

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj-Juni 2025
Institution	College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Katrine Tuelstrup
Hold	HHX1B

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation - Økonomisk Grundforløb
Forløb 2	Konkurrence- og Brancheforhold
Forløb 3	Promotion
Forløb 4	Strategi (light)
Forløb 5	Marketing mix (produkt, pris, distribution)
Forløb 6	Serviceydelser, incl. oplevelsesøkonomi

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation - Økonomisk Grundforløb
Forløbets indhold og fokus	Kap 0: Introduktion til Afsætning (31 ns) Kap 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet (11,5 ns) (kap. 6.1. om SOR-modellen undtaget) Kap 2 Den interne situation (25,4 ns) Kap 3: Den eksterne situation (24,1 ns) (kap. 3.3 og 3.4 undtaget)
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	Introduktion på tværs af flere kernestofområder – Købsadfærd på business-to-consumer markedet – Den interne situation: ○ 2.1 Virksomhedskarakteristik ○ 2.2 Konkurrencedygtighed ○ 2.3 Forretningsmodeller ○ 2.4 Business Model Canvas ○ 2.5 Værdikæder ○ 2.6 SW-opstilling Den eksterne situation: ○ 3.1 Omverdensmodellen ○ 3.2 OT-opstilling
Anvendt materiale.	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 Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning Case virksomhed: Starbucks Antal sider: 92 ns

	18 lektioner á 60 min Fordybelsestid 0/13 Dette forløb er gennemgået i grundforløbet og repeteret efterfølgende. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.
Arbejdsformer	Introduktion til faget – også induktivt med udgangspunkt i elevernes fritidsarbejde i forskellige typer virksomheder. Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Forløbet afsluttes med første projekt med en dertilhørende præsentation.

Forløb 2	Konkurrence- og Brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Kap 4: Konkurrenceforhold (27,9 ns) Kap 5: Brancheforhold (18,3 ns)
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 – 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
Kernestof	– Konkurrenceforhold: ○ 4.1 Markedskarakteristik ○ 4.2 Konsument- og producentmarkedet ○ 4.3 Konkurrentidentifikation ○ 4.4 Markedsandel og præferencer ○ 4.5 Konkurrencemæssige positioner ○ 4.6 Konkurrentanalyse Brancheforhold: ○ 5.1 Branchekarakteristik ○ 5.2 Brancheanalyse

Anvendt materiale.	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 Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning, herunder Euromonitor GMID-rapporter og Virk.dk Case virksomhed: Centreret omkring måltidskasser Antal sider: 46,2 ns 15 lektioner á 60 min Fordybelsestid 4/10 (Kathrine Andersen Chokolade)
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner og mindre afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Der har desuden været fokus på relations opbygning elever og lærer imellem, idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.

Forløb 3	Promotion
Forløbets indhold og fokus	Kap 22: Promotion (38,2 ns)
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 – 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
Kernestof	– Promotion; kommunikationsmodeller, online og offline marketing: ○ 22.1 Organisering af promotion aktiviteter

	○ 22.2 Promotion budskab og storytelling (herunder AIDAE-modellen, USP og ESP) ○ 22.3 Massekommunikation ○ 22.4 Direct marketing ○ 22.5 Online promotion
Anvendt materiale.	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 Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Opgaver: Centreret omkring cykler, Danish Crown på Smukfest, elevers egne sign-up til nyhedsbreve, loyalitetsprogrammer mv. Antal sider: 38,2 ns 10 lektioner á 60 min Fordybelsestid 0/10
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner og mindre afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Gennemgående med høj elevinddragelse og præsentationer foran klassen.

Forløb 4	Strategi (light)
Forløbets indhold og fokus	Kap 8: Strategi (kap. 8.6. om Bowmans strategiske ur undtaget) (23,0 ns)
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 – 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
Kernestof	– Hurtig introduktion til begreberne

	○ 8.1 SWOT-opstilling ○ 8.2 TOWS-matrix (kun arbejdet med én opgave: Carlsberg) ○ 8.3 Mission, vision og værdier ○ 8.4 Konkurrencestrategier ○ 8.5 Vækststrategier (light gennemgang)
Anvendt materiale.	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 Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Case virksomheder: Carletti, Carlsberg, H&M Antal sider: 23,0 ns 5 lektioner á 60 min Fordybelsestid 5/10 (Rynkeby Foods)
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner og mindre afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Gennemgående med høj elevinddragelse og præsentationer foran klassen.

Forløb 5	Marketingmix
Forløbets indhold og fokus	Kap 14: Marketingmix (13 ns) Kap 15: Produkt (8,2 ns) Kap 18: Pris (20,5 ns) Kap 20: Distribution (7,2 ns)
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 – 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

Kernestof	– Introduktion på tværs af flere kernestofområder og med fokus på de 4 P'er i Marketing Mixet (Promotion gennemgået i et særskilt forløb tid tidligere): ○ Produkt ○ Pris ○ Distribution
Anvendt materiale.	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 Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Dansk Industri: E-handelstracker 2024 Case virksomheder: Kastberg Is, Hatting Brød, Skousen Antal sider: 48,9 ns 29 lektioner á 60 min Fordybelsestid 1/10 (Errant Sneakers)
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klasses Diskussioner og mindre afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Gennemgående med høj elevinddragelse og præsentationer foran klassen.

Forløb 6	Serviceydelser
Forløbets indhold og fokus	Kap 16: Serviceydelser (18 ns)
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 – 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
Kernestof	– Introduktion på tværs af flere kernestofområder og med fokus på de 4 P'er i Marketing Mixet (Promotion gennemgået i et særskilt forløb tid tidligere): ○ Produkt ○ Pris ○ Distribution
Anvendt materiale.	Kernestof: Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Case virksomheder: Hoteller, campingpladser, cirkus Antal sider: 18,0 ns 4 lektioner á 60 min Fordybelsestid 0/1
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner og mindre afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip. Gennemgående med høj elevinddragelse og præsentationer foran klassen.