



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	maj-juni, 2021
<b>Institution</b>	College 360
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Kenneth Schoubo Agger
<b>Hold</b>	HH2F

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Introduktion til afsætning
<b>Titel 2</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 3</b>	Den interne situation
<b>Titel 4</b>	Den eksterne situation
<b>Titel 5</b>	Konkurrenceforhold og brancheforhold
<b>Titel 6</b>	Købsadfærd – konsumentmarkedet og producentmarkedet
<b>Titel 7</b>	Strategi
<b>Titel 8</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering – konsumentmarkedet
<b>Titel 9</b>	Marketingmix – nationalt



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

<b>Titel 1</b>	Introduktion til afsætning
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 0.  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler f.eks. B&O og Danske Bank
<b>Omfang</b>	1 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.



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

<b>Titel 2</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p><u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 1.</p> <p><u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – La Landia og Ryan Air. Youtube-klip til informationssøgning præsentation af projekt Udvalgte spørgeskemaer fra forskellige virksomheder</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 3 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Elever skal kunne få viden om afsætningsmæssig metode og kvalitative &amp; kvantitativ metode. Eleverne skal kunne anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder. De lavede her en markedsanalyse af selvvalgt emne. Endvidere betyder det, at eleverne skal have en overordnet viden om vurdering af de indsamlede informations validitet (kildekritik) og repræsentativitet, samt at eleverne skal kunne præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner.</p> <p>Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 3</b>	Den interne situation
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 2  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Rema 1000 og Lego Internettet (Jyske Bank TV osv.) Hjemmesider GMID - Markedsinformation Diverse YouTube-klip
<b>Omfang</b>	Ca. 4 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 4</b>	Den eksterne situation
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 3  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Vestas og Humanaid Internettet (Jyske Bank TV osv.) GMID Diverse YouTube-klip
<b>Omfang</b>	Ca. 4 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 5</b>	Konkurrenceforhold og Brancheforhold
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 4 og 5  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Rema 1000 og Per Baier Chokolade Internettet – informationssøgning og elevvalgte hjemmesider GMID - Brancheanalyser YouTube-klip
<b>Omfang</b>	Ca. 3 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 6</b>	Købsadfærd - konsumentmarkedet og producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systime – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 6 og 7  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Nohrlund og Shaping New Tomorrow GMID - brancheanalyser Elevvalgte YouTube-klip
<b>Omfang</b>	Ca. 4 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 7</b>	Strategi
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systeme – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 8  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Vestas og Galopbanen er historie, heste og ny forretning. GMID - Brancheinformationer Diverse YouTube-klip Internettet til informationsøgning og fremlæggelse
<b>Omfang</b>	Ca. 3 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)





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

<b>Titel 9</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering - konsumentmarkedet
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systime – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 11  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Arla Foods og Pandora GMID - Markedsinformation Diverse YouTube-klip Informationssøgning på diverse hjemmesider
<b>Omfang</b>	Ca. 4 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 10</b>	Marketingmix – nationalt
<b>Indhold</b>	<u>Kernestof:</u> Systime – Marketing I-bog udg. 2017 Kapitel 14, 15, 16, 18, 20 og 22  <u>Supplerende materiale</u> Udvalgte artikler – Gasa, Bukse Kompaniet, Carlsberg, Arla Økologi og Sneaker Business GMID - Markedsinformation Diverse YouTube-klip Informationssøgning på diverse hjemmesider
<b>Omfang</b>	Ca. 5 mdr.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlægelse, infosøgning.

[Retur til forside](#)