

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	August til juni 2022/2023 Forløb 1 – forløb 7 August til juni 2023/2024 Forløb 8 fortsat - August til juni 2024/2025 Fra forløb
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsløb
Hold	UVB-Afsætning A-hh1322-EF2223-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Forløb 3	Den interne situation
Forløb 4	Den eksterne situation
Forløb 5	Konkurrenceforhold
Forløb 6	Brancheforhold
Forløb 7	Købsadfærd på BtC markedet og Købsadfærd på BtB markedet 1.g hertil
Forløb 8	2.g herfra Strategi

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Forløbets indhold og fokus	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 "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318
Faglige mål	Eleverne er blevet introduceret til faget og har på et indledende niveau stiftet bekendtskab med en virksomhed, virksomhedstyper og hvad der kan påvirke en virksomheds afsætning. Eleverne har dermed på et indledende niveau stiftet kendskab til følgende faglige mål fra lærerplanen august 2017: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere spinkel viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder forsøge at forklare sammenhængen mellem få relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle og gengive informationer om en virksomheds markedsforhold i lokalområdet/Danmark samt vurdere – formidle informationer om afsætning inden for grundforløbets rammer i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	Den interne og eksterne situation på et indledende niveau
Anvendt materiale.	Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318 Ca . 15 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Der blev arbejdet med tilhørende opgaver som blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse og parfremlæggelser.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode i samarbejde med studiekompetencer
Forløbets indhold og fokus	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. Dette arbejde er også indarbejdet i undervisningen udover grundforløbet. Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence
Faglige mål	– stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller
Kernestof	Den samfundsvidenskabelige metode
Anvendt materiale.	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 https://marketing.systime.dk/?id=154 alt i alt i 1.g 6 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt på et indledende niveau. Anvende afsætningsøkonomiske modeller. Fortolke og formidle informationer om afsætning.
Kernestof	Den interne situation, værdikæder, forretningsmodeller, SW-opstilling
Anvendt materiale.	https://marketing.systime.dk/?id=142 6 lektioner https://www.fastcompany.com/90812090/apple-strategic-silence-metaverse-vr-headset
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Den eksterne situation
Forløbets indhold og fokus	Omverdensmodellen – OT-opstilling – Muligheds og trussels matrix og PESTEL-analyse. Der er arbejdet med opgaver fra bogen. Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence særligt i forbindelse med skriftlig formidling og mundtlig fremstilling.
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, 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 markedsforhold primært i Danmark, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer.
Kernestof	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt, konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Den eksterne situation: https://marketing.systime.dk/?id=1489 9 lektioner 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning, projektarbejdsform, skriftligt arbejde, pararbejde, mundtlig fremstilling

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Konkurrenceforhold
Forløbets indhold og fokus	Markedskarakteristik – konsument- og producentmarkedet – konkurrentidentifikation – markedsandel og præferencer – konkurrencemæssige positioner – konkurrentanalyse Der er arbejdet med emneopgaver fra systime og perspektiveret til tidligere emner.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afæstning primært 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, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold
Kernestof	Den eksterne situation Konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Systime: https://marketing.systime.dk/?id=1500 9 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Der har været fokus på taksonomiske niveauer, klasseundervisning, noteskrivning, skriftligt arbejde. Pararbejde og mundtlig fremstilling i plenum.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	Brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.] Branche karakteristik - Brancheanalyse Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og kommunikationskompetencen. Desuden til skr. arbejde: Redskabskompetencen.
Faglige mål	Afgøre hvile forhold der har betydning for en virksomheds afsætning, anvende afsætningsøkonomiske modeller, præsentere informationer om en virksomheds markedsf forhold
Kernestof	Den eksterne situation – Branche forhold
Anvendt materiale.	Systime: https://marketing.systime.dk/?id=1503 12 lektioner a 45 timer.
Arbejdsformer	Klasseundervisning, udarbejdelse af praksisnær konkurrentanalyse, fremlæggelse med opponentgrupper.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 7	Købsadfærd på konsumentmarkedet og købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	S-O-R modellen – Behov – Købmotiver – Købstyper og købsadfærdstyper – Køberoller – købsbeslutningsprocessen – øvrige begreber vedr. købsadfærd på konsumentmarkedet. Virksomheders købsadfærd – virksomheders købsbeslutningsproces – valgkriterier på de tre markeder – faktorer der påvirker købsadfærden Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlige formidle informationer
Kernestof	Den eksterne situation, købsadfærd btc, btb, ctb, etc
Anvendt materiale.	13 lektioner a 45 min Kernestof: Systime Købsadfærd på konsumentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1510 Systime Købsadfærd på producentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1519 Supplerende stof: https://livsfaser.dk/ Der er vist en afsnit fra kenderdutyper i relation til btc-markedet.
Arbejdsformer	Konkret analyse af købsadfærd på såvel btc og btb vha af cases. Der er arbejdet i grupper, grupperne med fokus på arbejdsarbejdsmetoden. Eleverne har fremlagt deres arbejde og der er arbejdet med opponentgrupper til mundtlig feedback. Der er arbejdet med selvvalgte cases fra bogen i f h til køb på btb-markedet. Der har været dialogbaseret undervisning med afsæt i køb på btb og btc

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb EKSTRA	Øvrige fokusområder i 1.g
Forløbets indhold og fokus	Der har været fokus på elevernes mundtlige og skriftlige kompetencer

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 – 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	
Anvendt materiale.	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
Arbejdsformer	Individuelt arbejde, par-arbejde. Der er afholdt 15 fordybelsestimer hvor eleverne har trænet de skriftlige og mundtlige kompetencer sammen med fagfaglige cases, interview og analyse af brancheforhold. Der er givet individuel mundtlig og skriftlig feedback

1.g hertil



Termin	Maj/juni 2024 skoleåret 2023/2024
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1322-EF2324-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 8	Strategi
Forløb 9	Genopfriskning af 1 år primo 2.g
Forløb 13	Markedsanalyse
Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 11	Marketingmix (produkt, serviceydelser, pris, distribution, promotion)
Forløb 12	Internationalisering 2.g
Forløb 14	Øvrige fokuspunkter i 2.g

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

2. g herfra.

Forløb 8	Strategi
Forløbets indhold og fokus	SWOT – TOWS – Mission – Vision – Værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier – Bowmans strategiske ur Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering (2.g)
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder samspil med andre fag, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlige formidle informationer
Kernestof	Strategi – Mission, vision, værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier
Anvendt materiale.	Skriftlig fordybelsestid: Kernestof: Strategi: https://marketing.systime.dk/?id=1529 13 lektioner.
Arbejdsformer	Konkret analyse af virksomheders mission, vision og værdier, introduktion til konkurrencestrategier og vækststrategier i 1.g. Herfra i 2.g Der er arbejdet casebaseret med flere opgaver fra kap. Eleverne har fremlagt for hinanden og i plenum. Der er givet fordybelsestimer til skriftlig fremstilling og metode. Individuel skriftligt og mundtligt feedback. Skriftlighed: Afleveringsopgave om Dagligvarebranchen.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 9 Før forløb 8	Genopfrisk af 1.g
Forløbets indhold og fokus	Hvad nåede klassen i 1.g Der er særlig fokus på kap 2-8. Tværgående case Wise Home
Faglige mål	Her har primært været fokus på repetition af faget samt afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder
Kernestof	Den interne situation, Den eksterne situation
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 2 – 8 https://marketing.systime.dk/ incl. 7 lektioner af 45 min.
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, casearbejde i grupper, gennemgang v eleverne for at styrke/genopfriske de faglige mundtlige færdigheder og repetition af fagets centrale begreber

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 13	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	Der arbejdes med en konkret virksomhed muligheder i f m konkret markedsanalyse. Der laves udkast til en konkret markedsanalyse og udfordringer med at udarbejde en spørgeskræmme. I et konkret samarbejde med Vejen Handelsstandsforening arbejdede én gruppe med at løse en givet problemstilling for foreningen. Desuden blev der arbejdet med afleveringsopgave 2 Dagligvarebranchen del 2.
Faglige mål	indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale 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 (matematik) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning. – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt – Branche- og konkurrenceforhold

	– Købsadfærd på business-to-consumer,
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 1 Markedsanalyse https://marketing.systime.dk/ 20 lektioner a 45 min.
Arbejdsformer	Gruppearbejde med indsamling af data og fremstilling af rapport. Der er arbejdet med udvalgte opgaver herunder fokus på elevernes arbejde med markedsanalyseprocessen i grupper med efterfølgende mundtlig præsentation i plenum. Projekterne/analyserne har fået mundtlig og skriftlig feedback og alle grupper har fremlagt deres analyseresultater i plenum med feedback fra klassen. Mht til det praktiske eksempel blev det også fremlagt på klassen med repræsentant fra Vejen Handelsstandsforening. Analyseresultaterne blev straks implementeret og gruppen blev anerkendt for produktets rehalibitet og validitet.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering på konsumentmarkedet I slutningen af året et kort forløb mellem afsætning og mat.
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med segmentering, valg af målgrupper samt positionering og målgruppestrategi. Der er fokus på segmenteringskriterier, livsstilsanalyser, herunder Gallup Kompas og Conzoom. Der er fokus på målgruppevalg med afsæt i SMOK modeller, Danskernes motionsvaner fra idrættens analyseinstitut, samt virksomheders fokus på en troværdig positionering. I slutningen af skoleåret har der været et samarbejde mellem mat og Afs, hvor eleverne lærte at kvantificere en målgruppen på baggrund af officielle og officieuse datakilder. I samme periode var eleverne på virksomhedsbesøg hos Bestseller. Hertil forberedte de sig i afsætning med fokus på segmenter og målgrupper.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (segmentering, SMOK, målgruppestrategi) – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (valg af målgruppe, herunder samarbejdet med mat) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (segmentering, positionering) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (valg af målgruppe og målgruppestrategi) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (segmentering og valg af målgruppe) – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (analyse) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning (informationssøgning)
Kernestof	segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt

Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 11 https://marketing.systime.dk/?id=1548 Gallup Kompas Conzoom Idrættens analyseinstitut, Danskernes motionsvaner Bestseller.com Euromonitor om tøj. 11 lektioner a 45 min 4 lektioner til samarbejdet mellem mat og afs.
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, mindre casearbejde, mundtlig fremlæggelse i plenum i forbindelse med fremlæggelse af livsstilstyper.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 11	Marketingmix
Forløbets indhold og fokus	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. Alle økonomiske kompetencer 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/konkrete virksomheder, hvori en virksomheds parametermix blev analyseret. Der blev fremlagt i plenum med feedback fra klassen.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (parameteranvendelse, midler og medier) – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (virksomhedernes muligheder fremadrettet) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (markedskortet, prisel,) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (forskelle på forretningsmodeller og anvendelse af parametrene) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (casevirksomhedernes markedsforudsætninger og valg af parametre) – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (inddrage virksomhedsøkonomi)
Kernestof	Marketing mix – Marketing mixet nationalt

Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 14,15,16, 18, 20, 22 45 lektioner a 45
Arbejdsformer	Elevoplæg, casearbejde (selvvalgt virksomhed), fremlæggelse og debat i plenum. Lærerstyret oplæg Elevstyret oplæg Fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 12	Internationalisering 2.g
Forløbets indhold og fokus	Eleverne er introduceret til virksomhedens internationalisering, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, virksomhedens interne p�r, internationaliseringsmodeller, markedsudv�lgelse herunder den tilfældige metode, n�rmarkedsmetoden, tragtmetoden, information om internationale markeder og kulturelle forhold. De har været fokus på praktiske eksempler incl. afsæt i en dansk iværksættervirksomhed, som er i gang med internationalisering Der er sideløbende med elevernes arbejde blevet givet feedback på terminsprøven i e-case. Kollega er sygemeldt, derfor inddrages afs�tningslektioner til dette arbejde. Eleverne arbejde også sideløbende med grupperoller.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning globalt, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold
Kernestof	Internationalisering – Kulturelle forhold - – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 9 https://marketing.systime.dk/?id=1548 Hofstede kulturteori og Scheins tre kulturniveauer 14 lektioner af 45 min
Arbejdsformer	L�restyret oplæg, case arbejde, fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 14	�vrige fokusområder i 2.g
Forløbets indhold og fokus	I forbindelse med PBL-forløbet har der under erhvervs-case to om Louis Nielsen været et særligt fokus på problembaseret læring og strategi, hvor eleverne har haft et særligt fokus på den strategiske proces og tilhørende analyser.

	Der har været et særligt fokus på skriftlighed herunder samfundsvidenskabelig metode på 3 lektioner a 45 min. Der har været fordybelsestid på i alt 20 elevtimer. Eleverne har brugt disse på skriftlige afleveringer. Der er givet mundtlig feedback på klassen og skriftlig individuel feedback, og ved behov har eleverne fået individuel feedback Der har været virksomhedsbesøg hos Bestseller.
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 – 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, Forretningsmodeller, Værdikæder, Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
Arbejdsformer	Individuelt arbejde, par-arbejde.

Hertil i 2.g BT 16.05.2024



Termin	Maj/juni 2025 skoleåret 2024/2025
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1322-EF2425-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 15	Genopfriskning af 2.g primo 3.g /skriftlighed og internationalisering
Forløb 16	Strategiske analyser
Forløb 17	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Forløb 18	Internationalt parametermix
Forløb 19	Marketing plan og eksamensprojekt og eksamenstræning
Forløb 20	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 15	Opsamling fra 2.g
Forløbets indhold og fokus	Fokus på skoleårets skriftlighed i faget og opsamling fra forløb 8 i 2.g Der var fokus på Hofstede og Schein's kulturteorier/undersøgelser foruden virksomheders internationalisering/eksportberedskab, markedsudvælgelsesmetoder
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 – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt og globalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 9 https://marketing.systime.dk/?id=1537 Samfundsvidenskabelig metode https://marketing.systime.dk/?id=154 7 lektioner
Arbejdsformer	[klasseundervisning, pararbejde, gruppearbejde, individuarbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde.]

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 16	Strategiske analyser
Forløbets indhold og fokus	Emnet strategiske analyser er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til virksomhedens arbejde med vækststrategier, blue og red ocean strategier, porteføljeanalyse og -strategi, digitale forretningsmodeller -transformation og strategi samt bæredygtighed, herunder FN's verdensmål. Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap. Der er læst artikler om strategi. COOP/Fakta, Nike, TAkeaway, Vertikale grøntsager, Royal Unibrew
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 – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold
Kernestof	Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	[Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) kap 10 12 lektioner incl. skriftlighed
Arbejdsformer	Klasseundervisning, par og gruppearbejde, præsentation i plenum på baggrund af pp, øve fagfaglig og korrekt mundtlig fremstilling, skriftligt arbejde,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 17	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	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.
Faglige mål	-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
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) kap 12 og 13 19 lektioner incl. forberedelse af virksomhedsbesøg ”STØTEK” den 21.10. Hertil gik 6 lektioner på besøg. Hertil også feedback på skr. aflevering.
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.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 18	Internationalt parametermix
Forløbets indhold og fokus	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 5 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.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrereviden 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	Marketing mix – Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan – Marketingplanen både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) Samt Danmarks Eksport Kanon kap 17, 19, 21, 23, 24 ,25 57 lektioner incl. forberedelse af virksomhedsbesøg hos Louis Poulsen og McD, samt gennemgang og feedback på skriftlige afleveringer.
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 og repetition af kapitlerne Eleverne har trænet mundtlig gennemgang af teori og præsenteret deres analyse af deres valgte virksomheds anvendelse af de internationale parametre samt givet forslag til strategiske ændringer.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 19	Marketing plan og eksamensprojekt og eksamenstræning
Forløbets indhold og fokus	Der har været fokus på eksamenstræning, udarbejdelse af marketingplan på baggrund af JYSK-casen Eleverne har set tre udsendelser om Lars Larsen, Sådan blev jeg Lars Larsen, Længe Leve Lars Larsen samt Danske Mad Men Desuden er der trænet mundtlig eksamenstræning, på eksamenslignende vilkår.
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 – 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 – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation – Værdikæder – Porteføljeanalyser – Forretningsmodeller Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt og globalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – 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
Anvendt materiale.	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) I alt med repetition ca 49 lektioner. Herunder planlægning af besøg hos Lindab, eksamenstræning, forberedelse af skr. eksamen, feedback på skr. aflevering, individuelle PP
Arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper primært om JYSK. Hvert tema/kernestofområde er behandlet i plenum efter selvstændigt/individuelt forarbejde.

3. g i øvrigt

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

1. Idræt/Padel dec 22
2. Markedet for Take Away dec. 2023
3. Bo Concept august 2020
4. B & O terminsprøve
5. Kaffemarkedet og "State" - dispositioner

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

Der er brugt ca. 8 lektioner på forberedelse til skriftlige afleveringer og feedback på ditto.

Der har været følgende virksomhedsbesøg

3.g. DSV Dallas/Texas, Støtek A/S I Vojens, McD, Vejen, Louis Poulsen samt Lindab, Jels, desuden Millitærbase Texas,