



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-juni 2025
Institution	College360
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Nettie Hvam Pape
Hold	Hhx3k

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	Oplæg ved Josefine fra Løvens Hule
Forløb 9	Besøg 1: Grundfos – fokus på sprog og marketing
Forløb 10	Besøg 2: Grundfos – fokus på innovation og ledelse
Forløb 11	Strategiopgave med Watery – 3. år

Forløb 12	TEMU - 3. år
Forløb 13	Tværfagligt projekt med innovation omkring virksomheden ”TO GO Biksen” – virksomhedsbesøg og pitch - 3. år
Forløb 14	Tværfagligt projekt med innovation omkring ”min første million” - 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	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. Kernestof: Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.

Forløb 3	Den eksterne situation
Indhold	- Arbejde videre med selvvalgt virksomhed i projektforsløb - TOMS gruppen kap.3
Omfang	10 lektioner / 10 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: 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	Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd - både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler. - case omkring bryllupper - hurtig skrivning - ”Reklamemand” - ”Min første million” - ”We market”
Omfang	5 lektioner / 5 timer
Særlige fokuspunkter	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. Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber. Kernestof: 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 6	Strategi og segmentering
Indhold	-elevoplæg - caseeksempler - en klasse opgave med Dancake - Legofriends opgave - klassetest - Aflevering om Normal - Urban gym - Fri kreativ opgave med fri fantasi til at bruge hele bogen.
Omfang	10 lektioner / 10 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: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 7	Marketingmiks
Indhold	Online har eleverne arbejdet med en Bellinger case. På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil. Online oplæg. Skriftlig større rapport.
Omfang	22 lektioner / 22 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: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder

	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne data. 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 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
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 8	Oplæg i Auditoriet på tværs med Josefine fra Løvens Hule
Indhold	Opfølgning med b-pensum teori
Omfang	Over hele 2. år
Særlige fokuspunkter	Gennemgang af kernestofområder
Væsentligste arbejdsformer	Små grupper Individuelt arbejde når teorierne gennemgås.
Forløb 9	Besøg 1: Grundfos – fokus på sprog og marketing
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: Grundfos – innovation og ledelse
Indhold	Oplæg
Omfang	2 timer
Særlige fokuspunkter	Teoretiske begreber
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt

Forløb 11	Strategi i Watery
Indhold	Oplæg
Omfang	2 timer
Særlige fokuspunkter	Teoretiske begreber
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt
Forløb 12	TEMU
Indhold	Kernestofområder omkring markedsundersøgelse
Omfang	3 uger
Særlige fokuspunkter	A stof i bogen
Væsentligste arbejdsformer	Par
Forløb 13	Tværfagligt projekt med innovation omkring virksomheden ”TO GO Biksen” – 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	Tværfagligt projekt med innovation ”Min første million”
Indhold	Bygger på DR udsendelsen og indeholder diverse udfordringer
Omfang	3 timer
Særlige fokuspunkter	Teoretiske begreber
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt
Forløb 15	Internationalisering
Indhold	- Skrevet resumé af kapitler omkring internationalisering i bogen. - Case omkring virksomheden ”Sprout.” - Øve eksamensartikler Kernestof: Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller

Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	- At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 16	Strategiske analyser
Indhold	- 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	Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 17	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Indhold	- Skriveøvelser omkring Wish.

	- Spilleuge med forskellige hjemmelavede spil og elevudarbejde spil. - Kryds & tværs - Kahoot - Jeopardy øvelser
Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	- At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker Kernestof: Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt.
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 18	Internationale parametre
Indhold	- Større og længerevarende arbejde med artikler – individuelt - Summerbird - Inddragelse af internationale parametre. - Coffee Lab
Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	- At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker Kernestof: Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde.

	Større casegrupper.
Forløb 19	Opsummering og eksamensprojekt
Indhold	- Virksomheden Hummel (er uddybet særskilt)
Omfang	6. semester
Særlige fokuspunkter	- At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker 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
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.