



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|---|
| Termin | Juni 2022 |
| Institution | SCU – Skanderborg-Odder Center for Uddannelse |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning A |
| Lærer(e) | Susanne Maagaard Seidelin |
| Hold | HH1D AF |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|----------------|--|
| Titel 1 | Interne forhold (GF) |
| Titel 2 | Eksterne forhold – omverdensforhold (GF) |
| Titel 3 | Informationssøgning + introduktion til metode (GF) |
| Titel 4 | Konkurrence- og brancheforhold |
| Titel 5 | Købsadfærd på B2C markedet |
| Titel 6 | Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| Titel 7 | |
| Titel 8 | |
| Titel 9 | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |



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

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 1 | Interne forhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 2 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver, cases, artikler, mv. |
| Omfang | August + september 2021 |
| Særlige fokuspunkter | Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Værdikæder SW-opstilling Forretningsmodeller → gennemgået i VØ |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, pararbejde, individuelt arbejde, gruppearbejde |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 2 | Eksterne forhold - omverdensforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 3 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler |
| Omfang | September + oktober 2021 |
| Særlige fokuspunkter | Omverdensmodellen OT-opstilling PESTEL-analyse |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 3 | Informationssøgning + introduktion til metode |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• ”Samfundsvidenskabelig metode (GF)”<ul style="list-style-type: none">○ Afsnit 1-5 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver• www.dst.dk• Portal.euromonitor.com |
| Omfang | Oktober 2021 |
| Særlige fokuspunkter | Introduktion til samfundsvidenskabelig metode Søgestrategier Kildekritik Introduktion til og arbejde med følgende databaser: <ul style="list-style-type: none">• Euromonitor• Danmarks Statistik |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 4 | Konkurrence- og brancheforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 4• Kapitel 5 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler |
| Omfang | November, december og januar 2021/2022 |
| Særlige fokuspunkter | Markeder og markedsbeskrivelse Afgrænsning af marked Konkurrencetragtmodellen (konkurrentidentifikation) Markedsandele Præference Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Porters Five Forces |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde, fremlæggelser, aflevering |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 5 | Købsadfærd på B2C markedet |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 6 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler• Supplerende teori vedr. beslutningsprocessen fra Trojkas afsætningsbog |
| Omfang | Januar + februar 2022 |
| Særlige fokuspunkter | SOR-modellen Købstyper Købsadfærdstyper Pain Behov Købemotiver Beslutningsprocessen Køberoller Beslutningsprocessen ved internetkøb Andre købsadfærdsbegreber (referencegrupper, opinionsleder, rådighedsbeløb, livscyklus) |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, aflevering, skriftligt arbejde, individuelt arbejde, CL-øvelse |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 7 | Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 11 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases• Diverse artikler |
| Omfang | Marts – maj 2022 |
| Særlige fokuspunkter | Segmenteringsprocessen Segmenteringsvariable Segmenteringsmatrix Livsstilsanalyser (Gallups Kompas og Conzoom) Målgruppevalg – SMOK-modellen Fastlæggelse af målgruppestrategi Personas Målgruppebeskrivelse Positionering og differentiering Brandidentitet Betingelser for vellykket positionering Positioneringskort USP, ISP, ESP |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde, fremlæggelser |