li>- problembehandlingskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Gruppearbejde med elevoplæg</p> <p>Opgaveløsning og klasses Diskussion</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 4</b>                    | <b>Strategi</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 8</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mission, vision og værdier</li> <li>• SWOT-opstilling</li> <li>• TOWS-matrix</li> <li>• Konkurrencestrategi <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Porters konkurrencestrategi / generisk strategi</li> </ul> </li> <li>• Vækststrategier <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Vækst ved intensivering</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 39-43                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identificere og analysere virksomhedens strategiske platform</li> <li>- tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier og udviklingsmuligheder</li> <li>- opstille mål og angive valg af generisk strategi og valg af vækststrategi</li> <li>- kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>- kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- modelleringskompetencen</li> <li>- problembehandlingskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> <li>- databehandlingskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Informationssøgning og opgaveløsning</p> <p>Klassediskussion</p> <p>Erhvervscase</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

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

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 5</b> | <b>Marketingmix, nationalt</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Indhold</b> | <p>Systime, Marketing, kapitel 14, 15, 16, 18, 20 og 22</p> <p><b>Marketingmix:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• marketingmix og PLC</li> <li>• markedskort</li> <li>• pull- og push-strategi</li> </ul> <p><b>Produkt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• klassifikation af produkter</li> <li>• kvalitet</li> <li>• emballage</li> <li>• sortiment</li> <li>• mærkestrategi og branding</li> <li>• produktets livscyklus (PLC)</li> </ul> <p><b>Serviceydelser:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• serviceydelser som begreb</li> <li>• servicepakke</li> <li>• serviceleverancesystem</li> <li>• de 7 P'er</li> <li>• oplevelsesøkonomi</li> </ul> <p><b>Pris:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prisstrategi</li> <li>• priselasticitet</li> <li>• prisfastsættelsesmetoder</li> <li>• prisdifferentiering</li> <li>• prisfastsættelse på nye produkter</li> </ul> <p><b>Distribution:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• direkte og indirekte distribution</li> <li>• distributionskanaler</li> <li>• distributionsstrategi</li> <li>• kædeformer</li> <li>• E-handel</li> </ul> <p><b>Promotion:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• promotion budskab og –indhold</li> <li>• promotionformer <ul style="list-style-type: none"> <li>○ reklame</li> <li>○ sales promotion</li> <li>○ PR og sponsorering</li> <li>○ direct marketing</li> <li>○ online marketing</li> <li>○ personlig salg</li> </ul> </li> <li>• den sociale medieplatform</li> <li>• viral markedsføring</li> </ul> |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Omfang</b>                     | Uge 5-18                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analysere og vurdere virksomhedens produkt, pris, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse med udgangspunkt i virksomhedens valg af målgruppe</li> <li>- vurdere produktets livsløb og sammensætningen af de 4 P'er i de enkelte faser</li> <li>- kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>- kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- modelleringskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> <li>- kommunikationskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning</p> <p>Opgaveløsning og klassesdiskussion</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |