

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August 2019 – juni 2020 Titel 1 til 8 August 2020 – juni 2020 Titel 9 til 12 August 2021 – juni 2022 Titel 13 - 18
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	HH1119 –

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Titel 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Titel 3	Den interne situation
Titel 4	Den eksterne situation
Titel 5	Konkurrenceforhold
Titel 6	Brancheforhold
Titel 7	Købsadfærd på BtC markedet
Titel 8	Købsadfærd på producentmarkedet
Titel 9	Strategi
Titel 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 11	Marketingmix (produkt, serviceydelser, pris, distribution, promotion)
Titel 12	Internationalisering 2.g og 3.g
Titel 13	Markedsanalyse
Titel 14	Strategiske analyser

Titel 15	Internationalt parametermix
Titel 16	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Titel 17	Segmentering på producentmarkedet

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

Titel 1	Introduktion til afsætning (Grundforløb)
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	Ca. 15 lektioner
Særlige fokuspunkter	Faget er introduceret til eleverne. Der arbejdes med følgende hovedemner: Virksomheden, Ide og forretningsmodeller, Den interne situation, Den eksterne situation, Forbrugeradfærd, Målgruppen samt strategi.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Udleveret opgaver til forståelse af emnerne og de tilhørende cases og mindre forløb Arbejdet blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse og parfremlæggelser.

Titel 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	Ca 6 lektioner (indtil videre)
Særlige fokuspunkter	Eleverne er præsenteret for faget og dets modeller og metode, og fik indblik i hvordan der arbejdes metodisk. Så fokus på modeller, og brugen heraf, samt de afsætningsfaglige kompetencer som arbejdes med i et samfundsvidenskabeligt fag som Afsætning. Desuden er eleverne introduceret til skrivekompetencer og kildekritik.
Væsentligste arbejdsformer	Gennemgang i plenum, dialogbaseret undervisning og parsamtaler, samt mindre øvelser.

Titel 3	Den Interne situation
Indhold	Virksomhedskarakteristik, konkurrencedygtighed, forretningsmodeller, Businessmodel Canvas, værdikæder, SW-opstilling

Omfang	14 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne har arbejdet med karakteristik af virksomheder herunder øvelser, hvor det at få skriftligt formuleret en sådan, har været i fokus. Virksomhedens evne til at skabe værdi for kunden, herunder konkurrencedygtighed og udarbejdelse af interne analyser, herunder værdikædeanalyse for produktions-, handels- og servicevirksomheder er blevet øvet, blandt i form af en afleveringsopgave med tilhørende fordybelsestid. Der har været fokus på hvor i værdikæden virksomhedens evne til at skabe værdi for kunden og dermed evne til at differentiere sig fra konkurrenterne. BMC har ligeledes være i fokus. Navnlig med afsæt i virksomheder hvis forretningskoncept er baseret på aps og internettet. Der har været lavet flere øvelser hvor BMC er indgået. Fælles for arbejdet med forretningsmodeller har været at eleverne har fået fokus på virksomhedens kritiske succesfaktorer. Desuden har der været fokus på at samle op på de interne analyser – her er SW-opstillingen introduceret. Der har været stor fokus på læring af og forståelse af de mange nye begreber, samt hvordan modeller kan hjælpe til at skabe struktur i en besvarelse.
Væsentligste arbejdsformer	Gennemgang, Gruppearbejde og fremlæggelser med power point præsentationer samt opg. med fordybelsestid.

Titel 4	Den eksterne situation
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	15 lektioner
Særlige fokuspunkter	Omverdensmodellen, herunder virksomhedens afhængige og uafhængige omverden, OT-opstilling, muligheds og trusselsmatrix samt PESTEL-analyse. Alle områder er gennemgået i plenum. Der er udarbejdet landeanalyse i form af en PESTEL med fordybelsestid. Eleverne har i den forbindelse selv været i gang med informationssøgning og har forholdt sig kritisk til fundne data. Ved hjælp af forskellige eksempler har eleverne fået en forståelse af, at det er forskellige forhold der undersøges, afhængig af problemstillingen for virksomheden. Ved hjælp af forskellige opgaver har eleverne fået en fornemmelse af dette forskellige former for information. De indkomne data er opstillet i en OT-opstilling og der har været øvelser i at opstille en muligheds og trusselsmatrix. På samme måde er der arbejdet med en PESTELanalyse. Se ovenfor. I forbindelse med såvel den interne samt den eksterne situation har eleverne set udsendelser om Hotel Nim og Løvens Hule, hvor der har været dialog omkring såvel virksomhedernes interne og eksterne situation, og der er opstillet SWOT som en samtale øvelse.

Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde med fordybelsestid, pararbejde, mindre gruppearbejde, dialog i plenum.
-----------------------------------	--

Titel 5	Konkurrenceforhold
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	15 Lektioner
Særlige fokuspunkter	Markedskarakteristik, konsument- og producentmarkedet, konkurrentidentifikation, markedandel og præferencer, konkurrencemæssige positioner, konkurrentanalyse. Gruppeopgave om konkurrentanalyse, fremlæggelse i mindre grupper, med fordybelsestid. Emner tilhørende området konkurrenceforhold er gennemgået i plenum, og eleverne har arbejdet med læring af emnerne og fået forståelse for, hvad der kendetegner et marked, hvordan man vha. konkurrencetragtmodellen identificerer konkurrenter, hvordan man vha. data fastlægger virksomhedens konkurrencemæssige position, og der er udarbejdet en praktisk konkurrentanalyse. Se ovenfor. Der er desuden arbejdet med markedskendetegn herunder et homogent og et heterogent marked og konkurrenceformer, samt forskelle mellem konsumet og producentmarkedet. Præferencer og årsagen hertil er gennemgået. Desuden er der opmærksomhed på bred og snæver konkurrence, konkurrencetragtmodellen, konkurrencemæssige positioner, herunder hvilke muligheder en virksomhed har for at styrke sin konkurrencemæssige position. Endelig er der arbejdet med forskellige former for konkurrentreaktioner.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har gruppevis og i pararbejde arbejdet med ovennævnte begreber og problemstillinger, og tilmed gruppearbejde omkring præsentation.

Titel 6	Brancheforhold
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	7 lektioner
Særlige fokuspunkter	Branchekarakteristik, strategiske grupper/pyramidemodellen, Porters Five Forces brancheanalyse, herunder betydende variabler som har indflydelse på om konkurrencesituation er stærk eller svag i branchen og ligeledes hvilken styrke kræfterne i branchen udgør. Der er arbejdet med to konkrete cases for at illustrere ovst. (Solarier og Dansk Landbrug, Transport). Vha. disse cases har eleverne fået en forståelse for indtrængningsbarriere, sub.udbydere,

	leverandørernes og kundernes forhandlingsstyrke og konkurrenceintensiteten i branchen.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har gruppevis besvaret spørgsmål til forståelse af kapitlet. Gennemgang i plenum desuden pararbejde.

Titel 7	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	6 lektioner
Særlige fokuspunkter	Der er her flere referencer tilbage til grundforløber. Overordnet er SOR-modellen gennemgået, herunder de forskellige former for stimuli vi møder overalt i hverdagen. Maslows behovspyramide er gennemgået og der er var fokus på at relatere til elevernes hverdag. De funktionelle og sociale købmotiver blev genopfrisket, det samme blev købstyper og de nye begreber under købsadfærdstyper blev introduceret, herunder især det helt nye begreb dissonansreducerende købsadfærd. Køberoller, købsbeslutningsprocessen, herunder informationskilder, referencegrupper og latent/effektivt behov er alle blevet genopfrisket vha. dialogbaseret undervisning
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet.

Titel 8	Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	9 lektioner
Særlige fokuspunkter	Der er lagt vægt på at eleverne har fået forståelse for forskellen på BtB og BtC markedet, herunder hvordan købsadfærden er, og hvad der kan lægge til grund for denne. Ligeledes at de skal have fokus på at valgkriterierne er væsentlig forskellige på de to markeder. Der er anvendt opgaver og cases fra kap. til forståelse af emnet. Modellerings-, økonomisk tankegangs- samt kommunikationskompetencen.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver og cases fra opgavebogen til forståelse af emnet. Kommunikationskompetencen er styrket i form af fremlæggelse i matrixgrupper.

Løvrigt	Afleveringer retur (5 lektioner)
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning

	Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Afleveringsopgaver svarende til 20 elevtimer. Eleverne har udover serien om Nimb Hotel bla. set Horizont om Nordkorea, i relations til samspillet mellem Afsætning og IØ, samt virksomhedens omverdensforhold.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har arbejdet i mindre grupper.

2. g herfra

Titel 9	Strategi
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	11
Særlige fokuspunkter	Eleverne er introduceret for virksomhedens strategiproces, herunder begreberne mission, vision, værdier og mål. Der arbejdes videre med forståelse af SWOT og TOWS, samt modellernes anvendelse i praksis. Eleverne introduceres for Porters konkurrencestrategier (generiske strategier), og forskellen imellem de 4 strategier, og at det som virksomhed er vigtigt at tage stilling til, hvilken konkurrencestrategi der skal følges, for netop at kunne skabe en klar profil overfor målgruppen. Desuden er der arbejdet praksisnært med Ansoffs vækstmatrix, og herunder diskutere virksomheders strategiske muligheder. Strategier som ”Red Ocean” og ”Blue Ocean”, er berørt sekundært. Eleverne har arbejdet med opgaver til kap. som er præsenteret i plenum samt parvis.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra kap. for at fremme forståelsen. Modelleringskompetence, kommunikations og tankegangskompetence.

Titel 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning

	Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	14
Særlige fokuspunkter	Eleverne har arbejdet med forståelse af segmentering, målgruppebeskrivelse samt positionering. Det er arbejdet med traditionelle segmenteringsvariable samt livsstilstyperne dels fra gallupkompas dels fra conzoom. Klassen har i grupper arbejdet med forskellige conzoomtyper og fremlagt i plenum. Desuden har de arbejdet i grupper om selvvalgte virksomheders målgrupper og tilhørende positionering. Eleverne har set afsnit af ”Kender du typen?. I den sammenhæng har eleverne hver især fundet sig selv i modellerne Gallup Kompas og Conzoom.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet. Modelleringskompetence, databehandlingskompetencer og kommunikationskompetencer har været i fokus.

Titel 11	Marketingmix (produkt, serviceydelser, pris, distribution, promotion)
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	30 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne arbejder parvis med alle parametre, og vidensdeler med hinanden i form af klassepræsentationer herom. Elever har valgt sig ind på emner som de fordyber sig i og vidensdeler med klassen. I denne proces er der flere referencer til den virkelige verden, hvorfra eleverne henter cases i praksis. Eleverne tester hinanden ved at være få medansvar for undervisningen, de fører dialogen. Modelleringskompetencen, tankegangskompetence, kommunikationskompetence er i fokus. Flg. emner er behandlet: Produktklassificering, faser i produktudvikling, brandingstrategi, serviceydelser, de 7 p’er, mærkestrategi, PLC, prisfastsættelsesmetoder, priselasticitet, prisstrategi - nye og nuværende, prisdifferentiering, distributionsstrategi, distributionskanaler, kædeformer, E-business, promotionformer, promotionstrategi, markedskort og kommunikationsmodeller. Parallelt med forløbet har eleverne arbejdet i grupper med selvvalgte cases, hvori en virksomheds parametermix blev analyseret. Der blev fremlagt i grupper på zoom.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet.

Titel 12	Internationalisering
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	14 lektioner + 5 lektioner i 3.g
Særlige fokuspunkter	Emnet internationalisering er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til virksomhedens eksportmotiver, eksportberedskab, internationaliseringsmodeller, markedsudvælgelsesmetoder, herunder meget kort om primært Hofstede kulturteorier. Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap. Kap. er blevet genopfrisket med opgaver/hands on øvelser i forhold til kap. begreber. (Klasseundervisning) Al undervisning er forgået vha zoom.us pga pademien i 2.g .
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet.

Iøvrigt	Afleveringer retur (8 lektioner) SO4, SO5, PBL AØ/VØ (11 lektioner)
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	8 + 11 19 lektioner.
Særlige fokuspunkter	Faget har i 2.g bidraget til hhv SO4, SO5, herunder mini-sop. Samt afleveringsopgaver svarende til 20 elevtimer plus årsprøve i skr. afsætning Desuden har faget samarbejdet med VØ om PBL-forløb selvvalgt i fb nr. 22 i VØ. Eleverne har i den forbindelse arbejdet i grupper om en selvvalgt virksomhed. Dette forløb blev afviklet og fremlagt vha af zoom.us. Klasse har set flere udsendelser af ”Kender du typen” i forbindelse med segmentering.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har arbejdet i mindre grupper omkring PBL-forløbet.

3.g herfra

Titel 13	Markedsanalyse
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)

Omfang	18 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne har i gruppe gennemført en markedsanalyse og fremlagt i plenum på klassen. Der har været opponentgrupper og gæstegrupper som hver fik tildelt opgaver de skulle forholde sig til. Analyserne har primært været rettet på ændret adfærd, skolens grønne politik, og undervisning.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne primært arbejdet i grupper og øvet i at være opponenter.

Titel 14	Strategiske analyser
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	9 lektioner
Særlige fokuspunkter	Emnet strategiske analyser er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til virksomhedens arbejde med vækststrategier, porteføjeanalyse og ikke mindst digitale forretningsmodeller og bæredygtighed, herunder FN's verdensmål. Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet.

Titel 15	Internationalt parametermix
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) Samt Danmarks Eksport Kanon
Omfang	30 lektioner + 7
Særlige fokuspunkter	Emnet international parametermix er gennemgået med afsæt i litteraturen og Danmarks Eksportkanon. For hvert parameter har eleverne i grupper analyseret, hvordan deres valgte virksomhed anvender parameteren, samt givet forslag til virksomhedens mulige strategiske arbejde med den pågældende parameter. For hver parameter har der været et kort oplæg fra underviseren, herefter har eleverne typisk fået 4 lektioner til deres arbejde. Herefter fremlæggelse i plenum med fokus på elevernes mundtlige kompetencer. Der er med andre ord arbejdet praksisnært og flere grupper har haft kontakt med de konkrete virksomheder.

	I samme periode var der valg arr. i Troldealen, eleverne har set kontant fra 8.9 2021, samt der har været virksomhedsbesøg af CEO Morten Thrane fra Tantec i Lunderskov, som fortalte om virksomhedens internationalisering, kulturforskeller når der handles med kunder og leverandører fra forskellige verdensdele. Efter genåbningen var eleverne på virksomhedsbesøg i Lunderskov. Desuden er der arbejdet med konkrete cases til ”Marketingmix i internationalt perspektiv”, herunder så eleverne også to afsnit af Kinas Grønne omstilling.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet i et længerevarende gruppearbejde vedr. Danmarks eksportkanon, dels lidt individuelt og dels i mindre grupper omkring cases fra opgavebogen til forståelse af kapitlerne

Titel 16	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	5
Særlige fokuspunkter	Emnet gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til international segmentering og internationale livstilsmodeller herunder VALS. Der er arbejdet med at koble især VALS til produkttyper. Eleverne har præsenteret deres arbejde på klassen Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har arbejdet grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet. Samt selv udarbejdet cases hvor de argumenterede for hvorfor danske virksomheder kunne få succes med eksport til givne segmenter i forskellige lande.

Titel 17	Segmentering på producentmarkedet
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	Ca. 6 lektioner
Særlige fokuspunkter	Emnet er gennemgået i plenum og eleverne har arbejdet i grupper med en konkret case som danner transfer mellem teori og praksis. I forbindelse med virksomhedsbesøget hos Tantec i Lunderskov, blev emnet desuden uddybet.

Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Udleveret opgaver til forståelse af emnerne og de tilhørende cases og mindre forløb Arbejdet blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse.
-----------------------------------	---

Titel 18	Marketing plan
Indhold	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.)
Omfang	8 lektioner + eksamensprojekt 18 lektioner.
Særlige fokuspunkter	. Emnet har været behandlet som en del af repetitionen og som eksamenstræning. Som eksamenscase er valgt JYSK fra Systime. Der har i perioden også været afsat tid til eksamenstræning og udsendelser om Lars Larsen vist på hhv TV2 og DR er vist.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet samt arbejdet i selvvalgte større eller mindre grupper til at komme igenne, eksamenscasen som der perspektiveres til en evt. mundtlig eksamen.

I øvrigt i 3.g.

Følgende afleveringer ud over en række Power Point i f. m fremlæggelser og eksamenstræning så er følgende afleveringer besvaret:

1. Charterbranchen
2. Tinderbox
3. Wally and Whiz
4. Terminsprøve: Matas

I forbindelse med afleveringerne, både før og efter, er der givet tid til pararbejde og par kommentering, samt mundtlig feedback fra undertegnede.

Rasmus Munster som kom til efter 1.g

3.8.2020 Holdet VE18 2c AF - Undervisningsbeskrivelse - Lectio - AABC

https://www.lectio.dk/lectio/121/studieplan/hold_undervisningsbeskrivelse.aspx?holdelementid=42568388933 1/6

Holdet VE18 2c AF - Undervisningsbeskrivelse

Udskrevet fra Lectio: 3/8-2020 13:23

Vis samlet undervisningsbeskrivelse samt elevtilknytning til forløb

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin(er) 2018/19 - 2019/20

Institution AABC

Fag og niveau Afsætning A

Lærer(e) Lars Niels Bech

Hold VE18 hhx c AF (VE18 1c AF, VE18 2c AF)

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1 [Marked - konkurrenceforhold](#)

Titel 2 [Brancheforhold](#)

Titel 3 [Markedsanalyse](#)

Titel 4 [Konkurrenceforhold fortsat](#)

Titel 5 [Interne forhold](#)

Titel 6 [Skriftlighed - virksomhedskarakteristik](#)

Titel 7 [Strategi](#)

Titel 8 [Segmentering](#)

Titel 9 [Interne forhold opsamling](#)

Titel 10 [Marketingsmiks](#)

Titel 11 [Promotion](#)

Titel 12 [opsamling købsadfærd B2C \(konsumentmarkedet\)](#)

Titel 13 [Opsamling Købsadfærd B2C](#)

Titel 14 [Segmentering på B2C](#)

Titel 15 [Segmentering B2C](#)

Titel 16 [Købsadfærd B2B - producentmarkedet](#)

Titel 17 [Processkrivning](#)

Titel 18 [Aktuel strategisk situation](#)

Titel 19 [Produkt](#)

Titel 20 [Serviceydelse](#)

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

Titel 1 [Marked - konkurrenceforhold](#)

Hvad er et marked

Afsnit 4 - Systime - konkurrenceforhold

Indhold *Kernestof:*

[Velkommen](#)

[Hvad er et marked?](#)

[Gennemgang af jeres svar fra sidst](#)

[påstande til b2c opdateret e18.docx](#)

[Konkurrenceforhold](#)

[Konkurrencepositioner](#)

Omfang Estimeret: 14,00 moduler

Dækker over: 12 moduler

Særlige fokuspunkter

Jule Bennedsen 1.g Rybners



**BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET**
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-juni, 19/20
Institution	Rybners Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX

Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Lena Josefsen
Hold	HH19i

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Interne forhold
Titel 2	Eksterne forhold
Titel 3	Konkurrence- og brancheforhold
Titel 4	Strategi
Titel 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 1	Interne forhold
Indhold	Kernestof: • Værdikæder • Forretningsmodeller Herudover også: • SW-opstilling • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed (kernekompetencer, konkurrencemæssige fordele, KSF'ere) Materiale: • Afsætning A, Bregendahl, et. Al, Systime Supplerende materiale: • Artikler om og besøg på hjemmesiderne hos følgende virksomheder: ○ Spotify, Perchs Thehandel og Pandora
Omfang	
Særlige fokuspunkter	De økonomiske kompetencer har alle været i spil, dog med fokus på modellerings-, tankegangs- og databehandlingskompetencen.
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, parvise øvelser, gruppearbejde, elevpræsentationer Aflevering om virksomheden Læsk ApS

Titel 2	Eksterne forhold
Indhold	Kernestof: • Omverdensforhold nationalt Herudover også: • OT-opstilling Materiale: • Afsætning A, Bregendahl, et. Al, Systime Supplerende materiale: • Artikler om og besøg på hjemmesiderne hos følgende virksomheder: ○ Pandora og Molo
Omfang	
Særlige fokuspunkter	De økonomiske kompetencer har alle været i spil, dog med fokus på modellerings-, tankegangs- og databehandlingskompetencen. Eleverne er bekendt med og kan lave udtræk fra Danmarks Statistik. Dette for at træne databehandlings- og kommunikationskompetencen.
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, parvise øvelser, gruppearbejde, elevpræsentationer

Titel 3	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	Kernestof: • Branche- og konkurrenceforhold (konkurrentanalyse og brancheanalyse) Herudover også: • Konkurrencemæssige positioner Materiale: • Afsætning A, Bregendahl, et. Al, Systime Supplerende materiale: • Artikler om fitnessbranchen og bilmarkedet i Danmark.
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Særligt fokus på ræsonnements- og modelleringskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, parvise øvelser, gruppearbejde, elevpræsentationer Aflevering om fitnessbranchen. En stor del af forløbet har været afviklet som fjernundervisning (nødundervisning)

