

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Sommer 2024
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Kirkegård-Aaboe
Hold	Hhx2b23

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløb 3	Marketingmix – repetition
Forløb 4	Købsadfærd på BtB markedet
Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløbets indhold og fokus	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering Supplerende stof: Casearbejde: 1.4 spørgeskemaundersøgelse Casearbejde: Livsstil – Gallup
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– 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	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Anvendt materiale	Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering og positionering 20 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 8 8.1 – 8.2 SWOT og TOWS

	<p>Kapitel 2, afsnit 2.4 BMC</p> <p>Kapitel 10, afsnit 10.1 Vækststrategier – diversifikation, integration og strategisk alliance</p> <p>Kapitel 9 Internationalisering</p> <p>Opgave om Copenhagen Cartel, Oles gård, Decofarver, MATE, Mads Nørgaard</p> <p>Case: BMC Søstrene Grene</p> <p>Case: JBS</p>
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 – 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	Strategi og internationalisering
Anvendt materiale	<p>Kapitel 8, afsnit 8.1 og 8.2</p> <p>Kapitel 9</p> <p>Kapitel 10, afsnit 10.1</p> <p>22 lektioner á 60 minutter</p>
	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationsøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Marketingmix- repetition
Forløbets indhold og fokus	<p>SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <p>14. Marketingmix</p> <p>15. Produkt</p> <p>16. Serviceydelser</p> <p>18. Pris</p> <p>20. Distribution</p> <p>22. Promotion</p> <p>Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier</p>

	Supplerende stof: Egen opgave omkring Ga-jol/ ny smag
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 -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	Marketingmix
Anvendt materiale	14. Marketingmix 15. Produkt 16. Serviceydelser 18. Pris 20. Distribution 22. Promotion Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier 19 lektioner a 60 minutter
Arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde med fremlæggelser

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Btb-markedet – købsadfærd
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase Kapitel 7 Købsadfærd på producentmarkedet Forskelle konsumentmarkedet og producentmarkedet Delmarkeder på producentmarkedet Købsadfærd på producentmarkedet
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 – 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	Købsadfærd på btb-markedet
Anvendt materiale	Kapitel 7 Købsadfærd på btb-markedet 14 lektioner á 60 minutter. Årsprøve: 5 timer omkring Det danske Kaffemarked
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 13
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 - Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Segmentering på producentmarkedet
Anvendt materiale	Kapitel 13 segmentering på producentmarkedet 4 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning