

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj 2025
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Kim Bisgaard
Hold	24-hh12

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
Forløb 5	Købsadfærd på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning
Forløbets indhold og fokus	Introduktion til fagets emner og overordnede metoder.
Faglige mål	- Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskab 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 Casevirksomheder: LEGO, Lagkagehuset, Byens Brød og Cafe, Too Good To Go, Dansk
Arbejdsformer	Tavleundervisning Gruppearbejde i pargrupper og bordgrupper Summeøvelser Mundtlig fremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	Analyse af virksomhedens interne situation
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 kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Forretningsmodeller

	Værdikæder SW opstilling
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap.2: https://marketing.systime.dk/?id=142 Casevirksomheder: Selvvalgt virksomhed af eleverne og Dolle A/S
Arbejdsformer	Tavleundervisning Gruppearbejde i bordgrupper og større grupper Summeøvelser Mundtlig fremlæggelse Skriftlig aflevering: SW analyse af selvvalgt virksomhed (5 fordybelsestimer)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Den eksterne situation, konkurrenceforhold og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Analyse af virksomhedens eksterne forhold nationalt og internationalt, herunder konkurrencesituationen og brancheforhold nationalt.
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 kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Omverdensmodel OT – opstilling Muligheds- og trusselsmatrix Konkurrencetragtmodellen Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Porters 5 forces
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 3: https://marketing.systime.dk/?id=1489 Systime, Marketing kap. 4: https://marketing.systime.dk/?id=1500 Systime, Marketing kap. 5: https://marketing.systime.dk/?id=1503 Casevirksomheder: Just Eat, Tesla, Takket være skoven, Red Bull og Novasol
Arbejdsformer	Tavleundervisning Gruppearbejde i bordgrupper og større grupper Summeøvelser Mundtlig fremlæggelse Skriftlig aflevering Porters 5 forces (5 fordybelsestimer)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Analyse af købsadfærden i forbindelse med køb af fysiske produkter og serviceprodukter på b2c.
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 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	S-O-R modellen Maslows behovspyramide Købstype, købsadfærdstype, køberoller, beslutningsprocessen
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap.6: https://marketing.systime.dk/?id=1510 Casevirksomheder: VIPP og Kirppu
Arbejdsformer	Tavleundervisning Gruppearbejde i bordgrupper og større grupper Summeøvelser Mundtlig fremlæggelse Skriftlig aflevering: Købsadfærd på tværs af generationer (5 fordybelsestimer)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Analyse af købsadfærden i forbindelse med køb og salg af fysiske produkter og serviceprodukter på b2b. Der er arbejdet med forskellene på delmarkederne, herunder forskelle på b2b og b2c.
Faglige mål	• Afgøre, hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, 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 kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Delmarkeder, valgkriterier, købstyper, købscenter og Buy-Grid modellen

Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap.7: https://marketing.systime.dk/?id=1519 Casevirksomheder: Montana og Vejen Business College
Arbejdsformer	Tavleundervisning Gruppearbejde i bordgrupper og større grupper Summeøvelser Mundtlig fremlæggelse