



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2024 – Juni 2027
Institution	College 360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Katrine Nyholm Søgaard & (Katrine Tuelstrup fra nov. 2024 -feb. 2025)
Hold	Hhx2I 2025

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb:

Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløb 5	Strategi - light
Forløb 6	Købsadfærd & Segmentering, (herunder Positionering & Differentiering)
Forløb 7	Parametermix -light
Forløb 8	Markedsanalyse
Forløb 9	Parametermix
Forløb 10	Segmentering, Målgrupper & Positionering
Forløb 11	Strategisk analyse & Internationalisering light
Forløb 12	Skriftlighed og E-case



Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden• 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet<ul style="list-style-type: none">○ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget
Omfang	8 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid: Done By Deer Sideantal: 32 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">• 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• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse. Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.

Forløb 2	Den interne situation
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• 2. Den interne situation<ul style="list-style-type: none">○ 2.1 Virksomhedskarakteristik○ 2.2 Konkurrencedygtighed○ 2.5 Værdikæder○ 2.6 SW-opstilling Casearbejde om Hansen Flødeis kap 0
Omfang	6 lektioner á 60 minutter



	Sideantal: 36 sider
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

Forløb 3	Den eksterne situation
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 3. Den eksterne situation<ul style="list-style-type: none">○ 3.1 Omverdensmodellen○ 3.2 OT-opstilling
Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 16 sider
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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



	<ul style="list-style-type: none">indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

Forløb 4	Konkurrence- og branche
Indhold	Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">4. Konkurrenceforhold5. Brancheforhold <p>Casearbejde om Air BnB</p>
Omfang	13 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: BOLT energidrik Sideantal: 55 sider
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Den eksterne situation Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): <ul style="list-style-type: none">afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoderanvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaberudarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekstindsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse, og præsentationer foran klassen.



Forløb 5	Strategi <i>light</i>
Indhold	<p>Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 8. Strategi<ul style="list-style-type: none">○ 8.1 SWOT-opstilling○ 8.4 Konkurrencestrategier○ 8.5 Vækststrategier <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Case om DanCake
Omfang	10 lektioner á 60 minutter Sideantal: 14 sider
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Strategi</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse, og præsentationer foran klassen.

Forløb 6	Købsadfærd repetition & Segmentering (herunder specifikt differentiering og positionering)
Indhold	<p>Kernestof: <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• Kap 6 og 11 <p>Klassen er præsenteret for egen købsadfærdsmodel og en model fra den tidligere trojkabog, som omhandler positionering & differentiering. Modellerne bliver vedhæftet det endelige eksamensprojekt.</p> <p>Supplerende stof: Rhanders Handsker</p>



Omfang	10 lektioner á 60 minutter Sideantal: 14 sider
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Segmentering & Målgrupper</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse, og præsentationer foran klassen.

Forløb 8	Parametermix – Produkt & Service produkt
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 14. Marketingmix• 15. Produkt• 16. Serviceydelser <p>Case arbejde: Joe & Juice (Tværgående case nr. 1)</p>
Omfang	12 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: RAINS
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Marketing mix</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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



	<ul style="list-style-type: none">• 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
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse, og præsentationer foran klassen.

Forløb 7	Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 1 Markedsanalyse Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• Opgave omkring Bülow lakrids
Omfang	Der er afholdt 13 lektioner á 60 minutter Aflevering á 4 timers fordybelsestid: Opgave omkring Markedsanalyse Sideantal: 47 sider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• 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 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.
Væsentligste arbejdsformer	Teorien er gennemgået i et mix mellem deduktiv og induktiv undervisning. Løbende er der lavet både pararbejde og case-arbejde i makkerskabsgrupper.

Forløb 8	Parametermix
Indhold	Kernestof:



	<p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none">• 14. Marketingmix• 15. Produkt• 16. Serviceydelser• 18. Pris• 20. Distribution• 22. Promotion <p>Opgave -længere forløb: Gajol shot/ Rittersport. Klassen arbejder med en selvopfundne variant af Gajol shot eller Rittersport. Der arbejdes med de 4 P'er, segmentering & Markedsføring af det ”nye produkt”. Casen ender ud med fremlæggelser på klassen.</p>
Omfang	<p>10 lektioner á 60 minutter (Sideantal: 194 sider) Aflevering af gl. eksamensopgave: Charterbranchen (4 timer)</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestofområde: Marketing mix Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	<p>Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde, med fremlæggelser.</p>

Forløb 9	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none">• 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gallups kompas, tns-gallup.dk• Opgave med ”kender du typen”, hvor grupper fremlagde hver deres familie• TV udsendelser med ”kender du typen.• Egen opgave omkring Gajol



Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 50 sider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• 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
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformer som normalt. Høj grad af autenticitet, elevinddragelse og stilladsering. Længerevarende gruppearbejde, som skulle fremlægges med feedback.

Forløb 10	Strategisk analyse & Internationalisering lighth (repetition af den interne og eksterne situation)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none">• Kap. 8 Strategi• Kap. 9 Internationalisering (minus kultur)• Kap. 10 Strategisk analyse Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">• Udvalgte klip Løvens Hule sæson 11
Omfang	18 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: Convenience produkter
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• 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



	<ul style="list-style-type: none">• 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 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
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Derudover tværfagligt projektarbejde i grupper.

Forløb 11	Skriftlighed & øvelse med fokus på erhvervs-case
Indhold	Øvelse i skriftlighed. Kernestof: opsummering af al den teori som vi har lært i 1. og 2. g Den skriftlige aflevering, samt øvelser fra bogen: SYSTIME: SKRIV ØKONOMISK af Peder Vinther Emdal Hay, Mikkel Brunvold, Brith Vester, Anette Lind & Nils Bøgelund Jensen (iBog)
Omfang	15 lektioner á 60 minutter. Aflevering a 5 timers fordybelsestid: Årsprøven: Bilka- ToGo gl eksamenssæt med nye spørgsmål.
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: <ul style="list-style-type: none">• 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 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, både mundtligt og skriftligt.