



Undervisningsbeskrivelse

| | |
|----------------------|------------------|
| Termin | Maj-juni 2026 |
| Institution | College360 |
| Uddannelse | hhx |
| Fag og niveau | Afsætning A |
| Lærer(e) | Nettie Hvam Pape |
| Hold | Hhx21 |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|------------------|--|
| Forløb 1 | Markedsanalyse |
| Forløb 2 | Den interne situation |
| Forløb 3 | Den eksterne situation |
| Forløb 4 | Konkurrenceforhold og brancheforhold |
| Forløb 5 | Købsadfærd |
| Forløb 6 | Strategi og segmentering |
| Forløb 7 | Marketingmiks og parametre |
| Forløb 8 | Større markedsundersøgelse |
| Forløb 9 | Besøg 1: Partnervirksomheden Normal – fokus på virksomheden |
| Forløb 10 | Besøg 2: Partnervirksomheden Normal – lagerbesøg i Vejle Desuden tværfagligt forløb med VØ omkring PBL forløb Tværfagligt projekt med innovation – 4 klasser |
| Forløb 11 | Foredrag med International Furniture – 3. år???????????? |

| | |
|----------------------|---|
| Forløb 12 | Markedsundersøgelse med eget emne - 3. år???????????? |
| Forløb 13 | Tværfagligt projekt med innovation omkring virksomheden Badeanstalten – virksomhedsbesøg og pitch - 3. år???????????? |
| Forløb 14 | Virksomhedsbesøg hos Busch Vakuumteknik - 3. år???????????? |
| Forløb 15 | Internationalisering - 3. år???????????? |
| Forløb 16 | Strategiske analyser - 3. år???????????? |
| Forløb 17 | Segmentering, målgruppe og internationale perspektiv - 3. år???????????? |
| Forløb 18 | Internationale parametre - 3. år???????????? |
| Forløb 19 | Opsummering og eksamensprojekt - 3. år???????????? |

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

| | |
|-----------------------------------|--|
| Forløb 1 | Markedsanalyse |
| Indhold | Arbejde med indsamling af forskellige former for data - markedsanalyser. - "Løvens Hule" - små opgaver - genfortællinger af områder 2-og-2 Grundforløb – Start-up med kap. 2, 3 og 6 – egen virksomhed PADEL-opgave Søstrene Grene |
| Omfang | 8 lektioner / 8 timer |
| Særlige fokuspunkter | Fagmål: 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 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. Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne. |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper. |
| Forløb 2 | Den interne situation |
| Indhold | - case omkring restaurant Flammen - hurtig skrivning - opgave omkring selvvalgt virksomhed til præsentationer - Længere forløb med fokus på de interne forhold i forskellige virksomheder. Opgave omkring Perchs -the-handel kap. 2 + 3 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Omfang | 12 lektioner / 12 timer |
| Særlige fokuspunkter | <p>Fagmål: 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. 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.</p> <p>Kernestof: Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |

| | |
|-----------------------------|---|
| Forløb 3 | Den eksterne situation |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Arbejde videre med selvvalgt virksomhed i projektforbøb - TOMS gruppen kap.3 |
| Omfang | 10 lektioner / 10 timer |
| Særlige fokuspunkter | <p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof:</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper. |
| | |
| Forløb 4 | Konkurrenceforhold og brancheforhold |
| Indhold | - Længere casearbejde med konkurrenceforhold. - Arbejde med resumé af områder - Egen valgte virksomhed – projekt - Bubl.us som opsummering på kapitler |
| Omfang | 18 lektioner / 18 timer |
| Særlige fokuspunkter | Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. 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: Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper. |
| | |
| Forløb 5 | Købsadfærd |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Indhold | <p>Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd</p> <ul style="list-style-type: none"> - både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler. - case omkring bryllupper - hurtig skrivning <ul style="list-style-type: none"> - ”Reklamemand” - ”Min første million” - ”We market” |
| Omfang | 5 lektioner / 5 timer |
| Særlige fokuspunkter | <p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Kernestof:</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |
| Forløb 6 | Strategi og segmentering |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - elevoplæg - caseeksempler - en klasse opgave med Dancake - Legofriends opgave - klasseset - Aflevering om Normal - Urban gym - Fri kreativ opgave med fri fantasi til at bruge hele bogen. |
| Omfang | 10 lektioner / 10 timer |
| Særlige fokuspunkter | <p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |
| Forløb 7 | Marketingmiks |
| Indhold | <p>Online har eleverne arbejdet med en Bellingher case. På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil.</p> <p>Online oplæg.</p> <p>Skriftlig større rapport.</p> |
| Omfang | 22 lektioner / 22 timer |
| Særlige fokuspunkter | <p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne data.</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføljeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p> <p>Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt</p> <p>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |
| Forløb 8 | Større markedsundersøgelse |
| Indhold | Opfølgning med b-pensum teori |
| Omfang | Over en måned |
| Særlige fokuspunkter | Gennemgang af kernestofområder |
| Væsentligste arbejdsformer | Små grupper Individuelt arbejde når teorierne gennemgås. |
| Forløb 9 | Besøg 1: Partnervirksomheden Normal – fokus på virksomheden |
| Indhold | Oplæg, intro til virksomhed, efterarbejde med virksomheden. |
| Omfang | 3 timer |
| Særlige fokuspunkter | Teoretiske begreber |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelt, par og små grupper |
| Forløb 10 | Besøg 2: Partnervirksomheden Normal – fokus på lager i Vejle |
| Indhold | Oplæg |
| Omfang | 3 timer |
| Særlige fokuspunkter | Teoretiske begreber |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelt |
| Forløb 11 | Foredrag med International Furniture |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | |
| Indhold | Oplæg |
| Omfang | 2 timer |
| Særlige fokuspunkter | Teoretiske begreber |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelt |
| Forløb 12 | Markedsundersøgelse med eget emne |
| Indhold | Kernestofområder omkring markedsundersøgelse |
| Omfang | 3 uger |
| Særlige fokuspunkter | Kapitel 1 i bogen |
| Væsentligste arbejdsformer | Par |
| Forløb 13 | Tværfagligt projekt med innovation omkring virksomheden Badeanstalten – virksomhedsbesøg og pitch |
| Indhold | At arbejde tværfagligt med innovationsbegreber og afsætningsmodeller |
| Omfang | 1 måned |
| Særlige fokuspunkter | Parametermix |
| Væsentligste arbejdsformer | Små grupper og pitch til virksomheden |
| Forløb 14 | Virksomhedsbesøg hos Busch Vakuumteknik |
| Indhold | Besøg hos virksomheden |
| Omfang | 3 timer |
| Særlige fokuspunkter | Teoretiske begreber |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelt |
| Forløb 15 | Internationalisering |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Skrevet resumé af kapitler omkring internationalisering i bogen. - Case omkring virksomheden ”Sprout.” - Øve eksamensartikler <p>Kernestof: Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | |
| Omfang | 5. semester |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| Forløb 16 | Strategiske analyser |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Kapitler i bogen er gennemgået på skift af eleverne (også som opsummering). - Elever i lærerrollen - Cases - STATE aflevering - Watery case |
| Omfang | 5. semester |
| Særlige fokuspunkter | <p>Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier</p> <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |
| Forløb 17 | Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Skriveøvelser omkring Wish. - Spilleuge med forskellige hjemmelavede spil og elevudarbejde spil. |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Kryds & tværs - Kahoot - Jeopardy øvelser |
| Omfang | 5. semester |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt.</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p> |
| | |
| Forløb 18 | Internationale parametre |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Større og længerevarende arbejde med artikler – individuelt - Summerbird - Inddragelse af internationale parametre. - Coffee Lab |
| Omfang | 5. semester |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | Større casegrupper. |
| | |
| Forløb 19 | Opsummering og eksamensprojekt |
| Indhold | <ul style="list-style-type: none"> - Virksomhedsbesøg hos Bilernes Hus - Eksamensprojekt – fordybelse – Bilernes Hus - Opsummering af teori via avisartikler og kryds & tværs. - Øve eksamensartikler |
| Omfang | 6. semester |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: 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</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper. |