

## Studieplan

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

|                      |                                         |
|----------------------|-----------------------------------------|
| <b>Termin</b>        | Skoleåret 2026-2027                     |
| <b>Institution</b>   | EUC Nordvest / Thisted Handelsgymnasium |
| <b>Uddannelse</b>    | HHX                                     |
| <b>Fag og niveau</b> | Afsætning A                             |
| <b>Lærer(e)</b>      | Inge Pallesen                           |
| <b>Hold</b>          | thhxe24 (3.e)                           |

### Oversigt over planlagte undervisningsforløb i 3.e

|                |                                               |
|----------------|-----------------------------------------------|
| <b>Titel 1</b> | Internationalisering                          |
| <b>Titel 2</b> | Strategisk analyse                            |
| <b>Titel 3</b> | Marketingmix, internationalt                  |
| <b>Titel 4</b> | Marketingplanen                               |
| <b>Titel 5</b> | Tværgående forløb / eksamensprojekt           |
|                |                                               |
|                | Afsætning A er også en del af SO 7 (Mini SOP) |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |
|                |                                               |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 1</b>                    | <b>Internationalisering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 9</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• virksomhedens eksportmotiver</li> <li>• virksomhedens eksportberedskab</li> <li>• internationaliseringsmodeller <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Uppsala-modellen</li> <li>○ born global-virksomheder – reborn global</li> <li>○ netværksmodellen</li> </ul> </li> <li>• markedsudvælgelse <ul style="list-style-type: none"> <li>○ tilfældighedsmetoden</li> <li>○ nærmarkedsmetoden</li> <li>○ tragtmetoden</li> </ul> </li> <li>• kulturelle forhold</li> <li>• information om internationale markeder</li> </ul> <p><a href="https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/">https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/</a><br/>Euromonitor, Infomedia og andre databaser til brug for landeanalyse</p>            |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 33-38                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Særlige fokus-punkter</b>      | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vurdere virksomhedens placering i internationaliseringsprocessen og sætte denne i relation til virksomhedens eksportmotiver og –beredskab.</li> <li>- analysere sammenhænge mellem internationaliseringsforløbet, miljøafstand og virksomhedens øvrige strategivalg.</li> <li>- arbejde med forskellige metoder til markedsudvælgelse.</li> <li>- udarbejde analyser af markedsforhold, som danner grundlag for en systematisk informationsindsamling på relevante eksportmarkeder. I analyserne inddrages kulturelle forhold og kulturteori.</li> </ul> <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tankegangskompetencen</li> <li>- modelleringskompetencen</li> <li>- ræsonnementskompetencen</li> <li>- databehandlingskompetencen</li> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg. Gruppearbejde med elevoplæg (landeanalyse). Opgaveløsning og klassediskussion.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 2</b>                    | <b>Strategisk analyse</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 10</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blue Ocean strategi</li> <li>• Vækststrategier <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vækst ved diversifikation</li> <li>○ Vækst ved integration – strategisk alliance</li> </ul> </li> <li>• Porteføljeanalyse og –strategi</li> <li>• Digitalisering</li> <li>• Bæredygtighed</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 39-44                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <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> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg</p> <p>Opgaveløsning og klasses Diskussion</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

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

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 3</b>               | <b>Marketingmix, internationalt</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Indhold</b>               | <p>Systime, Marketing, kapitel 17,19, 21, 23 og 24 (internationalt)</p> <p><b>Marketingmix:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• standardiseret eller tilpasset marketingmix</li> </ul> <p><b>Produkt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• internationalisering af produktet herunder også serviceydelser</li> <li>• mærkestrategi og branding</li> </ul> <p><b>Pris:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pris-/kvalitetsstrategi</li> <li>• priseskalering</li> <li>• valutaforhold</li> <li>• krydspriselasticitet</li> <li>• bundling</li> </ul> <p><b>International distribution</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• markedsindtrængningsformer <ul style="list-style-type: none"> <li>○ indirekte eksport</li> <li>○ direkte eksport</li> <li>○ kontrakter og samarbejder</li> <li>○ direkte investeringer</li> <li>○ valgkriterier ved markedsindtrængning</li> </ul> </li> <li>• internethandel</li> </ul> <p><b>Promotion:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den udvidede kommunikationsmodel</li> <li>• medievalg</li> <li>• neuromarketing</li> </ul> |
| <b>Omfang</b>                | Uge 45-49 + 1-2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <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> | Dialogbaseret klasseundervisning<br>Opgaveløsning<br>Klassediskussion |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 4</b>                    | <b>Marketingplanen</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blue Ocean strategi</li> <li>• Vækststrategier <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vækst ved diversifikation</li> <li>○ Vækst ved integration – strategisk alliance</li> </ul> </li> <li>• Porteføljeanalyse og –strategi</li> <li>• Digitalisering</li> <li>• Bæredygtighed</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 3-6 + 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <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> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Gruppearbejde med marketingplanen inkl. elevoplæg</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

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

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel 5</b>                    | <b>Tværgående forløb / eksamensprojektet</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Systime, Marketing, kapitel 1-25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blue Ocean strategi</li> <li>• Vækststrategier <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vækst ved diversifikation</li> <li>○ Vækst ved integration – strategisk alliance</li> </ul> </li> <li>• Porteføljeanalyse og –strategi</li> <li>• Digitalisering</li> <li>• Bæredygtighed</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Omfang</b>                     | Uge 13-19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <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> </ul> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg</p> <p>Opgaveløsning og klasses Diskussion</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

