

# 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>	HHX3E23

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<b>Forløb 1</b>	Internationalisering (repetition)
<b>Forløb 2</b>	Segmentering på internationale markeder
<b>Forløb 3</b>	Marketingmix internationalt
<b>Forløb 4</b>	Segmentering på B2B
<b>Forløb 5</b>	Marketingplanen
<b>Forløb 6</b>	Eksamensprojekt

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 1</b>	Internationalisering (repetition)
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Emnet internationalisering er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til virksomhedens arbejde med eksportberedskab, eksportmotiver, internationaliseringsmodeller, markedsudvælgelse og kulturelle forhold. Der har været fokus på Danmarks udenrigshandel.</p> <p>6 lektioner/6 timer</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>anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</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>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p>
<b>Kernestof</b>	<p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systime. Kapitel 9.</p> <p>Supplerende materiale:</p> <p><a href="https://www.hofstede-insights.com/about-geert-hofstede">https://www.hofstede-insights.com/about-geert-hofstede</a></p> <p><a href="https://globalis.dk/">https://globalis.dk/</a></p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 2</b>	Segmentering på internationale markeder
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Emnet er gennemgået, så eleverne har fået kendskab til international segmentering og hvordan den hænger sammen med og adskiller sig fra segmentering på hjemmemarkeder, samt stærke og svage sider ved internationale segmenteringsmodeller.</p> <p>5 lektioner/5 timer</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>anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</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>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p>
<b>Kernestof</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systime. Kapitel 12.</p> <p>Supplerende materialer:</p> <p><a href="https://www.gapminder.org/dollar-street?countries=gb">https://www.gapminder.org/dollar-street?countries=gb</a></p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 3</b>	Marketingmix internationalt
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Emnet er gennemgået, så eleverne har fået kendskab til det internationale parametermix og hvordan den hænger sammen med og adskiller sig fra det nationale parametermix, samt overvejelser hvorvidt marketingmixet skal differentieres eller der skal anvendes et standardiseret marketingmix.</p> <p>21 lektioner/21 timer</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 mixet både nationalt og globalt
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systime. Kapitel 17, 19, 21, 23.</p> <p>Supplerende materiale:</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=N_qedrbcBSc">https://www.youtube.com/watch?v=N_qedrbcBSc</a></p> <p><a href="https://www.if.dk/erhverv/erhvervsforsikring/transportforsikringer/incoterms-2020">https://www.if.dk/erhverv/erhvervsforsikring/transportforsikringer/incoterms-2020</a></p> <p><a href="https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2023/4/virksomheder-patager-sig-ofte-risikoen-ved-handel-i-fremmed-valuta/">https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2023/4/virksomheder-patager-sig-ofte-risikoen-ved-handel-i-fremmed-valuta/</a></p> <p><a href="https://www.adsoftheworld.com/">https://www.adsoftheworld.com/</a></p>

	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pMLrVP_E-jA">https://www.youtube.com/watch?v=pMLrVP_E-jA</a> <a href="https://markedskommunikation.systeme.dk/?id=1082">https://markedskommunikation.systeme.dk/?id=1082</a>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde, projektarbejde, fremlæggelser.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 4</b>	Segmentering på B2B
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Emnet er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til build-up tankegangen og break-down tankegangen, samt de generelle segmenteringsvariable på producentmarkedet. Derudover har det formålet været at give eleverne en forståelse af sammenhængen mellem købsadfærden på b2b-markedet og segmenteringen på b2b-markedet.</p> <p>7 lektioner/7 timer</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>	Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systime. Kapitel 13.
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 5</b>	Marketingplanen og repetition af hele pensum
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Marketingplanen er gennemgået på en måde, så eleverne har fået en forståelse for formålet med det strategiske arbejde og hvordan det kan anvendes ude i virksomhederne. Dertil har forløbet fungeret som en generel sammenkobling og repetition af store dele af pensum.</p> <p>33 lektioner/33 timer</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>	Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systeme. Kapitel 25.
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, gruppearbejde.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 6</b>	Eksamensprojekt
<b>Forløbets indhold, fokus og omfang</b>	<p>Anvende afsætningsfaglig viden til at løse en konkret case:  <a href="https://marketing.systime.dk/?id=2132">https://marketing.systime.dk/?id=2132</a></p> <p>5 lektioner/5 timer og 10 fordybelsestimer</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>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføljeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p> <p>Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt</p> <p>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p>



	Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Systime.
<b>Arbejdsformer</b>	Gruppearbejde, projektarbejde

I øvrigt har 3e lavet følgende skriftlige opgaver:

Terminsprøver:

1. Basic Apparel\_tidligere eksamensopgave

Afleveringer:

1. BoConcept\_tidligere eksamensopgave
2. Jack and Jones
3. Musikfestivaler\_tidligere eksamensopgave
4. Idræt og padel\_tidligere eksamensopgave