



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|--|
| Termin | Maj-Juni 2021 |
| Institution | SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning A |
| Lærer(e) | Line Brøndum Dalby/ Grundforløbslærer (TE, ND, LBD, SMS) |
| Hold | HH2C AF |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|-----------------|---|
| Titel 1 | Introduktion til faget og metode |
| Titel 2 | Markedsanalyse |
| Titel 3 | Udbudsforhold: Konkurrenceforhold |
| Titel 4 | Brancheforhold |
| Titel 5 | Købsadfærd på B2C markedet |
| Titel 6 | Virksomhedens eksterne forhold – Omverdensforhold |
| Titel 7 | Virksomhedens interne forhold – Værdikæder og forretningsmodeller |
| Titel 8 | Købsadfærd på producentmarkedet (B2B) |
| Titel 9 | Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| Titel 10 | Strategi – konkurrence- og vækststrategier |
| Titel 11 | Virksomhedens marketingmix |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 1 | Introduktion til faget og metode |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systeme 2018 Introduktion til afsætning Samfundsvidenskabelig metode Supplerende stof: Cases Diverse artikler Videoklip Conzoom |
| Omfang | August + november 2019 (Grundforløb) |
| Særlige fokuspunkter | Eleverne er blevet introduceret til fagets indhold. Eleverne er bekendte med kompetencer og metode i afsætningsfaget Formål er at give eleverne et indblik i afsætningsfagets indhold. Eleverne er således blevet præsenteret for begreber bredt på tværs af kernestoffet i afsætning. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde |

[Retur til forside](#)



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 2 | Markedsanalyse |
| Indhold | <p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018</p> <p>Kap 2</p> <p>Analyser fra:</p> <ul style="list-style-type: none">• Coop analyser https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.aspx• Coop Mad-o-mater: https://www.madometer.dk/• Danmarks statistik. |
| Omfang | November-December 2019 |
| Særlige fokuspunkter | <p>Eleverne skal kunne: Anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder. Dvs.:</p> <ul style="list-style-type: none">o have viden om forskellige informationsindsamlingsmetodero forholde sig kritisk til forskellige kilder og indsamlingsmetodero gennemføre en markedsanalyse og anvende denne som beslutningsgrundlag i en virksomhed.o have viden om kildekritik og viden om repræsentativiteto præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner <p>Progression: Eleverne arbejder i grupper og individuelt. Eleverne præsenterer i grupper.</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | Gruppearbejde, faglig læsning, Udformning af spørgsmål og spørgeskema. Mundtlig præsentation Der er desuden arbejdet med tolkning af statistiske data. |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 3 | Konkurrenceforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 4 Supplerende stof: Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider |
| Omfang | December 2019 – februar 2020 |
| Særlige fokuspunkter | Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs. <ul style="list-style-type: none">• definere virksomhedens marked• identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt og præsenterer i matrixgrupper. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætter i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi |
| Retur til forside | |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 4 | Brancheforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 5 Supplerende stof: Artikler Euromonitor Cases |
| Omfang | Februar 2019 |
| Særlige fokuspunkter | Gennemgående model: Porters 5 forces Eleverne skal kunne: <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 Progression: <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 Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 5 | Købsadfærd B2C |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 6 Supplerende stof: Case om rejsebranchen og bilbranchen Diverse artikler |
| Omfang | Februar 2020 |
| 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 Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 6 | Virksomhedens eksterne forhold - Omverdensforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 3 Supplerende stof: Hjemmesider Artikler |
| Omfang | Marts 2020 |
| Særlige fokuspunkter | Eleverne skal kunne: <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 Progression: <ul style="list-style-type: none">• Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 7 | Virksomhedens interne forhold – Værdikæden mv |
| 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 | Marts-April 2020 |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• 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 Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætter i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 8 | Købsadfærd på producentmarkedet (B2B) |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap. 7 |
| Omfang | April 2020 |
| 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. Eleverne arbejder med Arla på producentmarkedet, hvor købsadfærden analyseres |
| Væsentligste arbejdsformer | Forløbet er gennemført virtuelt grundet Corona. Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 9 | Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| Indhold | <p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 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</p> |
| Omfang | Maj-juni 2020 |
| 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. Størstedelen er gennemført virtuelt grundet Corona. |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 10 | Strategi – konkurrence- og vækststrategier |
| Indhold | <p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 8</p> <p>Supplerende stof:</p> |
| Omfang | Oktober 2020 |
| Særlige fokuspunkter | Casearbejde: DanCake Indgår også i tværfagligt forløb om Amazon (Iø, ej) |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning (præsentationer), individuelt arbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde (synopsis). |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 11 | Marketingmix |
| Indhold | <p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 14, 15, 16, 18, 20, 22</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler + videomateriale.</p> |
| Omfang | November 2020- maj 2021 |
| Særlige fokuspunkter | Afsluttende case-opgave :skriftlig gruppeopgave om forlystelsesparker |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde. En større del af forløbet er foregået som online-undervisning. |