Titel 4	Strategi
Indhold	Kernestof: • Mission, vision og værdier • Konkurrencestrategier • Vækststrategier Materiale: • Afsætning A, Bregendahl, et. Al, Systime Supplerende materiale: • Artikler om og besøg på hjemmesiderne hos følgende virksomheder: ○ KidsWorld
Omfang	
Særlige fokuspunkter	De økonomiske kompetencer har alle været i spil, dog med fokus på modellerings-, tankegangs-, databehandlings, og kommunikationskompetencen.
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, parvise øvelser, gruppearbejde, elevpræsentationer Selvstændigt elevprojekt med strategisk analyse af virksomheden KidsWorld. Forløbet har været afviklet som fjernundervisning (nødundervisning)

Titel 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kernestof: • Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt Materiale: • Afsætning A, Bregendahl, et. Al, Systime Supplerende materiale: • Information om cafeer i Esbjerg (primært deres hjemmesider)
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Problembehandlings-, modellerings-, og databehandlingskompetencen som økonomiske kompetencer i særligt fokus.
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, parvise øvelser, gruppearbejde, elevpræsentationer På baggrund af formativ feedback fra underviser er der lavet processkrivning på afleveringen om fitnessbranchen. Forløbet har været afviklet som fjernundervisning (nødundervisning)

Supplerende kommentarer til udvalgte forløb på 1. år.

I første forløb har fokus været på den forenkede værdikæde samt Business Model Canvas. Der har således ikke været gennemgået serviceværdikæde, idet det er planlagt til gennemgang i forbindelse med parametermixet (produkt og serviceydelse).

I andet forløb har fokus været på omverdensmodellen. PESTEL har også været gennemgået kort, men primært fokus på omverdensmodellen.

I tredje forløb har eleverne arbejdet med konkurrenceforhold på markedet for transport i et PBL-forløb.

Endelig uv.beskrivelse for Emma Vestager som kom til skolen efter to år på Rybners. Emma begyndte i 2.g.



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2018 til juni 2021
Institution	Rybners Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Camilla Dalton (CPD) - Michael Schmidtsdorff (MS)
Hold	HH2c

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Grundforløbet i Afsætning
Titel 2	Interne forhold
Titel 3	Eksterne forhold
Titel 4	Strategi
Titel 5	Konkurrence og brancheforhold
Titel 6	Segmentering
Titel 7 (MS)	Marketingmix

Titel 8 (MS)	Online marketing
Titel 9 (MS)	SO4
Titel 10 (MS)	Erhvervscase
Titel 11 (MS)	Afsætning-matematik forløb
Titel 12 (MS)	Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 1	Grundforløbet i Afsætning
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof Marketing, Systime 2017: Introduktion til Afsætning Marketing, Systime 2017: Samfundsvidenskabelig metode Marketing, Systime 2017 Kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet Supplerende stof Indsamling og videregivelse af virksomheds- og brancheforhold fra elevernes selvvalgte casevirksomheder.
Omfang	20
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.
Væsentligste arbejdsformer	I emnet anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer. I den lærerstyret model og begrebsgennemgang arbejdes der med simple mundtlige afklarings spørgsmål i dialog mellem læringselementerne. Efter hvert ny modelgennemgang laver eleverne en større "case" fra Systime hvor eleverne arbejder mere selvstændigt og med bredere problemstillinger. Disse bredere opgaver præsenteres mundtligt på klassen. Ved især den afsluttende mundtlige eksamenslignende øveopgave gives et meget selvstændigt råderum for eleverne mens der på nuværende tidspunkt af elevernes 3.årige studieforløb gives en meget struktureret opsamlende virkelighedsnær caseopgave (læs projektopgave), hvor dataindsamling har en væsentlig rolle. Både fordi eleverne ikke endnu magter at opbygge afsætningsfaglige problemstillinger og for at sikre at eleverne kommer rundt i hele afsnittet. Ved caseopgaven arbejdes med en selvvalgt virksomhed for at give eleverne ejerskab og hermed optimal motivation. Som et yderligere progressionstiltag vil feedbacken primært bestå af en vurdering af elevernes emne til at bruge de rigtige begreber og følge strukturen fra modellerne. Desuden betragtes redegørende og tiltag til analyserede resultater som fyldstgørende.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 2	Interne forhold
Indhold	Her tager vi fat i virksomhedens interne forhold, hvor vi ser på hvordan vi laver en virksomhedskarakteristik, vi lærer at vurdere vision, mission & mål, vi åbner intromæssigt op for Business Model Canvas, og så fokuserer vi på værdikædeanalysen som værktøj. Efterfølgende arbejder vi med en SW-opstilling, og hvorledes vi kommer frem til denne. 1) Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen & Birte Ravn Østergaard : <i>Marketing , Systime , 2018</i>
Omfang	22 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 3	Eksterne forhold
Indhold	Gennem arbejdet med omverdensmodellen samt PESTEL analysen, fik eleverne en forståelse for hvordan omverdensforhold påvirker virksomheden, både nationalt og globalt. Der blev blandt andet arbejdet med SO2 projekt på det tyske marked, hvor der var fokus på omverdens og brancheforhold. Derudover arbejdet vi med at bruge OT opstilling som en god oversigt på forholdene i omverdenen, samt mulighed og trusselsmatrix. 1) Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen & Birte Ravn Østergaard : <i>Marketing , Systime , 2018</i>
Omfang	17 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 4	Strategi
Indhold	Introduktion til virksomhedens strategiske planlægning med fokus på vækststrategier og konkurrencestrategier, samt introduktion til TOWS. Der blev arbejdet en del med at finde virksomhedernes mission og vision, samt at benytte TOWS som diskussionsværktøj. Gennem SO2 forløbet arbejdede eleverne med intern og ekstern analyse, samt brancheanalyse for at lave en vurdering af Cults muligheder for indtrængning på det Tyske marked. 1) Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen & Birte Ravn Østergaard : <i>Marketing , Systime , 2018</i>
Omfang	15 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 5	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	For at benytte Porters Five Forces i SO2 forløbet, blev der lagt fokus her. Derudover blev der lagt på hvordan der opgøres markedsandele og sammenhængen med de konkurrencemæssige positioner. Der blev ligeledes arbejdet med at identificere konkurrenterne og udarbejde en konkurrentanalyse. 1) Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen & Birte Ravn Østergaard : <i>Marketing , Systime , 2018</i>
Omfang	24 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 6	Segmentering
Indhold	I dette forløb arbejder vi med at markedssegmentere og efterfølgende udvælge sin målgruppe. Fokus her vil ligge på segmenteringsprocessen (herunder bl.a. Gallups kompas & SMOK-modellen) og positionering. 1) Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen & Birte Ravn Østergaard : <i>Marketing , Systime , 2018</i>
Omfang	5 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 7	Marketingmix
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof Marketing, Systime 2017: Kapitel 14: Marketingmix Marketing, Systime 2017: Kapitel 15: Produkt Marketing, Systime 2017: Kapitel 16: Serviceydelser Marketing, Systime 2017: Kapitel 18: Pris Marketing, Systime 2017: Kapitel 20: Distribution Marketing, Systime 2017: Kapitel 22: Promotion Supplerende stof: • Diverse artikler fra dagspressen • Danmarks statistik – elektronik i hjemmet • Euromonitor • Ben and Jerrys case • E-handel i Danmark 2017-2018 • Artikel om Netflix og Product Placement • Mail er en darling selvom vi hader mails 21. februar 2019 • Erhvervsavisen Fyn Sektion 1 Side 30 Heidi Juel Skovrider
Omfang	30
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Tankegangskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	• Tavleundervisning • Opgaver • Klasse gennemgang • Fremlæggelser i plenum og i matrixgruppe • Walk And Talk • Matrixgrupper • Fremlæggelser • Eksamenstræning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 8	Online marketing
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Supplerende stof • Digital Markering, Systime i-bog 2017 • Afsætning 1, Systime, i-bog 2010-2017 • TV-avisen indslag - Facebook, Cambridge Analytica • God morgen Danmark. Indslag • Uddrag af Lippert afsnit - TV2NEWS
Omfang	8
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Digital Dannelse • Virksomheders egne hjemmesider • Anmeldelsessider - ex. Trustpilot.dk • Bannerreklamer – Cookies • Søgmaskiner - SEO og Google Adwords • Direct Marketing via e-mails - konkurrencer osv. • Sociale Medier, bloggere, vloggere osv.
Væsentligste arbejdsformer	• Databehandlingskompetence • Tavleundervisning • Refleksionsopgaver • Klassegennemgang • TV indslag • Refleksionsopgave

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 9	SO4
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Tværfagligt forløb i Afsætning og Virksomhedsøkonomi med fokus på strategisk planlægning. Afsætning bidrager her med teori fra den interne og eksterne situation, samt vækst- og konkurrencestrategier. Virksomhedsøkonomi bidrager blandt andet med regnskabsanalysen Eleverne blev sendt på virksomhedsbesøg hos en lokal bar/cafe og fik derfra stillet en problemformulering hvis omdrejningspunkt var, at analysere virksomheden og fremstille strategiske handlingsforslag. Produktet blev en rapport på ca. 10 sider. Supplerende stof Virksomhedsbesøg hos Stalden Pool & Sportsbar Marketing, Systime 2017 Kapitel 2, 3, 5, 8. Marketing, Systime 2017: Samfundsvidenskabelig metode Marketing, Systime 2017: Samfundsvidenskabelig metode Marketing, Systime 2017: Kapitel 1: Markedsanalyse
Omfang	13
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	• Tavleundervisning og opgaver • Foredrag ved virksomhedsbesøg • Selvstændigt arbejde med databehandling og rapportskrivning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 10	Erhvervscase
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Erhvervscase, Systime 2017 Marketing, Systime 2017 https://deg.dk/aktuelt/dm-i-teknologi-og-erhvervscase/2018/ Case: Normal Case: Cykelpartner
Omfang	21
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Tankegangskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	• Tavleundervisning • Opgaver • Klasse gennemgang • Fremlæggelser i plenum og i matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 11	Afsætning-matematik forløb
Indhold	”Afsætning skal ifølge læreplanerne indgå i et obligatorisk samspil med matematik. Der skal i afsætning ikke undervises i matematik, men eleverne skal kunne anvende matematiske værktøjer og matematiske fremstillingsformer, hvor det er relevant. I formidlingen af de afsætningsøkonomiske problemstillinger skal matematiske ræsonnementer og matematiske/grafiske fremstillinger anvendes. Dette tilpasses niveauet, som eleverne har matematik på. Det vil være oplagt at inddrage matematik ved fx markedsanalyser, nulpunktsberegninger, priselasticitet og big data. Det centrale er, at eleverne kan træffe beslutninger på baggrund af data ikke nødvendigvis at foretage beregninger.” Klassens matematiklærer og jeg gav eleverne en case-opgave med et tydeligt tværfagligt præg og med fokus på databehandling og statistik. Grundet skolelukning måtte eleverne arbejde med en 4 siders synopsis hjemmefra, og senere fremlægge deres resultater for os via Microsoft Teams. Kernestof: https://marketing.systime.dk/index.php?id=1690&L=0 Marketing, Systime 2017: Samfundsvidenskabelig metode Marketing, Systime 2017: Kapitel 1: Markedsanalyse Marketing, Systime 2017: Kapitel 6 og 11
Omfang	13
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	• Gruppearbejde med databehandling og rapportskrivning • Fremlæggelser gruppevis for begge undervisere

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 12	Segmentering og Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof • Virksomheders købsadfærd (kap. 7.1) • Virksomheders købsbeslutningsproces (7.2) • Valgkriterier på de tre markeder (7.3) • Faktorer der påvirker købsadfærden (7.4) • Delmarkeder på producentmarkedet (kap.13.1) • Segmenteringsvariable på producentmarkedet (kap. 13.2) • Build-up tankegangen (kap. 13.3) • Break-down tankegangen (kap. 13.4) Supplerende stof • Conzoom DK • Mosaic GB
Omfang	8
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression I forhold til de mere generelle faglige mål, der også trænes i dette forløb, skal eleverne efter dette forløb kunne følgende: • redegøre for begrebet business to business (B-t-B), og kunne argumentere for ligheder og forskelle til Business to Consumer (B-t-C). • redegøre for B-t-B markedets forskellige typer købsadfærd, og argumentere for i hvilke købsituationer de anvendes. • analysere virksomheders beslutningsproces. • redegøre for og analysere delmarkedernes valgkriterier. • analysere faktorer, der påvirker aktørernes købsadfærd. • vurdere ligheder og forskelle mellem købsadfærden på B-t-B og B-t-C. • redegøre for begrebet build - up- og break - down segmentering, samt mikro- og makro segmentering. • analysere sig frem til en hensigtsmæssig segmenteringsproces ud fra et sælgerperspektiv. • anvende begreber fra købsadfærden på b-t-b markedet til at kvalificere analysen. • vurdere hvorvidt der reelt er behov for en både og segmentering. • redegøre for ligheder og forskelle mellem segmentering på B-t-B og B-t-C markederne

Væsentligste arbejdsformer	• Tavleundervisning og summeopgaver • Klassediskussioner • Casearbejde
---------------------------------------	--