

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	2025-26
Institution	College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Martin Lykke Bach (MLB - College360), Louise Hasselgaard Tellefsen (LOH – College360)
Hold	hhx2d25 fra Forløb 7 (hhx1d24 Forløb 1 - 6)

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Købsadfærd B2C
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrence- og branche
Forløb 5	Parametermix
Forløb 6	Strategi
Forløb 7	Markedsanalyse
Forløb 8	Forløb om forretningsmodellen BMC?
Forløb 9	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 10	Strategiske analyse
Forløb 11	Internationalisering
Forløb 12	Købsadfærd og Segmentering på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Købsadfærd B2C
Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Eleverne har derfor ikke alle haft samme lærer og dermed didaktisk tilgang. Alle klasser har dog gennemgået samme kernestof. Fokus på introduktion til fagets indhold, metoder og didaktik. Der er fokus på at vække elevernes nysgerrighed og undren.
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 Der er desuden arbejdet meget på relations dannelse, både lærer-elev relationen og eleverne imellem.
Kernestof	Købsadfærd på B2C
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"> • Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden • 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet <ul style="list-style-type: none"> ○ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget 7 lektioner á 60 minutter Sideantal: 28,5 sider
Arbejdsformer	Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse. Brug af disse digitale medier: <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

	<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 interne situation
Anvendt materiale.	<p>Kernestof:</p> <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"> • 2. Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> ○ 2.2 Konkurrencedygtighed ○ 2.5 Værdikæder ○ 2.6 SW-opstilling <p>Casearbejde om Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale. Podcast ”Handel i hjertet”, afsnit 1 You-tube video om Porters værdikæde 4 lektioner á 60 minutter Sideantal: 36 sider</p>
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	<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
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 Afløring af 3 timers fordybelsestid Sideantal: 16 sider. Fordybelsestid 0/13 timer</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	Se indhold under materiale. Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle 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 eksterne situation.
Anvendt materiale.	<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"> • 4. Konkurrenceforhold • 5. Brancheforhold Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none"> • Case om Netflix • Arbejde med udvalgte cases fra Silkeborg gågade (introduktion til egen informationsindsamling) • Arbejde med brugerkæden Max 16 lektioner á 60 minutter Aflevering af 4 timers fordybelsestid om streaming branchen med udgangspunkt i Netflix. Sideantal: 55 sider
Arbejdsformer	Som tidligere. Dog øget fokus på undervisningsdifferentiering ud fra forskelle i undervisningsform, niveau osv.
Forløb 5	Parametermix
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked. Virksomhedsoplæg fra Velux med fokus på interne forhold, eksterne forhold samt parametermix.
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 • 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>31 lektioner á 60 minutter Aflevering af 4 timers fordybelsestid (inkl. genaflevering) Test med 1 times fordybelsestid som forberedelse Sideantal: ca 180 sider</p>
Arbejdsformer	Som tidligere.
Forløb 6	Strategi light
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> <p>Afsnit af Løvens Hule med fokus på 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 <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
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 • 8.1 SWOT-opstilling • 8.4 Konkurrencestrategier • 8.5 Vækststrategier <p>12 lektioner á 60 minutter Test med 1 times fordybelsestid. Sideantal: 15 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
Forløbets indhold og fokus	Gruppeopgave om valgfrit emne om markedsanalyse inden for e-handel. Kap 1 Markedsanalyse
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	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse <ul style="list-style-type: none"> – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
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: 34 Tid 8/79 timer Fordybelsestid 1/18 timer</p>
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.

Forløb 8	Forløb om forretningsmodellen BMC
Forløbets indhold og fokus	Gruppeopgave om forskellige cases, der også fremlægges. Kap 2 Den interne situation
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	Forretningsmodeller Business Model Canvas
Anvendt materiale.	<p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning</p> <p>Antal sider: 12 Tid 7/79 timer Fordybelsestid 0/18 timer</p>
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
Forløb 9	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

	<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 - fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
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: 33 Tid 10/79 timer Fordybelsestid 3/18 timer</p>
Arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
Forløb 10	Strategiske analyser
Forløbets indhold og fokus	Kap 10 Strategiske analyser
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>Strategi</p> <p>Porteføljeanalyser</p> <p>– Forretningsmodeller</p> <p>Blue Ocean</p>

	<p>Digitale strategier</p> <p>Corporate Social Responsibility (CSR)</p> <p>Economic, social and governance (ESG)</p> <p>Intensiveringsstrategier via Ansoff</p> <p>Integrationsstrategier</p> <p>Strategiske alliancer</p> <p>Diversifikation</p>
Anvendt materiale.	<p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen,</p> <p>Birte Ravn Østergaard (iBog)y</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler</p> <p>Informationssøgning</p> <p>Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler</p> <p>Informationssøgning</p> <p>Antal sider: 32</p> <p>Tid 20/79 timer</p> <p>Fordybelsestid 6/18 timer</p>
Arbejdsformer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer.</p> <p>En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
Forløb 11	Internationalisering
Forløbets indhold og fokus	Kap 9 Internationalisering
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>Internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
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: 56 Tid 24/79 timer Fordybelsestid 3/18 timer</p>
Arbejdsfor- mer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>
Forløb 12	Købsadfærd og Segmentering på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	<p>Kap 7 Købsadfærd på producentmarkedet Kap 13 b2b Segmentering på producentmarkedet</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	Købsadfærd på business-to-business, Segmentering, målgruppevalg og positionering globalt
Anvendt ma- teriale.	<p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Supplerende stof: Diverse videoklip/udsendelser, hjemmesider og artikler Informationssøgning</p> <p>Antal sider: 33 Tid 10/79 timer Fordybelsestid 5/18 timer</p>
Arbejdsfor- mer	<p>Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klassediskussioner, og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.</p>