

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	2023-24
Institution	College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Martin Lykke Bach (MLB - College360)
Hold	hhx1j23s

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation
Forløb 2	Konkurrenceforhold
Forløb 3	Strategi
Forløb 4	Marketingmix (Promotion, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Produkt)
Forløb 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning, købsadfærd, intern og ekstern situation
Forløbets indhold og fokus	Kap 0: Introduktion til Afsætning (GF) Kap 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet Kap 2 Den interne situation Kap 3: Den eksterne situation
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
Kernestof	Introduktion på tværs af flere kernestofområder Den interne situation – Værdikæder Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt – Købsadfærd på business-to-consumer markedet
Anvendt materiale.	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 20/83 timer Fordybelsestid 3/13
Arbejdsformer	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.
Forløb 2	Konkurrence- og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Kap 4: Konkurrenceforhold Kap 5: Brancheforhold
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

	<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 – Konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning Antal sider: 24 Tid 10/83 timer Fordybelsestid 4/13 timer
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassesidkussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
Forløb 3	Strategi
Forløbets indhold og fokus	Kap 8: Strategi
Faglige mål	<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 og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	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 13/83 timer Fordybelsestid 0/13 timer</p>
Arbejdsformer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
Forløb 4	Marketingmix (Promotion, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Produkt)
Forløbets indhold og fokus	<p>Kap 14: Marketingmix Kap 15: Produkt Kap 16: Serviceydelser Kap 22: Promotion</p>
Faglige mål	<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 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
Kernestof	<p>Marketingmix – Marketingmixet nationalt vedr. Produkt, Service inkl. Oplevelsesøkonomi, Promotion</p>
Anvendt materiale.	<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 30/83 timer Fordybelsestid 3/13 timer</p>
Arbejdsformer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
Forløb 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløbets indhold og fokus	Kap 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering

Faglige mål	<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 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
Kernestof	<p>Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet</p> <p>– Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt</p>
Anvendt materiale.	<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: 32 Tid 10/83 timer Fordybelsestid 3/13 timer</p>
Arbejdsformer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer.</p> <p>En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>