

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj 2023
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Laila Thim
Hold	22-HH11

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til afsætning
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Den eksterne situation, konkurrenceforhold og brancheforhold
Forløb 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning
Forløbets indhold og fokus	Eleverne er blevet introduceret til fagets emner og overordnede metoder. Fokus har været at få en overordnet forståelse for fagets anvendelighed i praksis, samt at lære de basale faglige begreber, som knytter sig til de gennemgåede emner
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kendskab om fagets identitet og metoder • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Ide og forretningsmodeller Den interne situation Den eksterne situation Forbrugeradfærd Målgruppen Strategi
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 1: https://marketing.systime.dk/?id=318 Artikler: Finans, marts 2021: Ecco tabte salg for 2 mia. kr. under pandemien: https://finans.dk/erhverv/ECE12838928/ecco-tabte-salg-for-2-mia-kr-under-pandemien/ TV Syd, 9. august, 2022: Rød maling mod Ecco-butik i København: https://www.tvsyd.dk/toender/roed-maling-mod-ecco-butik-i-koebenhavn
Arbejdsformer	Gruppearbejde, pararbejde og individuelt arbejde. Der er arbejdet med forståelse af begreber og deres anvendelse i praksis. Dette er foregået både som individuelle personlige skriveøvelser, små gruppediskussioner, mini-cases og klassesamtaler.

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med analyse af virksomhedens interne situation, herunder udarbejdelse af virksomhedskarakteristik, BMC, værdikæder og SWOT
Faglige mål	• Afgøre, hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning • Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Den interne situation
Anvendt materiale.	Systime, Marketing, kapitel 2: https://marketing.systime.dk/?id=142
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde og pararbejde

Forløb 3	Den eksterne situation, konkurrenceforhold og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejde med analyse af virksomhedens eksterne situation, herunder hvordan forhold i omverdenen kan analyseres, og hvordan de kan påvirke virksomhedens fremtidige afsætning.
Faglige mål	• Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold, samt vurdere informationernes relevans i en given sammenhæng • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Omverdensforhold og branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Systime: Marketing kapitel 3 og 4 https://marketing.systime.dk/?id=1470 og https://marketing.systime.dk/?id=1500 Supplerende materiale: Arla.dk, 5. marts, 2020: https://www.arla.dk/om-arla/nyheder/2020/pressrelease/arla-lancerer-tre-plantedrikke-og-et-nyt-brand-2978767/ Jakob Brandt, 3. september 2020, Økologi.dk: https://nyheder.okologi.dk/mad-og-marked/plantedrikke-fra-naturli-er-under-pres-fra-kaedernes-egne-maerker arla.dk, 17. februar, 2021: https://www.arla.dk/om-arla/nyheder/2021/pressrelease/stor-nordisk-undersogelse-af-unges-madvaner-hver-tredje-unge-siger-at-de-spiser-efter-en-saerlig-diaet-3073877/ Brands4kids – www.brands4kids.dk TV2, 17. januar 2023: Den svenske krone rasler ned, og det gør ondt værre i Danmark: https://nyheder.tv2.dk/business/2023-01-17-den-svenske-krone-rasler-ned-og-det-goer-ondt-vaerre-i-danmark Euromonitor, Januar 2023: Childrenswear in Sweden, Country Report https://www.boligsiden.dk/ejendomsmaegler
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, pararbejde og individuelt arbejde

Forløb 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med privat forbrugers adfærd og motiver i forbindelse med køb af varer og serviceydelser til privat brug.
Faglige mål	• Afgøre, hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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
Kernestof	Købsadfærd på business to consumer og consumer to consumer-markedet
Anvendt materiale.	Systime: Marketing: kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1510 Andet materiale: Multiform: https://www.multiform.dk/ Køkkenkøb: https://www.kokkenkob.dk/diverse/kokkener-i-prisgrupper/
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde og individuelt arbejde med arbejdsspørgsmål til bilagene og med inddragelse af relevante modeller og begreber

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

2. g herfra

Termin	Maj 2024
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Laila Thim
Hold	23-hh21

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 5	Markedsanalyse
Forløb 6	Købsadfærd på producentmarkedet
Forløb 7	Strategi
Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 9	Marketingmix, herunder de 4 P'er og serviceprodukter
Forløb 10	Internationalisering

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomhedens informationsindsamling af både primære og sekundære data. Der er arbejdet både med deskresearch, og eleverne har lavet deres egne små markedsanalyser, hvor de har prøvet at indsamle primære data. Der er således arbejdet med både kvantitative og kvalitative metoder, og hele markedsanalyseprocessen er gennemgået, herunder også kildekritik og mulighed fejlkilder.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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 markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng • udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder, samt datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 1: https://marketing.systime.dk/?id=412
Arbejdsformer	Klassegennemgang og gruppeprojekt, hvor eleverne har gennemført deres egen mini-markedsanalyse-

Forløb 6	Købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomheders adfærd og motiver i forbindelse med køb af varer, som skal anvendes i erhvervsmæssig sammenhæng, herunder hvordan B2B-markedet adskiller sig fra B2C.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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
Kernestof	Købsadfærd på business-to-business-markedet
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap.7: https://marketing.systime.dk/?id=1519 Andet materiale: Stoleshoppens hjemmeside: www.stoleshoppen.dk
Arbejdsformer	Primært klasseundervisning samt et lille gruppearbejde om stoleshoppen.

Forløb 7	Strategi
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomhedens strategier med afsæt i SWOT, TOWS, Mission – vision – værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier, Bowmans strategiske ur, samt porteføljeanalyse
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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 • udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Strategi: Mission, vision og værdier; Konkurrencestrategier; Vækststrategier
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 8: https://marketing.systime.dk/?id=1529 Systime, Marketing kap. 10.3: https://marketing.systime.dk/?id=1481 Andet materiale: Coloplasts hjemmeside: https://www.coloplast.dk/kontakt-coloplast-danmark/hvem-er-vi/om-coloplast/ Coloplasts årsrapport 2021/2022: https://www.coloplast.com/Documents/Investor_relations/Annual_report/Arsrapport-2021-22.pdf
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde og gruppearbejde med Boston-analyse af Coloplast.

Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med målgruppebeskrivelse, derefter segmentering, segmenteringsvariable, segmenteringsprocessen, livsstilsvariable mv. Derefter målgruppevalg, herunder SMOK, og positionering.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 12: https://marketing.systime.dk/?id=1563 Andet materiale: Horesta, 18. juni, 2021: https://www.horesta.dk/presseklip/2021/juni/nye-maal-grupper-og-stigende-efterspoergsel-campingbranchen-rykker-paa-outdoor-boom/ Conzoom: https://www.conzoom.dk/da/danmark/segmenter Inkl. Underside med alle grupper og typer DK-Camps hjemmeside: https://www.dk-camp.dk/ 4 forskellige campingpladsers hjemmeside: https://www.marshcamp.dk/ http://www.enderupskovcamping.dk/priser.html https://esbjergcamping.dk/ https://www.hyggelake.com/
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde samt gruppearbejde med segmentering af campingmarkedet.

Forløb 9	Marketingmix, herunder de 4 P'er og serviceprodukter
Forløbets indhold og fokus	Virksomhedens marketingmix for såvel produktions- som service- og handelsvirksomheder er behandlet. De 4 P'er er gennemgået, og i forbindelse med serviceprodukter er de 7 P'er gennemgået.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag • udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Marketingmixet nationalt
Anvendt materiale.	Systeme, Marketing kap. 14 (Marketingmixet): https://marketing.systeme.dk/?id=1600 Systeme, Marketing kap. 15 (Produkt): https://marketing.systeme.dk/?id=1580 Systeme, Marketing kap. 16 (Serviceydelser): https://marketing.systeme.dk/?id=1583 Systeme, Marketing kap. 18 (Pris): https://marketing.systeme.dk/?id=1589 Systeme, Marketing kap. 20 (Distribution): https://marketing.systeme.dk/?id=1592 Systeme, Marketing kap. 22 (Promotion): https://marketing.systeme.dk/?id=1595 Andet materiale: Sofakompagniet stormer frem: Berlingske Business, 30. august, 2015: http://www.business.dk/detailhandel/sofakompagniet-stormer-frem Sofakompagniet tør ha' en holdning til smag: TV Midtjylland, 1. november 2018: http://tv-midtsjaelland.dk/?newsid=11878 Sofakompagniet lancerer ny kollektion særligt skabt til små hjem: Boligmagasinet, 9. januar, 2019: https://boligmagasinet.dk/indretning/shopping/sofakompagniet-lancerer-ny-kollektion-saerligt-skabt-til-smaa-hjem Sofakompagniet ændrer navn – skal målrette satsning på det internationale marked: Wood Supply, 12. august, 2019: https://www.wood-supply.dk/article/view/671134/sofakompagniet-aendrer-navn-skal-malrette-satsning-pa-det-internationale-marked Sofacompanys hjemmeside: https://sofacompany.com/da-dk/ Apollo Rejsers hjemmeside: https://www.apollorejser.dk/hoteller/apollos-service Her er et bud på danskernes nye rejsetrends: Standby.dk, 25 januar 2022: https://standby.dk/her-er-bud-paa-danskernes-nye-rejsetrends/
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde og gruppearbejde.

Forløb 10	Internationalisering
Forløbets indhold og fokus	Introduktion til virksomhedens internationaliseringsproces, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, internationaliseringsmodeller og markedsudvælgelse. Emnet fortsættes i 3. g.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Kernestof	Internationalisering: Internationaliseringsmodeller og markedsudvælgelse
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 9: https://marketing.systime.dk/?id=1537
Arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelle opgaver – emnet er behandlet på det introducerende niveau.

Undervisningsbeskrivelse

3.g herfra



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj 2025
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Laila Thim
Hold	24-hh31

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 11	Segmentering på producentmarkedet
Forløb 12	Strategi
Forløb 13	Internationalisering – fortsat fra 2.G
Forløb 14	De 4 P'er internationalt
Forløb 15	Marketingplanen
Forløb 16	Eksamensprojektet
Forløb 17	Eksamenstræning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 11	Segmentering på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Virksomhedens segmentering og målgruppevalg på B2B-markedet.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder
Kernestof	Segmentering på B2B-markedet
Anvendt materiale.	Systeme: Marketing: kapitel 13: Segmentering på producentmarkedet: https://marketing.systeme.dk/?id=1569
Arbejdsformer	Klassegennemgang af teori, derefter træningsopgave med efterfølgende klassegennemgang.

Forløb 12	Strategi
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomhedens strategiske situation samt strategiske beslutninger både internt og eksternt. Der er arbejdet med SWOT, mission, vision og værdier, vækststrategier og porteføljeanalyse. Det praktiske arbejde har taget udgangspunkt i Coloplasts årsrapport.
Faglige mål	• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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
Kernestof	• Strategisk situation • Ide, mission, vision og værdier • Porteføljeanalyse • Vækststrategi • Konkurrencestrategier • TOWS-model • Blue Ocean • Digitale forretningsmodeller • Digital transformation
Anvendt materiale.	Systeme: Marketing: Kapitel 10: https://marketing.systeme.dk/?id=1478
Arbejdsformer	Klassegennemgang af teori og diverse træningsopgaver fra bogen med efterfølgende klassegennemgang og /eller præsentation for klassen.

Forløb 13	Internationalisering – fortsat fra 2. g
Forløbets indhold og fokus	Virksomhedens internationaliseringsproces, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, internationaliseringsmodeller og markedsudvælgelse er repeteret fra 2.g. Derudover er der arbejdet med informationsindsamling internationalt samt kultur og kulturforskelle, og segmentering og målgruppevalg internationalt, herunder Mosaic USA
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning globalt • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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 globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Internationalisering, Markedsudvælgelse, informationssøgning, kulturelle forhold og kulturforskelle, omverdensforhold globalt og segmentering og målgruppevalg internationalt
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 9: https://marketing.systime.dk/?id=1537 Systime, Marketing kap. 12: https://marketing.systime.dk/?id=1563 Andet materiale: Mosaic, Global E-Handbook: https://www.appliedgeographic.com/AGS_2010%20web%20pdf%20files/Mosaic%20Global%20E-Handbook.pdf Mosaic USA E-Handbook (kun grupper), 2022: https://assets.cengage.com/gale/help/dnow/Mosaic/AboutMosaic.pdf Mosaic USA E-Handbook (inkl. typer) 2019: https://assets.cengage.com/gale/help/dnow/DataMethodology/MosaicUSA_Handbook.pdf Hofstedes kulturdimensioner i verden: https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/ Hofstede country comparison tool: https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool
Arbejdsformer	Klassegennemgang af teori, individuel opgaveløsning og gruppearbejde med diverse træningsopgaver i bogen.

Forløb 14	De 4 P'er internationalt
Forløbets indhold og fokus	Forløb om virksomhedens handlingsparametre i internationalt perspektiv, herunder behovet og muligheden for at standardisere eller differentiere de enkelte parametre eller hele marketingmixet på eksportmarkederne.
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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
Kernestof	De 4 P'er i international sammenhæng, herunder det samlede marketingmix
Anvendt materiale.	Systime: Marketing kap. 17: https://marketing.systime.dk/?id=1611 Systime: Marketing kap. 19: https://marketing.systime.dk/?id=1622 Systime: Marketing kap. 21: https://marketing.systime.dk/?id=1632 Systime: Marketing kap. 23: https://marketing.systime.dk/?id=1644 Systime: Marketing kap. 24: https://marketing.systime.dk/?id=1603 Artikler mv.: recordere, 16. maj, 2023: https://www.recordere.dk/2023/05/snart-kan-du-handle-eksklusivt-bo-lyd-hvor-du-koeber-din-ferrari/ Omtale på Ferrari store, inkl. video: https://store.ferrari.com/en-it/bang&olufsen Bo Bedre, 18. oktober, 2024: https://bobedre.dk/gadgets/bo-indgaar-overraskende-samarbejde-med-ferrari Autonews, 8. Oktober, 2024: https://autonewsbusiness.dk/danske-bang-olufsen-lancerer-ny-kollektion-med-ferrari/ Bilmagasinet, 26. februar, 2024: https://bilmagasinet.dk/bil-nyheder/motorsport/ferrari-bang-olufsen Diverse reklamevideoer fra forskellige markeder for hhv. Snickes og VW Tiguan Incoterms: https://www.dhl.com/dk-da/home/global-forwarding/uddannelsescenter-for-spedition/forklaring-af-incoterms.html https://www.bws.net/da/indsigter/blogindlaeg/hvad-er-incoterms Forklaring af, hvad incoterms er mv. https://bws.kontainer.com/cdn/xZ9m1p/incoterms-2020-da.pdf Grafisk oversigt over incoterms
Arbejdsformer	Klassegennemgang af teori, elevpræsentationer af teori, træningsopgaver fra bogen, øvelse i valutakursberegninger, gruppeopgave vedr. standardisering eller differentiering af promotionparameteren for hhv. Snickers eller VW Tiguan, samt gruppeopgave vedr. B&Os samarbejde med Ferrari.

Forløb 15	Marketingplanen
Forløbets indhold og fokus	Marketingplanens elementer - Opsamling på fagets elementer
Faglige mål	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • 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
Kernestof	Marketingplanens indhold og udarbejdelse
Anvendt materiale.	Systime, kap. 25: https://marketing.systime.dk/?id=1660
Arbejdsformer	Klassegennemgang og gruppearbejde med caseopgave fra bogen.

Forløb 16	Eksamensprojektet
Forløbets indhold og fokus	Eksamensprojekt om dagligvarebranchen med udgangspunkt i dagligvarekæden Meny. Fælles opstart med markeds karakteristika og virksomhedskarakteristika, samt analyse af den strategiske situation. Derefter er der arbejdet i grupper med forskellige emner, som tilsammen dækker de overordnede faglige kernestofområder. Endelig er der lavet et kort forløb med et eller to mindre centrale valgfrie emner.
Faglige mål	• Alle faglige mål er i spil
Kernestof	Alt kernestof fra læreplanen
Anvendt materiale.	Systime: Marketingbogen Udleveret casemateriale: Menys hjemmeside: https://meny.dk/ Meny: Spisetid 06/24, December 2024 Meny: Tilbudsavis uge 51, 2024 Artikler: Markedsføring, 13. januar, 2023: https://markedsforing.dk/artikler/debat/debat-der-for-kan-meny-ramme-rigtigt-med-stor-millionsatsning/ Madkulturen – Hvad spiser danskerne til aftensmad 2024 https://www.madkulturen.dk/viden/danskernes-livretter-2024/ ”Hyldest” af danske fødevarer har ifølge Meny øget salget med 15 pct. Detailwatch, 23. maj, 2024: https://detailwatch.dk/nyheder/dagligvarer/article17127471.ece Analyse: Dagrofa – Markedet, mulighederne, og risikoen Detailwatch, 29. oktober 2024: https://detailwatch.dk/nyheder/ecommerce/article17581691.ece Meny investerer tungt i modernisering af butiksnat: ”Det er sindssygt vigtigt” Detailwatch, 12. november 2024: https://detailwatch.dk/nyheder/dagligvarer/article17627728.ece Økologien vinder frem i detailhandelen Fødevarewatch, 19. november 2024: https://fodevarewatch.dk/article17629621.ece Prisskræk bliver mindre: Forbrugerne går tilbage til økovaner Fødevarewatch, 21. november 2024: https://fodevarewatch.dk/Detail/article17618665.ece Udviklingen i dansk dagligvarehandel De Samvirkende Købmænd (DSK), 21. februar, 2023: https://dsk.dk/wp-content/uploads/2023/02/Udviklingen-i-dansk-dagligvarehandel-februar-2023.pdf Euromonitor, Supermarkets in Denmark Country Report, Mar 2024: https://www.portal.euromonitor.com/Analysis/Tab Elevernes selvfundne kilder.
Arbejdsformer	Gruppenprojekt med indlagt klasse gennemgang og gruppefremlæggelser, herunder udarbejdelse af one-pagers til deling i klassen.

Forløb 17	Eksamenstræning
Forløbets indhold og fokus	Opsamling på fagligt stof og træning i mundtlig prøve
Faglige mål	• Alle faglige mål er i spil
Kernestof	Eksamensgenrer
Anvendt materiale.	Systime, Marketing: https://marketing.systime.dk/ Strid med Coop har kostet dyrt for Stryhns: Berlingske Business, Business Update, 1. Juni, 2023: https://www.berlingske.dk/business/business-update-for-foerste-gang-nogensinde-er-en-elbil-verdens-mest Uforudsigeligt år præger Stryhns Gruppens resultat i 2022: Stryhns pressemeddelelse på mynewsdesk, 1. juni, 2023: https://www.mynewsdesk.com/dk/stryhns/pressreleases/uforudsigeligt-aar-praeger-stryhns-gruppens-resultat-i-2022-3256605 Supermarkedernes egne mærker udgør tæt på 40 pct. af de solgte varer: Føde-warewatch, 15. juni, 2022: https://fodevarewatch.dk/Detail/article14149630.ece
Arbejdsformer	Klasse gennemgang og gruppearbejde med caseopgave fra bogen.

Websites, som må tilgås til eksamen:

Systime: Marketing – hele bogen: <https://marketing.systime.dk/?id=1>

Conzoom: <https://www.conzoom.dk/da/danmark/segmenter> Inkl. Underside med alle grupper og typer

Hofstede country comparison tool:

<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool>