



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August til juni 2020/2021 Titel 1 til 8 August til juni 2021/2022 Titel 9 til August til juni 2022/2023
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Jesper Bo Thomsen
Hold	HH23 -

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 BtP markedet
Titel 9	Genopfriskning af 1 år
Titel 10	Strategiske analyser
Titel 11	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 12	
Titel 13	
Titel 14	
Titel 15	



Titel 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase
Omfang	Ca. 15 lektioner
Særlige fokus-punkter	Faget er introduceret til eleverne. Der arbejdes med følgende hovedemner: Virksomheden, Ide og forretningsmodeller, Den interne situation, Den eksterne situation, Forbrugeradfærd, Målgruppen samt strategi. Kompetencer: Der arbejdes med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Der blev arbejdet tilhørende opgaver som blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse og parfremlæggelser.

[Retur til forside](#)



Titel 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase
Omfang	Ca. 6 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression: 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. Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i grupper

[Retur til forside](#)



Titel 3	Den interne situation
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kerne stof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 2
Omfang	Ca. 14 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i grupper

[Retur til forside](#)



Titel 4	Den eksterne situation
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 3
Omfang	Ca. 15 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Omverdensmodellen • PESTEL-analysen • OT-opstilling • Muligheds- og trusselsmatrix Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Zoom – online undervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i grupper

[Retur til forside](#)



Titel 5	Konkurrenceforhold
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 4
Omfang	Ca. 15 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Markedskarakteristik • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Zoom – online undervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i grupper

[Retur til forside](#)



Titel 6	Brancheforhold
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 5
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Branchekarakteristik • Brancheanalyse • Porters 5 forces Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Zoom – online undervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i pararbejde

[Retur til forside](#)



Titel 7	Købsadfærd på BtC markedet
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 6
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • SOR-modellen • Behov og Købemotiver • Købstype og købsadfærd • Køberoller og beløtningsprocessen Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Zoom – online undervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i pararbejde

[Retur til forside](#)



Titel 8	Købsadfærd på BtP markedet
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 7
Omfang	Ca. 6 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Branche karakteristik • Branche analyse • Porters 5 forces Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	Zoom – online undervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i pararbejde

[Retur til forside](#)



Titel 9	Genopfriskning af 1 år
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 1-7
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Kapitel 1-7 Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

[Retur til forside](#)



Titel 10	Strategiske analyser
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 10
Omfang	Ca. 9 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Blue/red ocean • Vækstrategier • Porteføljestrategier • Digital strategi • Bæredygtighed • Case Danske spil Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i pararbejde

[Retur til forside](#)



Titel 11	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 11
Omfang	Ca. 9 lektioner Ca. 8 lektioner tværgående
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Markedssegmentering • Målgruppe • Segmenteringsprocessen • Livsstilanalyser • Målgruppevalg • Positionering • Tværgående case Normal Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde både individuelt og i pararbejde

[Retur til forside](#)

Kommenterede [JT1]:



Titel 12	
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 1-7
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Kapitel 1-7 Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

[Retur til forside](#)



Titel 13	
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 1-7
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Kapitel 1-7 Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

[Retur til forside](#)



Titel 14	
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 1-7
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Kapitel 1-7 Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

[Retur til forside](#)



Titel 15	
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kap. 1-7
Omfang	Ca. 7 lektioner
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Kapitel 1-7 Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Væsentligste arbejdsformer	gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

[Retur til forside](#)

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	November 2021 - Juni 2022
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Laila Thim
Hold	21-hh23

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Strategi
Forløb 2	Segmentering, målgruppevalg og positionering, nationalt
Forløb 3	Parametre – de 4 P'er
Forløb 4	Tværfagligt forløb med virksomhedsøkonomi
Forløb 5	Tværfagligt forløb med matematik

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Strategi
Forløbs 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	• 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	• Strategisk situation • Ide, mission, vision og værdier • Porteføljeanalyse • Vækststrategi • Konkurrencestrategier • TOWS-model • Blue Ocean • Digitale forretningsmodeller
Anvendt materiale.	Systime: Marketing – en grundbog i Afsætning, Kapitel 8 og 10 Coloplasts hjemmeside: https://www.coloplast.dk/kontakt-coloplast-danmark/hvem-er-vi/om-coloplast/ Coloplasts årsrapport: https://investor.coloplast.com/contentassets/4ba71ce5ccad4f34982be7725221bc16/07_2021_annual_report_2020-21.pdf
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde og individuelt arbejde. Der er arbejdet med Coloplast som case for især porteføljeanalyse.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 2	Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
Forløbets indhold og fokus	I forløbet er der arbejdet med segmenteringsprocessen samt målgruppebeskrivelse for forskellige produkter, primært på konsumentmarkedet og kun nationalt. Segmenteringsvariable og livsstilsmodellen conzoom har været i fokus for segmenteringsprocessen, mens USP og ESP, positioneringskort, markedskort, PLC samt marketingmix (overordnet) er blevet behandlet i forbindelse med 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
Kernestof	• Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt • Marketing mixet nationalt
Anvendt materiale.	Systime: Marketing – en grundbog i Afsætning: Kapitel 11 og 14 Supplerende materiale: Nye målgrupper og stigende efterspørgsel: Campingbranchen rykker på outdoor-boom: Horesta, 18. juni, 2021: https://www.horesta.dk/presseklip/2021/juni/nye-maalgrupper-og-stigende-efterspoergsel-campingbranchen-rykker-paa-outdoor-boom/ Conzoom livsstilsanalyse: https://conzoom.dk/danmark/ DK-Camp hjemmeside – ”Ferietype”: https://www.dk-camp.dk/
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde og gruppearbejde.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 3	Parametre – De 4P'er
Forløbets indhold og fokus	Forløbets fokus har været på virksomhedens 4 P'er inklusiv serviceprodukter – elementer under hver parameter, samt parametrene indbyrdes sammenhæng i forhold til virksomhedens interne situation, den eksterne situation samt målgruppens købsadfærd og disse forholds indflydelse på marketingmixet. Købsadfærd på producentmarkedet er i denne forbindelse blevet repeteret.
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
Kernestof	• Marketingmixet • Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer • Mission, vision og værdier • Konkurrencestrategier • Målgruppevalg
Anvendt materiale.	Systime, Marketing – en grundbog i Afsætning: Kapitel, 15, 16, 18, 20 og 22 Supplerende materiale: Apollo's service på rejsemålet: Apollo Rejser, https://www.apollorejser.dk/hoteller/apollos-service Besøgt 8/2-22 Her er bud på danskernes nye rejsetrends: Standby.dk, 25 januar 2022: https://standby.dk/her-er-bud-paa-danskernes-nye-rejsetrends/ Bolcheværkets hjemmeside: http://bolchevaerk.dk/ Bolcheværkets facebookside: https://www.facebook.com/bolchevaerk/ Bolcheiværksætter besøger Brædstrup: Brædstrup avis, 29. november, 2018: https://www.braedstrup-avis.dk/braedstrupavis/Bolche-ivaerksaetter-besoeger-Brædstrup/artikel/375314 Vinoble-ejer tager revanche efter rekorddårligt resultat: Fødevarewatch, 19. januar, 2022: https://fodevarewatch.dk/Drikkevarer/article13650397.ece Danske Mad Men episode 5 og 6 om hhv. Jysk og Cowey: https://www.dr.dk/drtv/serie/danske-mad-men_300128
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde og gruppearbejde med bl.a. en case om Bolcheværket og distribution samt mindre gruppearbejder om Apollo og Danske Mad Men.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 4	Tværfagligt forløb med Virksomhedsøkonomi
Forløbets indhold og fokus	Tværfagligt forløb med virksomhedsøkonomi med fokus på strategi, især vedr. mission, vision og værdier samt CSR i kombination med promotion
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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Kernestof	• Strategi • Mission, vision og værdier • Marketing mixet både nationalt og globalt • Vækststrategier • Omverdensforhold nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Systime, Marketing – en grundbog i Afsætning – udvalgte kapitler Systime, Virksomhedsøkonomi, især CSR 17. marts 2022: BT: Ecco tavs om Rusland: Det er pest eller kolera: https://www.bt.dk/navne/ecco-tavs-om-rusland-det-er-pest-eller-kolera 25. marts 2022: BT: Kendte danskere boykotter Ecco efter Rusland-udmelding: ”Jeg har syv børn og det kommer til at svie”: https://www.bt.dk/forbrug/kendte-danskere-boykotter-ecco-efter-rusland-udmelding-jeg-har-syv-boern-og-det ECCOs Code of Conduct: https://group.ecco.com/en/responsibility Eccos vision og værdier https://group.ecco.com/en/about-us
Arbejdsformer	Gruppearbejde med case om Eccos situation i Rusland. Dertil individuelt skriftligt arbejde.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 5	Tværfagligt forløb med matematik
Forløbets indhold og fokus	Et kort forløb med fokus på priselasticitet med afsæt i en fiktiv case.
Faglige mål	• udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	• Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder • Købsadfærd på business to consumer-markedet
Anvendt materiale.	Systime, Marketing – en grundbog i Afsætning, kap. 6 og kap. 18 samt en fiktiv case om en bagerkæde og forskellige typer tærter. Desuden relevant teori fra matematik
Arbejdsformer	Gruppearbejde og individuelt arbejde



Undervisningsbeskrivelse

Termin	June 2023
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer	Laila Thim (LT)
Hold	22-hh33

Forløbsoversigt (7)

Forløb 1	Digitale forretningsmodeller
Forløb 2	Segmentering på producentmarkedet
Forløb 3	Internationalisering og segmentering og målgruppevalg internationalt
Forløb 4	De 4 P'er internationalt
Forløb 5	Marketingplanen
Forløb 6	Eksamensprojekt
Forløb 7	Repetition og eksamensforberedelse

Forløb 1: Digitale forretningsmodeller

Forløb 1	Digitale forretningsmodeller
Indhold	Opstart og gennemgang af virksomhedens digitale strategier systeme: Marketing: Kapitel 10 - afsnit 10.4-10.6 digitale forretningsmodeller, digital transformation og bæredygtighed : https://marketing-systeme.dk/?id=1763
Omfang	6 lektioner / 4.5 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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 udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og gruppearbejde - et kort forløb om digitale forretningsmodeller. Fokus på strategi og digitalisering

Forløb 2: Segmentering på producentmarkedet

Forløb 2	Segmentering på producentmarkedet
Indhold	Virksomhedens segmentering og målgruppevalg på B2B-markedet. systime: Marketing: kapitel 13: Segmentering på producentmarkedet : https://marketing.systime.dk/?id=1569
Omfang	5 lektioner / 3.75 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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: Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Kort forløb om segmentering på producentmarkedet. Teorigennemgang på klassen og pararbejde med tilhørende opgave

Forløb 3: Internationalisering og segmentering og målgruppevalg internationalt

Forløb 3	Internationalisering og segmentering og målgruppevalg internationalt
Indhold	Forløb om virksomhedens internationalisering, herunder eksportmotiver, internationaliseringsmodeller, markedsudvælgelse, og kultur og kulturforskelle på forskellige markeder. Der er desuden arbejdet med segmentering og målgruppevalg på de internationale markeder, ligesom der er arbejdet med forskellige internationale livsstilsmodeller. system: Marketing, kapitel 9: Internationalisering: https://marketing.systime.dk/?id=1537 Geert Hofstede, country comparison: https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/ Company, Culture, Communication; system: https://ccc.systime.dk/?id=130 System: Focus on Culture: Cultural Theory: https://culturalencounters.systime.dk/?id=123 Uddrag af: Trojka: Afsætning A, Kapitel 32: Segmentering og målgruppevalg - internationalt. system: Marketing, kapitel 12: Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv: https://marketing.systime.dk/?id=1563 VALS-modellen: International VALS, inkl. undersider: https://www.strategicbusinessinsights.com/vals/international/ VALS USA inkl. undersider: https://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml Mosaic USA - overblik over segmenterne: https://www.experian.com/assets/marketing-services/product-sheets/mosaic-usa.pdf Mosaic USA - Mosaic-grupperne og -typerne: https://www.researchwizard.org/sites/default/files/MOSAIC-Consumer-Groups-And-Types-Profiles_0.pdf
Omfang	18 lektioner / 13.5 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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 forudsæt- ninger og egenskaber udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forkla- re sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nati- onale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdi- ghed og relevans i en given sammenhæng fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fag- ets genrer, herunder i samspil med andre fag Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitat- ive og komparative analysemetoder Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppev- alg og positionering både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Der er arbejdet med teorigennemgang på klassen samt med opgaver individuelt og i grupper vedrørende især kultur og livsstil internationalt.

Forløb 4: De 4 P'er internationalt

Forløb 4	De 4 P'er internationalt
----------	--------------------------

Indhold	Forløb om virksomhedens handlingsparametre i internationalt perspektiv, herunder behovet og muligheden for at standardisere eller differentiere de enkelte parametre eller hele marketingmixet på eksportmarkederne. system: Marketing, kapitel 17: Produkt i internationalt perspektiv: https://marketing.system.dk/?id=1611 Key trends in the UK population: https://www.experian.co.uk/assets/marketing-services/white-papers/white-paper-mosaic-key-trends-in-uk-population.pdf Mosaic UK: https://www.experianintact.com/content/uk/documents/product-Sheets/MosaicConsumerUK.pdf system: Marketing, kapitel 19: Pris i internationalt perspektiv: https://marketing.system.dk/?id=1622 Uddrag af: Trojka: Afsætning A, Kapitel 35: Pris - Internationalt if forsikring: Inco-terms: https://www.if.dk/erhverv/erhvervsforsikring/transportforsikringer/incoterms-2020 Blue Water Shipping: Incoterms: https://bws.kontainer.com/cdn/xZ9m1p/incoterms-2020-da.pdf Dagligvarehandlen, 3. august 2022: Stort fald i kødforbruget efter heftige prisstigninger: https://dagligvarehandlen.dk/trends/stort-fald-i-koedforbruget-efter-heftige-prisstigninger Udtræk fra Statistikbanken vedr. pris og mængde af dansk eksport af fjerkræ og okse- og kalvekød. system: Marketing: Kapitel 21: Distribution i internationalt perspektiv: https://marketing.system.dk/?id=1632 Berlingske Business, 25. januar 2019: Lakridskongen Johan Bülow fjerner fornavnet og gør klar til globalt væksteventyr: https://www.berlingske.dk/virksomheder/lakridskongen-johan-bulow-fjerner-fornavnet-og-goer-klar-til-globalt Food Supply, 23. november, 2018: Bülow lakridser indtager Dubai: https://www.food-supply.dk/article/view/633696/bulows_lakridser_indtager_dubai Inside Flyer, 21. december, 2018: 3.000.000 Lakridser: Emirates har fået smag for dansk specialitet: https://insideflyer.dk/3-000-000-lakridser-emirates-har-faaet-smag-dansk-specialitet/ Markedsføring, 8. maj, 2018: Bogstavet Æ skal sælge lakrids: https://markedsforing.dk/artikler/marketing/bogstavet-skal-s-lge-lakrids system: Marketing: Kapitel 23: Promotion i internationalt perspektiv: https://marketing.system.dk/?id=1644 Kilder til projekt om promotion for hhv. Snickers og VW Tiguan internationalt: Snickers: Danmark og UK : https://youtu.be/qIVDxL2lgN4 UK: https://youtu.be/QO2qHuEs80Q Singapore: http://youtu.be/ziTmA8z6X2s Super Bowl USA: http://youtu.be/uA7-31Cxc2I Indien : https://youtu.be/GLD-ZgAKbqo Arabisk: http://youtu.be/Dc_4kVmH94U Japan: http://youtu.be/-nBflqmcDPc Hong Kong: https://youtu.be/uLWjXN7Gk80 New Zealand: https://youtu.be/b91MavWwDU0 Tyskland: https://youtu.be/W8jqQLEkrEA Australien: https://youtu.be/GP6XG-s32y8 og https://youtu.be/MqgjTZQiySw USA: https://youtu.be/ndphyShO9HA og https://youtu.be/47QJzG-y3zw og https://youtu.be/p8ufo1y5KBM Volkswagen Tiguan Brasilien (start v. 20 sek): https://youtu.be/eslzuLWVA6Q Tyskland: https://youtu.be/7ZJn60KHeP0 USA: https://youtu.be/IMvodS9puLg og https://youtu.be/83wn-PQr-j0 Irland: https://youtu.be/M8yX06wnTO0 og https://youtu.be/qHMsyMxo2Ug UK: https://youtu.be/zJe3t5Isp70 Sydafrika: https://youtu.be/vHDYTMu8U-To India: Obs: Taigun: https://youtu.be/FvEOsxgHsVI og https://youtu.be/RZF8Du213w Canada: https://youtu.be/V7f9q3TKb2o og https://youtu.be/T8XjA5okyM8 Malaysia: https://youtu.be/AMvyQ3d1C5Q og https://youtu.be/mpHrcGjWksM New Zealand: https://youtu.be/zTbBVfxvWeM Mexico: https://youtu.be/S1tQrrJa4FY og https://youtu.be/QLD_0qQmAJQ system: Marketing: Kapitel 24: Marketingmix i internationalt perspektiv: https://marketing.system.dk/?id=1603
Omfang	52 lektioner / 39 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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: Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Der er arbejdet med teorigennemgang i klassen, samt individuelt, par- og gruppearbejde, bl.a. et gruppeprojekt om en selvvalgt dansk virksomheds valg mht. produktparameteren internationalt.

Forløb 5: Marketingplanen

Forløb 5	Marketingplanen
Indhold	Marketingplanens elementer - Opsamling på fagets elementer systime: Marketing: Kapitel 25: Marketingplanen
Omfang	4 lektioner / 3 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Teorigennemgang og opsamling på klassen - derudover kort individuelt arbejde med en case 25.1 fra bogen

Forløb 6: Eksamensprojekt

Forløb 6	Eksamensprojekt
Indhold	Eksamensprojekt om ejendomsmæglerbranchen med udgangspunkt i virksomheden "ejendrom". Besøg af ejendroms ejer, Jacob Nielsen, og derefter gruppearbejde med forskellige dele af kernestoffet i relation til ejendrom og ejendomsmæglerbranchen. Derudover arbejde med valgfrie emner vedr. supplerende stof.
Omfang	33 lektioner / 24.75 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning i 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 indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng 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: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Projektet er udarbejdet i grupper. Der har været tale om en høj grad af elevautonomi, men hver gruppe har arbejdet med deres eget aspekt af projektet, og har derfor afsluttet med præsentationer for klassen, så alle har fået indsigt i alle emner, der er indgået i projektet.

Forløb 7: Repetition og eksamensforberedelse

Forløb 7	Repetition og eksamensforberedelse
Indhold	Repetition af forskellige faglige emner efter elevernes ønske. Derudover gennemgang af tilladte hjælpemidler til eksamen, opbygning af eksamensopgaver mv.
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning i nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Den interne situation: Porteføljeanalyser Strategi: Vækststrategier
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang og classesamtaler