

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	August 2022 – Juni 2025
Institution	College 360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Louise Hasselgaard Tellefsen & Katrine Nyholm Søgaard
Hold	Hhx2j

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Forløb 2	Den interne situation -light
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløb 5	Parametermix
Forløb 6	Strategi -light
Forløb 7	Markedsanalyse
Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 9	Strategisk analyse & Internationalisering light (& repetition af interne + eksterne forhold)
Forløb 10	Parametermix -opsummering
Forløb 11	Øvelser på skriftlighed & Erhvervs-case
Forløb 12	Købsadfærd B2B & repetition af købsadfærd B2B

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Købsadfærd B2C -Grundforløb
Forløbets indhold og fokus	<p>Gennemgået i grundforløbet. Eleverne har derfor ikke alle haft samme lærer og dermed didaktisk tilgang. Alle klasser har dog gennemgået samme kernestof.</p> <p>Fokus på introduktion til fagets indhold, metoder og didaktik. Der er fokus på at vække elevernes nysgerrighed og undren.</p>
Faglige mål	<p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis altid med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Der er desuden arbejdet meget på relations dannelse, både lærer-elev relationen og eleverne imellem.</p>
Kernestof	Købsadfærd på B2C-markedet
Anvendt materiale.	<p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden • 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet <ul style="list-style-type: none"> ◦ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget <p>8 lektioner á 60 minutter Sideantal: 28,5 sider</p>
Arbejdsformer	<p>Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse.</p> <p>Brug af disse digitale medier:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Padlet • Jamboard • Storyboardthat.com (tegneserie) • Find2learn • Quiz og byt

Forløb 2	Den interne situation - light
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb har fokus været rettet mod værdikæder for alle virksomhedstyper. Der er arbejdet med eksempler fra Hansen Flødeis samt elevernes egne eksempler. Idet forløbet er placeret så tidligt i faget er der arbejdet meget med elevernes egne eksempler for at få bedst mulig elevinddragelse og motivation for faget fremover.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis altid med alle): <ul style="list-style-type: none"> • 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	Den interne situation
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 <ul style="list-style-type: none"> • 2. Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> ○ 2.2 Konkurrencedygtighed ○ 2.5 Værdikæder ○ 2.6 SW-opstilling Casearbejde om Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale. 5 lektioner á 60 minutter Sideantal: 36 sider
Arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

Forløb 3	Den eksterne situation - light
Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Se indhold under materiale.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: <ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder

	<ul style="list-style-type: none"> • 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	Den eksterne situation.
Anvendt materiale.	<p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3. Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> ○ 3.1 Omverdensmodellen ○ 3.2 OT-opstilling <p>Casearbejde med selvvalgt virksomhed 7 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid Sideantal: 16 sider.</p>
Arbejdsformer	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	<p>Se indhold under materiale.</p> <p>Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.</p>
Faglige mål	<p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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	Den eksterne situation.
Anvendt materiale.	<p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4. Konkurrenceforhold • 5. Brancheforhold <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case om Netflix • Arbejde med udvalgte cases fra Silkeborg gågade (introduktion til egen informationsindsamling) <p>14 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid. Sideantal: 55 sider</p>
Arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 5	Parametermix
Forløbets indhold og fokus	<p>Se indhold under materiale.</p> <p>SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked.</p> <p>Virksomhedsoplæg fra Muscle House om promotion. Virksomhedsbesøg hos Muscle House butik på Nørrebro. Virksomhedsoplæg fra Errant om iværksætter, differentiering og opbygning af parametermix, herunder udfordringer hermed.</p>
Faglige mål	<p>Faglige mål særligt i fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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	Marketingmix.
Anvendt materiale.	<p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14. Marketingmix • 15. Produkt • 16. Serviceydelser • 18. Pris • 20. Distribution • 22. Promotion <p><i>Markedskommunikation</i>, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6-6.3 Digitale reklamemedier <p>39 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid Sideantal: 164 sider</p>
Arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 6	Strategi <i>light</i>
Forløbets indhold og fokus	<p>Se indhold under materiale.</p> <p>Fokus på at samle op på hele 1g. Således knyttes der tråde mellem analyser, SWOT og strategi.</p>
Faglige mål	<p>Faglige mål særligt i fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.
Kernestof	Strategi
Anvendt materiale.	Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none"> • 8. Strategi <ul style="list-style-type: none"> ○ 8.1 SWOT-opstilling ○ 8.4 Konkurrencestrategier ○ 8.5 Vækststrategier <p>8 lektioner á 60 minutter Afleveringsopgave med 2 timers fordybelsestid. Sideantal: 14,5 sider</p>
Arbejdsformer	Som tidligere. Eleverne har arbejdet meget analogt med forskellige post-its som de har flyttet mellem analyser, SWOT, vækststrategier osv. Dette har skabt en tydelig forståelse for modellernes sammenhænge.

