

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Juni 2026
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Dinko Hadzovic, Peter Karkov Nielsen
Hold	HHX1G25

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Grundforløb
Forløb 2	Konkurrence og brancheforhold
Forløb 3	Strategi
Forløb 4	Parametermix del 1
Forløb 5	Parametermix del 2
Forløb 6	Afslutning og repetition af 1G

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Grundforløb (købsadfærd på btc, interne forhold, eksterne forhold)
Fokus og omfang	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none">- Relevante fagbegreber- Forstå forbrugers handlemåde i forbindelse med køb- Forstå hvorfor det er vigtigt for en virksomhed at få indblik i forbrugernes købsadfærd- Overblik over virksomhedens interne situation, herunder kernekompetencer og konkurrencemæssige fordele- Overblik over virksomhedens eksterne situation, herunder nærmiljø og fjernmiljø- Forstå ligheder og forskelle på forretningsmodeller og værdikæder <p>Omfang: 17 lektioner á 60 minutter</p>
Faglige mål	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</p> <p>identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</p> <p>udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst</p> <p>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</p> <p>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p>
Kernestof	<p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-consumer markeder</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p> <p>Den eksterne situation: Omverdensforhold</p>
Anvendt materiale.	<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 2.1, 2.2, 2.5, 2.6, 3.1, 3.2 og kapitel 6.2-6.7.</p> <p>Supplerende materiale: Individuel informationssøgning Diverse artikler</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde, individuelt arbejde

Forløb 2	Konkurrence- og brancheforhold
Fokus og omfang	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation af konkurrenter - Markedets vigtigste kendetegn - Forstå de konkurrenceforhold, en given virksomhed er underlagt - Forståelse af Porters 5 Forces delelementer - Kunne udarbejde en brancheanalyse ud fra Porters 5 Forces <p>Omfang: 14 lektioner á 60 minutter</p>
Faglige mål	<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>
Kernestof	Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	<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 og 5.</p> <p>Supplerende materiale: Individuel informationssøgning Diverse artikler</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casearbejde, informationssøgning

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

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Paramettermix del 1
Fokus og omfang	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none">- Relevante fagbegreber- Overblik over de 4 handlingsparametre på overordnet niveau.- Forstå hvorfor virksomheder må/skal justere paramettermixet.- Forstå hvordan virksomheder kan justere på handlingsparametrene med særlig fokus på produktet og promotion.- Forstå hvordan sammensætning af paramettermixet påvirker målgruppen.- Forstå hvordan den interne situation påvirker paramettermixet.- Overblik over hvilke eksterne forhold, der kan påvirke paramettermixet. <p>Omfang: 27 lektioner á 60 minutter</p>
Faglige mål	<p>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</p> <p>identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</p> <p>udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst</p> <p>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</p> <p>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p>
Kernestof	De 4 P'er Produkt Promotion
Anvendt materiale.	<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 22, 14 og 15</p> <p>Supplerende materiale: Individuel informationsøgning Euromonitor</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde, individuelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Parametermix del 2
Fokus og omfang	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none">- Relevante fagbegreber- Overblik over de 4 handlingsparametre på overordnet niveau.- Forstå hvorfor virksomheder må/skal justere parametermixet.- Forstå hvordan virksomheder kan justere på handlingsparametrene med særlig fokus på pris og distribution (place)- Forstå hvordan sammensætning af parametermixet påvirker målgruppen.- Forstå hvordan den interne situation påvirker parametermixet.- Overblik over hvilke eksterne forhold, der kan påvirke parametermixet. <p>Omfang: 15 lektioner á 60 minutter</p>
Faglige mål	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</p> <p>identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</p> <p>udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst</p> <p>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</p> <p>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p>
Kernestof	De 4 P'er Pris Place (distribution)
Anvendt materiale.	<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 18 og 20</p> <p>Supplerende materiale: Individuel informationssøgning Euromonitor</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde, individuelt arbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	Afslutning og repetition af 1G
Fokus og omfang	Fokus: <ul style="list-style-type: none">- Repetition af relevante fagbegreber fra forskellige kapitler.- Opsamling på sammenhæng mellem de forskellige kapitler.- Evaluering af undervisningen Omfang: 7 lektioner á 60 minutter
Faglige mål	Alle faglige mål
Kernestof	Købsadfærd på B2C: Særlig fokus på SOR Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: PESTEL og Muligheds/trusselsmatrix Strategi: Konkurrencestrategi, vækststrategi og SWOT
Anvendt materiale.	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, 3, 6 og 8
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde