



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Maj-Juni 2021
<b>Institution</b>	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Line Brøndum Dalby
<b>Hold</b>	HH1B AF

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Den interne situation
<b>Titel 2</b>	Den eksterne situation
<b>Titel 3</b>	Strategi B
<b>Titel 4</b>	Segmentering og målgruppevalg
<b>Titel 5</b>	Metode & Markedsanalyse



<b>Titel 1</b>	<b>Den interne situation</b>
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systeme 2018 <b>Kapitel 2</b>
<b>Omfang</b>	August-Oktober 2020 (Grundforløb)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Forretningsmodeller Værdikæder SW-opstilling
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde

[Retur til forside](#)



<b>Titel 2</b>	<b>Den eksterne situation</b>
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018  Kapitel 3-7  <b>Supplerende:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Euromonitor</li><li>• Statistikbanken.dk</li><li>• Artikler</li></ul>
<b>Omfang</b>	November 2020 -Februar 2021
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Omverdensmodellen OT-opstilling Muligheds- og trusselsmatrix PESTEL-analyse Konkurrenceforhold Brancheforhold Konsumentmarkedet S-O-R modellen Købsadfærdsanalysen Købsadfærd Producentmarkedet
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, virtuel undervisning, skriftligt arbejde. Projektarbejde som del af studieområdet med VØ og Ma

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Strategi B
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 8
<b>Omfang</b>	Februar-marts 2021
<b>Særlige fokuspunkter</b>	SWOT TOWS Mission, vision, værdier Konkurrencestrategier Vækststrategier
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, onlineundervisning med fokus på par- og gruppearbejde, skriftligt arbejde.
<a href="#">Retur til forside</a>	

<b>Titel 4</b>	<b>Segmentering og målgruppevalg</b>
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 11
<b>Omfang</b>	Marts-april 2021
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Segmentering Målgruppevalg Positionering
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde

<b>Titel 5</b>	<b>Metode og markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b> M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 1
<b>Omfang</b>	April-maj 2021
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Informationssøgning Datakilder Dataindsamlingsmetoder Kildekritik og repræsentativitet Markedsanalyseprocessen
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, skriftligt arbejde