Forløb 7	Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 1 Markedsanalyse <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opgave omkring Bülow lakrids
Omfang	Der er afholdt 13 lektioner á 60 minutter Aflevering á 4 timers fordybelsestid: Too Good To Go (fra systime) Sideantal: 47 sider
Særlige fokuspunkter	Tværfaglighed med matematik (lovpligtigt) Anvendelse af matematik i praksis, altså anvendelse af matematik i et marketing-perspektiv <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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 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

	<ul style="list-style-type: none"> • udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Væsentligste arbejdsformer	Teorien er gennemgået i et mix mellem deduktiv og induktiv undervisning. Løbende er der lavet både pararbejde og case-arbejde i makkerskabsgrupper.

Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gallups kompas, tns-gallup.dk • Opgave med ”kender du typen”, hvor grupper fremlagde hver deres familie • TV udsendelser med ”kender du typen.
Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 50 sider
Særlige fokus-punkter	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformer som normalt. Høj grad af autencitet, elevinddragelse og stilladsering. Længerevarende gruppearbejde, som skulle fremlægges med feedback.

Forløb 9	Repetition af Parametermix
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systeme, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14. Marketingmix • 15. Produkt • 16. Serviceydelser

	<ul style="list-style-type: none"> • 18. Pris • 20. Distribution • 22. Promotion <p><i>Markedskommunikation</i>, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6-6.3 Digitale reklamemedier <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Egen opgave omkring Gajol/ ny smag. • Film: The Joneses -spillefilm omkring Stealth-marketing & Product placement
Omfang	10 lektioner á 60 minutter (Sideantal: 194 sider)
Særlige fokus-punkter	<p>Kernestofområde: Marketing mix</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde, med fremlæggelser.

Forløb 10	Strategisk analyse & Internationalisering lighth (repetition af den interne og eksterne situation)
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 8 Strategi • Kap. 9 Internationalisering (minus kultur) • Kap. 10 Strategisk analyse <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udvalgte klip Løvens Hule
Omfang	18 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: Zleep Hotel

Særlige fokus-punkter	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Derudover tværfagligt projektarbejde i grupper.

Forløb 11	Skriftlighed & øvelse med fokus på erhvervs-case
Indhold	<p>Øvelse i skriftlighed.</p> <p>Kernestof: opsummering af al den teori som vi har lært i 1. og 2. g</p> <p>Den skriftlige aflevering, samt øvelser fra bogen:</p> <p>SYSTIME: SKRIV ØKONOMISK af Peder Vinther Emdal Hay, Mikkel Brunvold, Brith Vester, Anette Lind & Nils Bøgelund Jensen (iBog)</p>
Omfang	<p>15 lektioner á 60 minutter.</p> <p>Aflevering a 5 timers fordybelsestid: Tinderbox/ Musik Festival (gl. eksamenscase)</p>
Særlige fokus-punkter	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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, både mundtligt og skriftligt.

Forløb 11	Købsadfærd B2B (& repetition af Købsadfærd på B2C)
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 7 Købsadfærd på producentmarkedet • Kap 6 Købsadfærd på Konsumentmarkedet <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caseopgave omkring Månsson • Caseopgave omkring Kirppu loppesupermarked
Omfang	<p>Der er afholdt 17 lektioner á 60 minutter.</p> <p>Årsprøve: 5 timer omkring Det danske Kaffemarked</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Skildring mellem B2B og B2C</p> <p>Perspektivering til købsadfærd på B2C</p> <p>Repetition af markedsanalyse</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
Væsentligste arbejdsformer	<p>Der er arbejdet med samme arbejdsformer som i den resterende del af undervisningen med fokus på høj grad af autencitet og elevinddragelse.</p>