

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Juni 2024
Institution	Himmerlands Erhvervs- og Gymnasieuddannelser
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Langerskov (Dorthe Serles)
Hold	3ab23

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til afsætning og samfundsvidenskabelig metode ca. 15 lektioner
Forløb 2	Markedsanalyse ca. 12 lektioner
Forløb 3	Den interne situation ca. 25 lektioner
Forløb 4	Den eksterne situation ca. 32 lektioner
Forløb 5	Strategi ca. 22 lektioner
Forløb 6	Internationalisering ca. 28 lektioner
Forløb 7	Segmentering, målgruppevalg og positionering ca. 20 lektioner
Forløb 8	Marketingmix ca. 38 lektioner
Forløb 9	Marketingplan ca. 15 lektioner
Forløb 10	Eksamensforløb ca. 18 lektioner

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning og samfundsvidenskabelig metode
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Indledende introduktion til nedenstående • Virksomhedstyper • Virksomhedskarakteristik • Ide, vision og mål • Forretningsmodel • Analyse af virksomheden <ul style="list-style-type: none"> ○ Værdikæde ○ SWOT-opstilling • Virksomhedens omverden • Forbrugeradfærd <ul style="list-style-type: none"> ○ Købs- og forbrugsvaner ○ Pain, value proposition og jury ○ Købsbeslutningsprocessen • Virksomhedens strategi • Målgruppevalg • Marketingmix • Samfundsfaglige metoder • Fagets modeller • Afsætningsøkonomisk metode • Afsætningsfaglige kompetencer • Søgestrategi • Søgeteknik • Kildekritik • Empiri -
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed • fortolke og formidle informationer om afsætning, herunder i samspil med andre fag - udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode <ul style="list-style-type: none"> – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne

Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning ✓ Introduktion til afsætning ✓ Samfundsvidenskabelig metode
Arbejdsformer	klasseundervisning, gruppe og pararbejde.

Forløb 2	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Analyseformål • Hypotese • Datakilder • Analysetyper • Kvalitative metoder • Kvantitative metoder • Spørgeskemaudformning • Population • Stikprøve • Respondentudvælgelse • Fejlkilder • Repræsentativitet • Bortfald • Reliabilitet • Validitet • Big data
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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
Kernestof	<p>Samfundsvidenskabelig metode</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	<p>ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning</p> <p>✓ Kapitel 1 - Markedsanalyse</p>
Arbejdsformer	<p>klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, projektarbejdsform, gruppe og pararbejde, skriftligt arbejde</p>

Forløb 3	Interne forhold
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Disruption • Business Model Canvas • Værdikæde • SW-opstilling
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Kernestof	Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> – Værdikæder – Porteføljeanalyser – Forretningsmodeller
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <p style="text-align: center;">✓ Kapitel 2 – Den interne situation</p>
Arbejdsformer	klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde.

Forløb 4	Den eksterne situation
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodel • OT-opstilling • Muligheds- og trusselsmatrix • PESTEL-analyse • Markedsbeskrivelse • Konkurrenceformer • Markeder • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentreaktioner • Konkurrentovervågning • Konkurrentanalyse • Branche • Branchekarakteristik • Pyramidemodel • Brancheanalyse/Porters five forces • Kræfter/forces i Porters brancheanalyesmodel • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstyper • Købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber • Referencegrupper • Opinionsleder • Delmarkeder • Købstyper • Buy grid-modellen • Valgkriterier • Købscenter
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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”
Kernestof	Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> - Omverdensforhold nationalt og globalt - Branche- og konkurrenceforhold - Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kapitel 3 – Den eksterne situation ✓ Kapitel 4 - Konkurrenceforhold ✓ Kapitel 5 - Brancheforhold ✓ Kapitel 6 – Købsadfærd på konsumentmarkedet ✓ Kapitel 7 – Købsadfærd på producentmarkedet TV-udsendelse: Ramt i købehjernen (DR)
Arbejdsformer	klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde.

Forløb 5	Strategi
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Mission, Vision og Værdier • SWOT-opstillingen • TOWS-matricen • Konkurrencestrategier - Generiske strategier • Vækststrategier • Organisk vækst • Blue Ocean-strategi • Portefølgestrategi • Digitale forretningsmodeller • Digital transformation • Bæredygtighed
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Kernestof	Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kapitel 8 - Strategi ✓ Kapitel 10 – Strategiske analyser
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde.

Forløb 6	Internationalisering
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Eksportmotiver • Eksportberedskab (interne 4 P'er) • Internationaliseringsmodeller • Markedsudvælgelse • Information om internationale markeder • Kulturelle forhold • Hofstedes kulturdimensioner • Interkulturel kommunikation
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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
Kernestof	Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning ✓ Kapitel 9 - Internationalisering Film: American Factory
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde

Forløb 7	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Målgruppebeskrivelse • Segmenteringsprocessen • Segmenteringsvariable • Livsstilsanalyser • Målgruppestrategi • Positionering • Positioneringskort • SMP-processen i internationalt perspektiv • Geografiske segmenteringsvariable • Kulturelle zoner • Internationale livsstilsmodeller • Delmarkeder på producentmarkedet • Segmenteringsvariable på producentmarkedet • Industriel segmentering
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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”
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kapitel 11 ✓ Kapitel 12 ✓ Kapitel 13
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde

Forløb 8	Marketingmix
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Markedskort • Marketingmix • Kvalifikation af produkter • Produkttyper på konsumentmarkedet • Produkttyper på producentmarkedet • Emballage • Service • Kvalitet • Sortiment • Mærkestrategi • Branding • Produktlivscyklus (PLC) • Servicepakke • Værdikæde for servicevirksomheder • Serviceleverancesystem • De 7 P'er • Oplevelsesøkonomi • Produktniveauer • Mærkebeslutninger • Produktets livscyklus • Stage-gatemodellen • Prisstrategi • Priselastictet • Prisfastsættelsesmetoder • Prisdifferentiering • Prisfastsættelse for nye produkter • Pris-/kvalitetsstrategi • Priseskalering • Valutaforhold • Revenue pricing • Bundling • Distributionskanaler • Distributionskæde • Channel marketing • Distribution på konsumentmarkedet • Distribution på producentmarkedet • Distributionsstrategi • Beliggenhed • Butikstyper • Kædeformer • E-handel • Indirekte eksport • Direkte eksport • Kontrakter og samarbejder • Direkte investeringer • Internethandel • Valgkriterier ved markedsindtrængning

	<ul style="list-style-type: none"> • Organisering af promotionsaktiviteter • Promotionbudskab og - indhold • Den forenkede kommunikationsmodel • AIDAE-modellen • Promotionformer • Virksomhedens sociale medieplatform • Viral markedsføring • Loyalitetsklubber • Den udvidede kommunikationsmodel • Kommunikationsbarrierer på internationale markeder • Neuromarketing • Content marketing • Standardiseret eller tilpasset marketingmix
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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”
Kernestof	Marketing mix – Marketing mixet både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kapitel 14 ✓ Kapitel 15 ✓ Kapitel 16 ✓ Kapitel 17 ✓ Kapitel 18 ✓ Kapitel 19 ✓ Kapitel 20 ✓ Kapitel 21 ✓ Kapitel 22 ✓ Kapitel 23 ✓ Kapitel 24 TV-udsendelse: Operation X: De hemmelige prisaftaler
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde

Forløb 9	Marketingplan
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Situationsanalyse • Marketingplanen • Budget og effektmåling • Kontrol af marketingplanen • Sammenhæng mellem strategiprocessen og marketingplanen
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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”
Kernestof	
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kapitel 1 ✓ Kapitel 2 ✓ Kapitel 3 ✓ Kapitel 4
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde

Forløb 9	Marketingplan
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Situationsanalyse • Marketingplanen • Budget og effektmåling • Kontrol af marketingplanen • Sammenhæng mellem strategiprocesen og marketingplanen
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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”
Kernestof	
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning ✓ Kapitel 25
Arbejdsformer	Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, gruppe og pararbejde

Forløb 10	Eksamensforløb: Tøjbranchen
Forløbets indhold og fokus	Se vedhæftede opgaveformulering
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • ”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
Anvendt materiale.	ISBN: 9788761687050 - Marketing - en grundbog i afsætning
Arbejdsformer	Projektarbejde. Skriftligt arbejde