

## Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	Juni 2024
<b>Institution</b>	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Dinko Hadzovic
<b>Hold</b>	HHX1G23

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<b>Forløb 1</b>	Grundforløb
<b>Forløb 2</b>	Konkurrenceforhold
<b>Forløb 3</b>	Strategi
<b>Forløb 4</b>	Marketingmix

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

<b>Forløb 1</b>	Grundforløb (købsadfærd på btc, værdikæder og forretningsmodeller)
<b>Fokus og omfang</b>	Fokus: <ul style="list-style-type: none"><li>- Relevante fagbegreber</li><li>- Forstå forbrugers handlemåde i forbindelse med køb</li><li>- Forstå hvorfor det er vigtigt for en virksomhed at få indblik i forbrugernes købsadfærd</li><li>- Overblik over virksomhedens interne situation, herunder kernekompetencer og konkurrencemæssige fordele</li><li>- Forstå ligheder og forskelle på forretningsmodeller og værdikæder</li></ul> Omfang: 17 lektioner á 60 minutter
<b>Faglige mål</b>	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder  identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst  udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst  indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed fortolke og formidle informationer om afsætning, herunder i samspil med andre fag  udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-consumer markeder Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Forretningsmodeller
<b>Anvendt materiale.</b>	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. Kapitel 2 og kapitel 6.  Supplerende materiale: Individuel informationssøgning Diverse artikler
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde, individuelt arbejde

<b>Forløb 2</b>	Konkurrenceforhold
<b>Fokus og omfang</b>	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifikation af konkurrenter</li> <li>- Markedets vigtigste kendetegn</li> <li>- Forstå de konkurrenceforhold, en given virksomhed er underlagt</li> </ul> <p>Omfang: 9 lektioner á 60 minutter</p>
<b>Faglige mål</b>	<p>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>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>
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>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. Kapitel 4.</p> <p>Supplerende materiale: Individuel informationssøgning Euromonitor Diverse artikler</p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casearbejde, informationssøgning

<b>Forløb 3</b>	Strategi
<b>Fokus og omfang</b>	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hvad er en virksomheds strategi?</li> <li>- Sammenhæng mellem vision, mission, værdier og virksomhedens strategiske planlægning</li> <li>- Forskel på vækststrategier og konkurrencestrategier</li> </ul> <p>Omfang:</p> <p>15 lektioner á 60 minutter</p>
<b>Faglige mål</b>	<p>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>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>
<b>Kernestof</b>	<p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p>
<b>Anvendt materiale.</b>	<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. Kapitel 8.</p> <p>Supplerende materiale:</p> <p>Individuel informationssøgning</p> <p>Diverse artikler</p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casearbejde, informationssøgning, præsentationer

<b>Forløb 4</b>	Marketingmix
<b>Fokus og omfang</b>	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beskrive og analysere virksomhedens marketingmix</li> <li>- Anvende relevant fagterminologi i forbindelse marketingmixet</li> <li>- Udarbejde kvalificerede forslag til ændringer af virksomhedens marketingmix</li> <li>- Diskutere marketingmix i sammenhæng med målgruppevalg og virksomhedens strategi</li> </ul> <p>Omfang: 20 lektioner á 60 minutter</p>
<b>Faglige mål</b>	<p>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>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>
<b>Kernestof</b>	Marketing mix: Marketing mixet nationalt
<b>Anvendt materiale.</b>	<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. Kapitel 15, 18, 20 og 22.</p> <p>Supplerende materiale:</p> <p>Individuel informationssøgning</p> <p>Euromonitor</p> <p>Diverse artikler</p> <p>Diverse dokumentariske udsendelser</p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, individuelt arbejde, gruppearbejde, informationssøgning, casearbejd, digitale redskaber: Padlet, Gimkit, Quizizz