



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2022
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Karen Kristensen / Line Brøndum Dalby / Grundforløbslærer (TE, ND, LBD, SMS)
Hold	HH3C



## 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 - nationalt
Titel 12	Virksomhedens internationalisering
Titel 13	Landeanalyse og kulturelle forhold
Titel 14	Segmentering og målgruppevalg – Internationalt
Titel 15	Virksomhedens marketingmix – Globalt
Titel 16	Interne forhold – Porteføljeanalyse
Titel 17	Virksomhedens marketingplan



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



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



Titel 3	Konkurrenceforhold
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	December 2019 – februar 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• definere virksomhedens marked</li><li>• identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position</li></ul> <p>Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt og præsenterer i matrixgrupper.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 4	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	Februar 2019
Særlige fokuspunkter	<p>Gennemgående model: Porters 5 forces</p> <p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche</li><li>• vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen</li><li>• Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed</li></ul> <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret</li><li>• Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen</li></ul>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, omlagt skriftlighed og afleveringsopgave</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 5	Købsadfærd B2C
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 6</p> <p>Supplerende stof: Case om rejsebranchen og bilbranchen Diverse artikler</p>
Omfang	Februar 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Give en karakteristik af konsumentmarkedet.</li><li>- Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden</li><li>- Beskrive det potentielle marked</li></ul> <p>Progression: Eleverne arbejder i grupper og individuelt</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, skriftligt arbejde</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætter i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



Titel 6	Virksomhedens eksterne forhold - Omverdensforhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 3</p> <p>Supplerende stof: Hjemmesider Artikler</p>
Omfang	Marts 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation.</li><li>• Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL)</li><li>• Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold</li></ul> <p>Progression:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.</li></ul>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse





Titel 7	Virksomhedens interne forhold – Værdikæden mv
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 2. Den interne situation</p> <p>Supplerende stof: Cases Diverse artikler</p>
Omfang	Marts-April 2020
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"><li>• Porters værdikæde (Produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed) <input type="checkbox"/></li><li>• Forretningsmodel: Business Model Canvas <input type="checkbox"/></li><li>• Indlæring af fagudtryk og forståelse for anvendelsen heraf. <input type="checkbox"/></li><li>• Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold <input type="checkbox"/></li><li>• Eleverne skal kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning set i lyset af de indsamlede informationer <input type="checkbox"/></li></ul>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde</p> <p>Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi</p>



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"><li>o Give karakteristik af producentmarkedet.</li><li>o Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet. o Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet</li></ul> 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:</p> <p>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:</p> <p>Cases Diverse artikler Conzoom Gallups kompas</p>
Omfang	Maj-juni 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>o Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering. o Kunne gennemføre en segmenteringsproces</li><li>o Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet</li></ul> <p>Progression:</p> <p>Progression i forløbet består i, at eleverne arbejde med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde.</p> <p>Størstedelen er gennemført virtuelt grundet Corona.</p>



Titel 10	Strategi – konkurrence- og vækststrategier
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 8  Supplerende stof:
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.

<b>Titel 12</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018  Kap. 9.1-9.4</p> <p>Cases</p>
<b>Omfang</b>	August 2021 (10 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Eleverne skal kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Redegøre for virksomhedens internationalisering</li> <li>○ Analysere og vurdere virksomhedens internationalisering vba internationaliseringsmodeller (Uppsala, Born Global og Netværksmodellen) ○ Analysere hvilke motiver og barrierer virksomheden har ift internationalisering</li> <li>○ Analysere virksomhedens markedsudvælgelsesmetode</li> <li>○ Forklare sammenhængen mellem virksomhedens interne forhold og valg af markedsudvælgelsesmodel</li> <li>○ Vurdere virksomhedens eksportberedskab</li> </ul> <p><b>Progression:</b>  Der arbejdes med forskellige virksomheders internationalisering først på redegørende niveau og senere på analyserende og vurderende niveau</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning/ opgaver  Individuelt arbejde  Mundtlig præsentation  Skriftlig aflevering om Wally &amp; Whiz</p>



<b>Titel 13</b>	<b>Landeanalyse og kulturelle forhold</b>
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 9.5+9.6  Diverse artikler Euromonitor Globalis Human development reports World Fact Book (CIA.gov) Gapminder World Trade Organization (WTO) OECD Case: Carlsberg
<b>Omfang</b>	September 2021 (14 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Eleverne skal kunne:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Redegøre for indholdet i en landeanalyse</li><li>○ Diskutere virksomhedens indtrængning på et marked på baggrund af en landeanalyse</li><li>○ Redegøre for forskellige kulturteorier</li><li>○ Analysere et lands kulturelle forhold ved anvendelse af en kulturteori</li><li>○ Diskutere markedsforhold og kulturelle forholds betydning for virksomhedens valg af indtrængningsstrategi</li><li>○ Analysere generelle og specifikke markedsforhold og forklare hvorledes de påvirker virksomhedens valg af parameterstrategi</li><li>○ Analysere hvilke lande, der har eksportmæssig interesse for danske virksomheder</li><li>○ Diskutere forskellige markeders egnethed som eksportland for en virksomhed</li></ul> <b>Progression:</b> Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen. Fokus på diskussion og argumentation gennem fælles case i klassen om Carlsberg
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, aflevering om Royal Unibrew

<b>Titel 14</b>	Segmentering og målgruppevalg - internationalt
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 12</p> <p>Euromonitor (Consumer types)  Udenlandske hjemmesider (Mosaic)  DollarStreet  TV-udsendelse ”Afrikas mobile revolution” 20. okt. 2014 DR1  Deadline: Ronaldos og virksomhedernes magt</p>
<b>Omfang</b>	Marts 2022 (6 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestemme målgruppen for et produkt på det internationale marked</li> <li>• Redegøre for internationale livsstilsmodeller (Consumer types (Euromonitor), VALS, Mosaic)</li> <li>• Diskutere virksomhedens valg af målgruppestrategi på det internationale marked</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser.



<b>Titel 15</b>	Virksomhedens marketingmix – Internationalt
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 17+19+21+23+24</p> <p>Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Topcheferne strategi med Niels Lunde – podcast</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ørsted: Henrik Poulsen</li> <li>- KMD: Eva Berneke</li> <li>- DBU: Kasper Hjulman</li> </ul> <p><b>Virksomhedsbesøg</b> Bestseller 2021</p>
<b>Omfang</b>	Oktober – Februar 2021-22 (32 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Eleverne skal kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Analysere, diskutere og vurdere virksomhedens parametermix på såvel det danske som på de internationale markeder</li> <li>○ Diskutere graden af standardisering og hvilke markedsforhold og interne forhold der taler henholdsvis for og imod standardisering.</li> <li>○ Analysere og vurdere prisstrategier på internationale markeder</li> <li>○ Analysere og vurdere markedsindtrængningsformer på internationale markeder</li> <li>○ Analysere prisfastsættelse af serviceprodukter</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse, debatoplæg, podcasts og to afleveringer om Bolia.com og Christopher Cloos

<b>Titel 16</b>	Interne forhold – Porteføljeanalyse
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 10.3
<b>Omfang</b>	Oktober 2021 (6 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysere virksomhedens portefølje vba. Bostonmodellen</li> <li>• Vurdere virksomhedens porteføljestrategi</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser.



<b>Titel 17</b>	Virksomhedens marketingplan
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 25</p> <p><b>Supplerende stof:</b> Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Euromonitor Eksamensprojekt om Modebranchen</p>
<b>Omfang</b>	Marts 2021 (16 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analysere sammenhængen mellem situationsanalyse og virksomhedens strategier i marketingplanen</li><li>• Anvende viden fra analyser af interne og eksterne forhold i diskussionen virksomhedens marketingplan</li><li>• Inddrage økonomiske overvejelser (budget og effekt) i vurdering af marketingplanen</li><li>• Vurdere sammenhængen mellem strategiprocesen og marketingplanen</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser og aflevering om lavprisselskaber.</p> <p>Eksamensprojektets omdrejningspunkt er marketingplanen.</p>