



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Introduktion til Afsætning A
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: Introduktion til Afsætning (GF)            Kap: 6 Købsadfærd            Kap: 4 konkurrenceforhold</p> <p>Supplerende stof:            Video: Danske iværksættere / Tiger / Johan Bülow-lakrids            Diverse hjemmesider            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 9 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Interne og eksterne forhold
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 2 Interne forhold            Kap: 5 Brancheforhold</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning            Case: Søstrene Grene</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 8 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Strategi og eksterne situation
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 3 Eksterne situation            Kap: 8 Strategi</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 5 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Marketingmix
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 14 Marketingmix            Kap: 15 Produkt            Kap: 16 Serviceydelser            SO1: kap 4 Markedskarakteristik, kap 11 Målgruppe, kap 22 Promotion</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>13 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Marketingmix, segmentering og målgruppe
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 18 Pris            Kap: 11 Segmentering og målgruppevalg            Kap: 20 Distribution</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 8 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 1 Markedsanalyse Kap: 2 forretningsmodeller Kap: 3 Den eksterne situation</p> <p>Supplerende stof: Matematik forløb</p> <p>Diverse hjemmesider Diverse artikler Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 9 uger 3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning</p>

[Retur til forside](#)



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Strategisk analyse
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Supplerende stof:            Kap 10.1 Diversifikation, integration og strategisk alliance</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 2 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 7 Købsadfærd på producentmarkedet</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Ca. 8 uger            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: Afsætning 2 af Morten Haase, René Mortensen, Michael Bregendahl, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Internationaliseringsteori – kap 9</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider</p> <p>Diverse artikler</p> <p>informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 34-36.</p> <p>3lektioner af 60 min. pr. uge</p>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Særlige fokuspunkter i nationalt perspektiv kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– identificere, formulere og behandle de afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold og vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle afsætningsøkonomiske forhold</li> <li>– udvælge og anvende it-værktøjer.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet.</p> <p>Casearbejde, informationssøgning</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Segmentering og målgruppe på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: SYSTIME: Afsætning 2 af Morten Haase, René Mortensen, Michael Bregendahl, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Segmentering i internationalt perspektiv – kap 12 Segmentering på producentmarkedet – kap 13</p> <p>Supplerende stof: Diverse hjemmesider Diverse artikler informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 37-43 3lektioner af 60 min. pr. uge</p>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Særlige fokuspunkter i nationalt perspektiv kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– identificere, formulere og behandle de afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold og vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle afsætningsøkonomiske forhold</li> <li>– udvælge og anvende it-værktøjer.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Parametermix i internationalt perspektiv Forløbet er helt eller delvist gennemgået virtuelt
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: SYSTIME: Afsætning 2 af Morten Haase, René Mortensen, Michael Bregendahl, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Marketingmix – kap 17, 19, 21, 23, 24, 25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkt i internationalt perspektiv – kap 17</li> <li>• Pris i internationalt perspektiv – kap 19</li> <li>• International distribution – kap 21</li> <li>• Internationale promotion – kap 23</li> <li>• Marketingmix i internationalt perspektiv – kap 24</li> <li>• Marketingplan – kap 25</li> </ul> <p>Supplerende stof: Diverse hjemmesider Diverse artikler Informationssøgning Løvens Hule Case: Zleep Hotel (med VØ), Nyati</p>
<b>Omfang</b>	Uge 44 - 6 3lektioner af 60 min. pr. uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Særlige fokuspunkter i nationalt perspektiv kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– identificere, formulere og behandle de afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsf forhold og vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle afsætningsøkonomiske forhold</li> <li>– udvælge og anvende it-værktøjer.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Strategi og eksamensforløb Forløbet er helt eller delvist gennemgået virtuelt
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: SYSTIME: Afsætning 2 af Morten Haase, René Mortensen, Michael Bregendahl, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Strategisk planlægning kap 3-4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne forhold kap 3</li> <li>• Strategisk planlægning kap 4</li> </ul> <p>Supplerende stof: Diverse hjemmesider Diverse artikler Informationssøgning Løvens Hule Eksamensforløb – sammenhængende forløb om virksomheden bOBles</p>
<b>Omfang</b>	Uge 8 - 21. 3lektioner af 60 min. pr. uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Særlige fokuspunkter i nationalt perspektiv kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– identificere, formulere og behandle de afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold og vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle afsætningsøkonomiske forhold</li> <li>– udvælge og anvende it-værktøjer.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

[Retur til forside](#)