



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2023
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Camilla Bak Kristensen/ Grundforløbslærer (CBK, ND, SMS, LBD)
Hold	HH2C AF

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold del 1- Omverdensforhold
Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold del 2– Konkurrenceforhold og den konkurrencemæssige position
Titel 4	Virksomhedens eksterne forhold del 3 – Brancheforhold
Titel 5	Virksomhedens eksterne forhold del 4 – Købsadfærd på Konsumentmarkedet
Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 7	Strategiske forhold – Vækststrategier og konkurrencestrategier
Titel 8	Marketingmixet (Nationalt)
Titel 9	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Titel 10	Markedsanalyse



Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 2. Den interne situation Supplerende stof: Cases Diverse artikler
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Virksomhedskarakteristik• Konkurrencedygtighed• Porters værdikæde (Produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed)• Forretningsmodel: Business Model Canvas• Indlæring af fagudtryk og forståelse for anvendelsen heraf.• Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold• Eleverne skal kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning set i lyset af de indsamlede informationer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde

[Retur til forside](#)



Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold del 1 - Omverdensforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 3</p> <p>Supplerende stof: Case: Løgismose Eksamensopgave: Novasol Hjemmesider Artikler</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation.• Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL)• Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.• Eleverne arbejder individuelt med afleveringsopgave
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse

[Retur til forside](#)



Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold del 2 - Konkurrenceforhold og den konkurrencemæssige position
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 4</p> <p>Supplerende stof: Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider</p>
Omfang	15 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs.</p> <ul style="list-style-type: none">• definere virksomhedens marked• identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position <p>Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt Eleverne arbejder gruppevis med en selvvalgt virksomhed som fremlægges for klassen</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave



Titel 4	Virksomhedens eksterne forhold del 3 - Brancheforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 5</p> <p>Supplerende stof: Artikler Euromonitor Cases</p>
Omfang	8 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Gennemgående model: Porters 5 forces</p> <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche• vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen• Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret• Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, omlagt skriftlighed og afleveringsopgave

[Retur til forside](#)



Titel 5	Virksomhedens eksterne forhold del 4 – Købsadfærd på Konsumentmarkedet
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 6 Supplerende stof: Case om rejsebranchen Diverse artikler TV-udsendelse: <i>Manipulator – Det frie valg</i> (2:6) (DR 8. november 2018)
Omfang	10 timer
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: - Give en karakteristik af konsumentmarkedet. - Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden - Beskrive det potentielle marked Progression: Eleverne arbejder i grupper og individuelt
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, skriftligt arbejde



Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systeme 2018 Kapitel 11</p> <p>Jenrich, Lene m.fl.: Afsætning niveau A bind 1, 3. udgave, Trojka 2015 Kapitel 14 Markeds størrelse</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler Conzoom Gallups kompas Danmarks statistik Euromonitor</p>
Omfang	13 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering.○ Kunne gennemføre en segmenteringsproces○ Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet <p>Progression: Progression i forløbet består i, at eleverne arbejde med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde



Titel 7	Strategiske forhold – SWOT, TOWS, Vækststrategier og konkurrencestrategier
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 8 og Kap 11 Supplerende stof: Diverse hjemmesider Avisartikler Cases: Arla og DK Company
Omfang	14 timer
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">○ Opstille en SWOT på baggrund af andre analyser○ Udarbejde en TOWS ud fra diskussion af muligheder og trusler○ Beskrive en virksomheds idé, mission og vision○ Beskrive og analysere virksomhedens vækststrategier og konkurrencestrategi○ Diskutere og vurdere virksomhedens vækststrategier og konkurrencestrategi i sammenhæng med andre interne samt eksterne forhold Progression: Eleverne arbejder med forskellige virksomheder og fremlægger for klassen. Der udarbejdes individuelle skriftlige produkter.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse

[Retur til forside](#)



Titel 8	Virksomhedens marketingmix del 1 - Nationalt
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap. 14 – 16 + 18 + 20 + 22</p> <p>Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler</p>
Omfang	50 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Beskrive og analysere virksomhedens 4 P'er (produkt, pris, distribution og promotion)○ Beskrive og analysere en virksomheds serviceydelse ud fra de 7 p'er○ Anvende relevant fagterminologi i forbindelse med diverse modeller under emnet○ Udarbejde kvalificerede forslag til ændringer af virksomhedens parameterindsats.○ Diskutere marketingmixet i sammenhæng med målgruppevalg og virksomhedens strategi <p>Progression: Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen. Eleverne arbejder med selvvalgt produkter eller virksomheder i forhold til en given problemstilling omkring fastsættelse og vurdering af parametermix.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse



Titel 9	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap. 7
Omfang	5 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">○ Give karakteristik af producentmarkedet.○ Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet.○ Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet Progression: Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse

[Retur til forside](#)



Titel 10	Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 2 Markedsanalyse – Field Research: Opstilling af hypotese, Opstilling af spørgeskema, dataindsamling, beskrivelse af processen, præsentation af data, vurdering af dataene. •
Omfang	4 lektioner (<i>Der arbejdes videre med forløbet i 3.g</i>)
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• genkende og forholde sig kritisk til forskellige informationsindsamlingsmetoder• forholde sig kritisk til forskellige kilder og indsamlingsmetoder• have viden om kildekritik og viden om repræsentativitet• Fortolke en markedsanalyse og forholde sig kritisk til resultaterne heraf Mundtlig præsentation af case
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, faglig læsning,

[Retur til forside](#)