

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Sommer 2025
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Kirkegård-Aaboe
Hold	Hhx2d24

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløb 3	Marketingmix – repetition
Forløb 4	Købsadfærd på BtB markedet
Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløbets indhold og fokus	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering Supplerende stof: Casearbejde: 1.4 spørgeskemaundersøgelse Casearbejde: Livsstil – Gallup
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 – 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 – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Anvendt materiale	Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering og positionering 20 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 8 8.1 – 8.2 SWOT og TOWS

	Kapitel 2, afsnit 2.4 BMC Kapitel 10, afsnit 10.1 Vækststrategier – diversifikation, integration og strategisk alliance Kapitel 9 Internationalisering Opgave om MATE og Mads Nørgaard Case: BMC Søstrene Grene samt fastfood Case: JBS
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 – 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	Strategi og internationalisering
Anvendt materiale	Kapitel 8, afsnit 8.1 og 8.2 Kapitel 9 Kapitel 10, afsnit 10.1 22 lektioner á 60 minutter
	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Marketingmix- repetition
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase 14. Marketingmix 15. Produkt 16. Serviceydelser 18. Pris 20. Distribution 22. Promotion Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier

	Supplerende stof: Egen opgave omkring Ga-jol/ ny smag
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 - 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	14. Marketingmix 15. Produkt 16. Serviceydelser 18. Pris 20. Distribution 22. Promotion 19 lektioner a 60 minutter
Arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde med fremlæggelser

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Btb-markedet – købsadfærd
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase Kapitel 7 Købsadfærd på producentmarkedet Forskelle konsumentmarkedet og producentmarkedet Delmarkeder på producentmarkedet Købsadfærd på producentmarkedet
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 – 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 btb-markedet
Anvendt materiale	Kapitel 7 Købsadfærd på btb-markedet 14 lektioner á 60 minutter. Årsprøve: 5 timer omkring Bang & Olufsen
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 13
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 - Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Segmentering på producentmarkedet
Anvendt materiale	Kapitel 13 segmentering på producentmarkedet 4 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning