

# Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	2023-24
<b>Institution</b>	College360
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Martin Lykke Bach (MLB - College360)
<b>Hold</b>	hhx2i23 fra Forløb 5 (hhx1i22s Forløb 1 - 4)

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<b>Forløb 1</b>	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation
<b>Forløb 2</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Forløb 3</b>	Strategi
<b>Forløb 4</b>	Marketingmix (Produkt, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Promotion, Distribution)
<b>Forløb 5 fra au- gust 2023</b>	Repetition af interne og eksterne forhold
<b>Forløb 6</b>	Markedsanalyse
<b>Forløb 7</b>	Pris
<b>Forløb 8</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Forløb 9</b>	Strategiske analyse
<b>Forløb 10</b>	Internationalisering

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 1</b>	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 0: Introduktion til Afsætning (GF) Kap 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet Kap 2 Den interne situation Kap 3: Den eksterne situation
<b>Faglige mål</b>	– 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
<b>Kernestof</b>	Introduktion på tværs af flere kernestofområder Den interne situation – Værdikæder Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt – Købsadfærd på business-to-consumer markedet
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 102 /procent) Tid 20/85 timer Fordybelsestid 3/13
<b>Arbejdsformer</b>	Introduktion til faget – også induktivt med udgangspunkt i elevernes fritidsarbejde Virksomhedstyper Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 2</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 4: Konkurrenceforhold Kap 5: Brancheforhold
<b>Faglige mål</b>	– 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"> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation – Branche- og konkurrenceforhold
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 40 Tid 22/85 timer Fordybelsestid 4/13 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassesidkussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 3</b>	Strategi
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 8: Strategi
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning

	<p>Antal sider: 25  Tid 13/85 timer  Fordybelsestid 0/13 timer</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer.  En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
<b>Forløb 4</b>	Marketingmix (Produkt, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Promotion, Distribution)
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Kap 14: Marketingmix  Kap 15: Produkt  Kap 16: Serviceydelser  Kap 22: Promotion  Kap 20 Distribution</p>
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<p>Marketingmix  – Marketingmixet nationalt vedr. Produkt, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Promotion, Distribution</p>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen,  Birte Ravn Østergaard (iBog)y</p> <p>Supplerende stof:  Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler  Informationssøgning</p> <p>Antal sider: 103  Tid 30/85 timer  Fordybelsestid 6/13 timer</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer.  En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>

<b>Forløb 5</b>	Repetition af interne og eksterne forhold
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 2 Den interne situation Kap 3: Den eksterne situation
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>– Værdikæder</li> <li>– Forretningsmodeller</li> </ul> Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>– Omverdensforhold nationalt</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 68 (repetition) Tid 8/88 timer Fordybelsestid 0/18 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 6</b>	Markedsanalyse
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Induktiv opstartsopgave om målgrupper og markedsanalyse Kap 1 Markedsanalyse
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</li> <li>– Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y</p> <p>Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning</p> <p>Antal sider: 34 Tid 12/88 timer Fordybelsestid 0/18 timer</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
<b>Forløb 7</b>	Pris
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 18 Pris
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>

<b>Kernestof</b>	Marketingmix – Marketingmixet nationalt vedr. Pris
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 25 Tid 8/88 timer Fordybelsestid 0/18 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassesidkussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 8</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Faglige mål</b>	– 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
<b>Kernestof</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 32 Tid 8/88 timer

	Fordybelsestid 3/18 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassesidiskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 9</b>	Strategiske analyser
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 10 Strategiske analyser
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	Strategi <b>Porteføljeanalyser</b> – Forretningsmodeller <b>Blue Ocean</b> Digitale strategier <b>Corporate Social Responsibility (CSR)</b> <b>Economic, social and governance (ESG)</b> Intensiveringsstrategier via Ansoff <b>Integrationsstrategier</b> <b>Strategiske alliancer</b> <b>Diversifikation</b>
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 34 Tid 20/88 timer Fordybelsestid 6/18 timer



<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
<b>Forløb 10</b>	Internationalisering
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Kap 9 Internationalisering
<b>Faglige mål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>- fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	Internationalisering <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kulturelle forhold</li> <li>– Markedsudvælgelse</li> <li>– Internationaliseringsmodeller</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	SYSTIME: MARKETINg af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)y  Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning  Antal sider: 50 Tid 32/88 timer Fordybelsestid 9/18 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.