



# Undervisningsbeskrivelse

|                      |                  |
|----------------------|------------------|
| <b>Termin</b>        | Maj-juni 2026    |
| <b>Institution</b>   | College360       |
| <b>Uddannelse</b>    | hhx              |
| <b>Fag og niveau</b> | Afsætning A      |
| <b>Lærer(e)</b>      | Nettie Hvam Pape |
| <b>Hold</b>          | Hhx31            |

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Forløb 1</b>  | Markedsanalyse   |
| <b>Forløb 2</b>  | Den interne situation  |
| <b>Forløb 3</b>  | Den eksterne situation   |
| <b>Forløb 4</b>  | Konkurrenceforhold og brancheforhold   |
| <b>Forløb 5</b>  | Købsadfærd   |
| <b>Forløb 6</b>  | Strategi og segmentering   |
| <b>Forløb 7</b>  | Marketingmiks og parametre   |
| <b>Forløb 8</b>  | Samarbejde med Biografen omkring case og virksomhedsbesøg.   |
| <b>Forløb 9</b>  | Besøg 1: Silkeborg Business – fokus på ledelse og marketing  |
| <b>Forløb 10</b> | Besøg 2: Silkeborg Business – fokus på innovation, VØ og ledelse<br>Besøg 3: Silkeborg Business – fokus på ledelse |
| <b>Forløb 11</b> | Tværfagligt forløb med innovation omkring virksomheden ”TO GO biksen” med besøg, pitch og virksomhedsoplæg         |

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>Forløb<br/>12</b> | Tværfagligt projekt med innovation omkring ”min første million” - 3. år             |
| <b>Forløb<br/>13</b> | Virksomhedsbesøg hos Silkeborg Business – 4. besøg omkring ledelse og markedsføring |
| <b>Forløb<br/>14</b> | Oplæg og løsningsproces omkring Silkeborg Caminoen - virksomhedsbesøg               |
| <b>Forløb<br/>15</b> | Internationalisering  |
| <b>Forløb<br/>16</b> | Strategiske analyser  |
| <b>Forløb<br/>17</b> | Segmentering, målgruppe og internationale perspektiv                                |
| <b>Forløb<br/>18</b> | Internationale parametre  |
| <b>Forløb<br/>19</b> | Opsummering og eksamensprojekt  |

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Forløb 1</b>                   | <b>Markedsanalyse</b>  |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Arbejde med indsamling af forskellige former for data - markedsanalyser.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Løvens Hule"</li> <li>- små opgaver</li> <li>- genfortællinger af områder 2-og-2</li> </ul> <p>Grundforløb – Start-up med kap. 2, 3 og 6 – egen virksomhed<br/>PADEL-opgave<br/>Søstrene Grene</p>   |
| <b>Omfang</b>                     | 8 lektioner / 8 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/>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 samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof:<br/>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder.<br/>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne.</p> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>  |
| <b>Forløb 2</b>                   | <b>Den interne situation</b>   |
| <b>Indhold</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- case omkring restaurant Flammen</li> <li>- hurtig skrivning</li> <li>- opgave omkring selvvalgt virksomhed til præsentationer</li> <li>- Længere forløb med fokus på de interne forhold i forskellige virksomheder.</li> </ul> <p>Opgave omkring Perchs -the-handel kap. 2 + 3</p>  |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Omfang</b>                     | 12 lektioner / 12 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/> Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.<br/> Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.<br/> Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.<br/> Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.<br/> Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.<br/> Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof:<br/> Den interne situation: Værdikæder<br/> Den interne situation: Porteføljeanalyser<br/> Den interne situation: Forretningsmodeller</p> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>   |
|                                   |   |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Forløb 3</b>             | <b>Den eksterne situation</b>   |
| <b>Indhold</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbejde videre med selvvalgt virksomhed i projektføreløb</li> <li>- TOMS gruppen kap.3</li> </ul>  |
| <b>Omfang</b>               | 10 lektioner / 10 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b> | <p>Fagmål:<br/> 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<br>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold<br>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelle opgaver.<br>Par arbejde.<br>Større casegrupper.   |
|                                   |  |
| <b>Forløb 4</b>                   | <b>Konkurrenceforhold og brancheforhold</b>  |
| <b>Indhold</b>                    | - Længere casearbejde med konkurrenceforhold.<br>- Arbejde med resumé af områder<br>- Egen valgte virksomhed – projekt<br>- Bubl.us som opsummering på kapitler  |
| <b>Omfang</b>                     | 18 lektioner / 18 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Fagmål:<br>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.<br><br>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.<br><br>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.<br><br>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.<br><br>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.<br><br>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.<br><br>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.<br><br>Kernestof:<br>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelle opgaver.<br>Par arbejde.<br>Større casegrupper.   |
|                                   |  |
| <b>Forløb 5</b>                   | <b>Købsadfærd</b>  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Indhold</b>                    | <p>Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler.</li> <li>- case omkring bryllupper</li> <li>- hurtig skrivning <ul style="list-style-type: none"> <li>- ”Reklamemand”</li> <li>- ”Min første million”</li> <li>- ”We market”</li> </ul> </li> </ul>   |
| <b>Omfang</b>                     | 5 lektioner / 5 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/>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> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>  |
|                                   |  |
| <b>Forløb 6</b>                   | <b>Strategi og segmentering</b>  |
| <b>Indhold</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- elevoplæg</li> <li>- caseeksempler</li> <li>- en klasse opgave med Dancake</li> <li>- Legofriends opgave</li> <li>- klasseset</li> <li>- Aflevering om Normal</li> <li>- Urban gym</li> <li>- Fri kreativ opgave med fri fantasi til at bruge hele bogen.</li> </ul>  |
| <b>Omfang</b>                     | 10 lektioner / 10 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/>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:<br/> Strategi: Mission, vision og værdier<br/> Strategi: Konkurrencestrategier<br/> Strategi: Vækststrategier<br/> Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p>  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>   |
|                                   |   |
| <b>Forløb 7</b>                   | <b>Marketingmiks</b>  |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Online har eleverne arbejdet med en Bellingher case.<br/> På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil.</p> <p>Online oplæg.</p> <p>Skriftlig større rapport.</p>   |
| <b>Omfang</b>                     | 22 lektioner / 22 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/> Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt.<br/> 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:<br/> 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> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>  |
|                                   |  |
| <b>Forløb 8</b>                   | <b>Samarbejde med Biografen omkring case og virksomhedsbesøg.</b>  |
| <b>Indhold</b>                    | Opfølgning med b-pensum teori  |
| <b>Omfang</b>                     | Over hele 2. år  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Gennemgang af kernestofområder   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Små grupper<br>Individuelt arbejde når teorierne gennemgås.  |
| <b>Forløb 9</b>                   | Besøg 1: Silkeborg Business – fokus på innovation og ledelse.  |
| <b>Indhold</b>                    | Oplæg, intro til virksomhed, efterarbejde med virksomheden.  |
| <b>Omfang</b>                     | 3 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Teoretiske begreber  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelt, par og små grupper  |
| <b>Forløb 10</b>                  | Besøg 2: Silkeborg Business – fokus på marketing, VØ, innovation og ledelse  |
| <b>Indhold</b>                    | Oplæg  |
| <b>Omfang</b>                     | 2 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Teoretiske begreber  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelt  |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Forløb 11</b>                  | Tværfagligt forløb med innovation omkring virksomheden ”TO GO biksen” med besøg, pitch og virksomhedsoplæg  |
| <b>Indhold</b>                    | Oplæg   |
| <b>Omfang</b>                     | 2 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Teoretiske begreber   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelt   |
| <b>Forløb 12</b>                  | Tværfagligt projekt med innovation ”Min første million”   |
| <b>Indhold</b>                    | Bygger på DR udsendelsen og indeholder diverse udfordringer   |
| <b>Omfang</b>                     | Gennem hele 3. år i perioder  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Alle kernestofområder   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individ, par, små grupper og større grupper   |
| <b>Forløb 13</b>                  | Virksomhedsbesøg hos Silkeborg Business – 4. besøg omkring ledelse og markedsføring   |
| <b>Indhold</b>                    | Lederformer, konflikthåndtering, markedsføring  |
| <b>Omfang</b>                     | 2 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Marketingmix  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Oplæg   |
| <b>Forløb 14</b>                  | Oplæg og løsningsproces omkring Silkeborg Caminoen - virksomhedsbesøg   |
| <b>Indhold</b>                    | Besøg af virksomhed i klassen   |
| <b>Omfang</b>                     | 3 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Teoretiske begreber   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Par   |
| <b>Forløb 15</b>                  | <b>Internationalisering</b>   |
| <b>Indhold</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Skrevet resumé af kapitler omkring internationalisering i bogen.</li> <li>- Case omkring virksomheden ”Sprout.”</li> <li>- Øve eksamensartikler</li> </ul> <p>Kernestof:<br/> Internationalisering: Kulturelle forhold<br/> Internationalisering: Markedsudvælgelse<br/> Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> |

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

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

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
|                                   | Større casegrupper.   |
| <b>Forløb 19</b>                  | <b>Opsummering og eksamensprojekt</b>   |
| <b>Indhold</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Virksomhedsbesøg løbende i ”Min første million”</li> <li>- Eksamensprojekt – fordybelse – 3 udfordringer</li> <li>- Opsummering af teori via kernestof.</li> <li>- Øve eksamensartikler</li> </ul>   |
| <b>Omfang</b>                     | 6. semester   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul> <p>Kernestof:<br/> Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder<br/> Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne<br/> Den interne situation: Værdikæder<br/> Den interne situation: Porteføljeanalyser<br/> Den interne situation: Forretningsmodeller<br/> Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt<br/> Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold<br/> Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder<br/> Strategi: Mission, vision og værdier<br/> Strategi: Konkurrencestrategier<br/> Strategi: Vækststrategier<br/> Internationalisering: Kulturelle forhold<br/> Internationalisering: Markedsudvælgelse<br/> Internationalisering: Internationaliseringsmodeller<br/> Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt<br/> Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt<br/> Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Individuelle opgaver.<br>Par arbejde.<br>Større casegrupper.  |