

Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-Juni 2026
Institution	College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Ellen Fabricius Tange
Hold	HHX1C25

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Interne forhold
Forløb 2	Strategi
Forløb 3	Efterspørgselsforhold på konsumentmarkedet
Forløb 4	Konkurrenceforhold
Forløb 5	Omverdensforhold
Forløb 6	Marketingmix - Produkt
Forløb 7	Marketingmix - Pris
Forløb 8	Marketingmix - Place
Forløb 9	Marketingmix - Promotion
Forløb10	Virksomhedsprojekt
Forløb11	SO1
Forløb12	Grundforløb

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	INTERNE FORHOLD
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens interne forhold
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Værdikæder (den forenklede – produktion og handel)
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 Supplerende stof: Diverse artikler og hjemmesider
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 2	STRATEGI
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens strategiske planlægning
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	SWOT-opstilling Ide, mål, visioner Konkurrencestrategi Vækststrategier (Alle i Ansoff + supplerende)
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 8.1, 8.3, 8.4, 8.5, 10.1 Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">- Diverse artikler og hjemmesider- GMID- DR1: Løvens Hule- Podcast: "Girlltalk om Planet Nusa)- Virksomhedsbesøg på Norlys
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

--	--

Forløb 3	EFTERSPØRGSELSFORHOLD PÅ KONSUMENTMARKEDET
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for private kunders tanker og handlinger i.f.m. et køb
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Købsadfærd på konsumentmarkedet – Herunder: <ul style="list-style-type: none"> - Købsadfærdstype - Købstype - Beslutningsproces - Køberroller - Behov - Købemotiver
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6 Supplerende stof: Diverse artikler og hjemmesider
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 4	KONKURRENCEFØRHOLD
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens konkurrencesituation – Herunder særligt, hvordan der skaffes informationer om konkurrenter
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Markedsafgrænsning Markedets størrelse og udvikling Konkurrentidentifikation (konkurrencetragtmodel) Konkurrenceform Konkurrencemæssige positioner
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 4.1, 4.3, 4.4 og 4.5 Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none"> - Diverse artikler og hjemmesider - GMID
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

--	--

Forløb 5	OMVERDENSFORHOLD
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for hvordan forhold i den afhængige og uafhængige omverden kan påvirke virksomheden
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Omverdensmodellen OT
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 3.1 og 3.3 Supplerende stof: - Diverse artikler og hjemmesider - GMID
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 6	MARKETINGMIX - PRODUKT
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for begrebet marketingmix samt hvordan virksomheden kan bruge forskellige parametre under produkt.
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Kvalitet Sortiment Emballage Service Mærke – herunder også branding Produktudvikling – herunder også PLC
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 15.1, 15.2, 15.3, 15.4, 15.5, 15.6 Supplerende stof: - Diverse artikler og hjemmesider - DR1: Løvens Hule - TVMidtVest: Om Karak Freak (Programserie: Fast arbejde)
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 7	MARKETINGMIX - PRIS
-----------------	---------------------

Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens prisfastsættelse og prisens betydning for efterspørgslen
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Udbud og efterspørgsel – Prisdannelse Pris-/kvalitetsstrategier Prisfastsættelsesmetoder Overordnede strategier for prisfastsættelse Særlige priser Priselasticitet Prisdifferentiering
Anvendt materiale.	Systeme - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 18.1, 18.2, 18.3, 18.4, 18.5 Supplerende stof: - Diverse artikler og hjemmesider - GMID - Den knækkede afsætningskurve
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 8	MARKETINGMIX - PLACE
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens valg af distributionsform og beliggenhed.
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Direkte og indirekte distribution Distributionsstrategier Kædeformer Beliggenhed
Anvendt materiale.	Systeme - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6 Supplerende stof: Diverse artikler og hjemmesider + E-handel i DK
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 9	MARKETINGMIX – PROMOTION
-----------------	--------------------------

Forløbets indhold og fokus	Forståelse for virksomhedens kommunikation til og påvirkning af målgrupper.
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	De 7 promotionparametre Promotionstrategier Reklame – Herunder <ul style="list-style-type: none"> - Reklameplatform (marketingplan – light) - Budskab - AIDA
Anvendt materiale.	Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 22.2, 22.3.1 Supplerende stof: Diverse artikler, hjemmesider og reklamer DR1: Løvens Hule
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 10	VIRKSOMHEDSPROJEKT
Forløbets indhold og fokus	Selvvalgt virksomhed → Analyse v.h.a. de pt tillærte modeller. Afsluttende opsamlende opgave - Fokus på repetition, selvstændig informationssøgning, fremlæggelse via PPTX og gruppearbejde.
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Tidligere gennemgået kernestof
Anvendt materiale.	Selvstændig informationssøgning
Arbejdsformer	Gruppeopgave, mundtlig fremlæggelse, infosøgning

Forløb 11	SO1
Forløbets indhold og fokus	Tværfagligt forløb: Dansk, engelsk og afsætning Promotion på et engelsktalende marked for selvvalgt produkt

	Engelsksproget reklamefilm det centrale i en marketingplan
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Elementer i marketingplan
Anvendt materiale.	Afsætning: Systime - Marketing: Michael Bregendahl m. fl Kap. 4, 6, 11.4, 15, 22,2
Arbejdsformer	Gruppearbejde, infosøgning, mundtlig fremlæggelse med feedback

Forløb 12	GRUNDFORLØB
Forløbets indhold og fokus	Introduktion til afsætningsfaget
Faglige mål	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Kernestof	Interne og eksterne forhold
Anvendt materiale.	<p>Uddrag fra relevante kapitler i ”Marketing” fra forlaget Systime, som der efterfølgende er undervist i. (se tidligere forløb ovenfor)</p> <p>Emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Virksomheden, med fokus på virksomhedskarakteristik - Interne forhold med fokus på den forenklede værdikæde og SW - Eksterne forhold, hvor omverdensmodellen kort blev præsenteret og derudover fokus på OT - Strategi, med fokus på ide, mål og generiske strategier - Efterspørgselsforhold, med fokus på købsadfærd på KM - Konkurrenceforhold, med fokus på konkurrencetragsmodel, konkurrenceform og konkurrencemæssige positioner - Intro til markedsanalyse, med fokus på kvalitativ og kvantitativ metode <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Især: Diverse hjemmesider, artikler, GMID
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), infosøgning, mundtlig prøve (ØG)