



# Undervisningsbeskrivelse

## Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Maj-Juni 2023
<b>Institution</b>	SCU – Skanderborg-Odder Center for Uddannelse
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Jacob Værum Siersbæk Johansen
<b>Hold</b>	HH1A AF

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Interne forhold (GF)
<b>Titel 2</b>	Eksterne forhold – omverdensforhold (GF)
<b>Titel 3</b>	Informationssøgning + introduktion til metode (GF)
<b>Titel 4</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Titel 5</b>	Købsadfærd på B2C markedet
<b>Titel 6</b>	Købsadfærd på B2B markedet
<b>Titel 7</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 8</b>	Segmentering og målgruppevalg
<b>Titel 9</b>	



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

<b>Titel 1</b>	Interne forhold (GF)
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 2</li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver, cases, artikler, mv.</li></ul>
<b>Omfang</b>	August + september 2022
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Værdikæder SW-opstilling Forretningsmodeller - gennemgået i VØ
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, pararbejde, individuelt arbejde, gruppearbejde



<b>Titel 2</b>	Eksterne forhold – omverdensforhold (GF)
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 3</li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Diverse artikler</li></ul>
<b>Omfang</b>	September + oktober 2022
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Omverdensmodellen OT-opstilling PESTEL-analyse
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde



<b>Titel 3</b>	Eksterne forhold – omverdens forhold (GF)
<b>Indhold</b>	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing, iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 3 Supplerende materiale:</li><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Diverse artikler</li></ul>
<b>Omfang</b>	September + oktober 2022
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Omverdensmodellen OT-opstilling PESTEL-analyse
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde



<b>Titel 4</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b></p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 4</li><li>• Kapitel 5</li></ul> <p><b>Supplerende materiale:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Diverse artikler</li></ul> <p>Emner er også brugt i SO1 – ”iværksætter”.</p>
<b>Omfang</b>	November - januar 2022/2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Markeder og markedsbeskrivelse Afgrensning af marked Konkurrencetraktmodellen (konkurrentidentifikation) Markedsandele Præference Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Porters Five Forces
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde, fremlæggelser, aflevering



<b>Titel 5</b>	Købsadfærd på B2C markedet
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 6</li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Diverse artikler</li><li>• Supplerende teori vedr. beslutningsprocessen fra Trojkas afsætningsbog</li></ul>
<b>Omfang</b>	Januar - marts 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	SOR-modellen Købstyper Købsadfærdstyper Pain Behov Købemotiver Beslutningsprocessen Køberoller Beslutningsprocessen ved internetkøb Andre købsadfærdsbegreber (referencegrupper, opinionsleder, rådighedsbeløb, livscyklus)
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, aflevering, skriftligt arbejde, individuelt arbejde, CLøvelse



<b>Titel 6</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 7</li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Diverse artikler</li></ul>
<b>Omfang</b>	Marts 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	B2B-markedets karakteristika Købstyper på B2B-markedet Beslutningsprocessen (Buy Grid-modellen) Valgkriterier Faktorer der påvirker købsadfærden Virksomhedens købscenter Relationsmarkedsføring og transaktionsmarkedsføring Kommunikation på B2B-markedet
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, skriftligt arbejde



<b>Titel 7</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p><b>Kernestof:</b></p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 1</li></ul> <p><b>Supplerende materiale:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver</li></ul> <p>Forløbet er gennemført tværfagligt med matematik.</p> <p>PBL forløb gennemført i samarbejde med SCUs kantine.</p>
<b>Omfang</b>	April-maj 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Formålet med dataindsamling Datakilder Kvalitative og kvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse Fejlkilder og repræsentativitet Markedsanalyseprocessen</p> <p>Eleverne har gennemført en spørgeskemaundersøgelse og afleveret en rapport over deres resultater (bearbejdet i matematik) samt deres overvejelser omkring tilblivelsen af undersøgelsen.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, pararbejde, skriftligt arbejde, gruppearbejde





<b>Titel 8</b>	Segmentering og målgruppevalg
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 11<ul style="list-style-type: none"><li>○ Afsnit 11.1-11.3</li></ul></li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diverse opgaver og cases</li><li>• Gallups kompas og Conzoom</li></ul>
<b>Omfang</b>	Maj 2023
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Segmenteringsprocessen Segmenteringsvariable Segmenteringsmatrix Livsstilsanalyser (Gallups Kompas og Conzoom) Målgruppevalg – SMOK-modellen Fastlæggelse af målgruppestrategi Personas Målgruppebeskrivelse
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde