

Studieplan, Afsætning A

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Termin hvori undervisningen afsluttes: November 2025
Institution	Vestjydsk Handelsskole og handelsgymnasium, UCRS
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning, grundforløbsperiode aug. – nov.
Lærer(e)	Bjørn Sommer
Hold	HHX24Y
I-bøger	Eleverne har haft tilgang til Systimes Marketing i-bøger som primært materiale

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Intro til faget med fokus på kompetenceblomsten og efterspørgselsdeterminanter
Titel 2	Markedsføringsbegreber
Titel 3	Produkt
Titel 4	Pris
Titel 5	Distribution
Titel 6	Promotion
Titel 7	Målgrupper incl. købsadfærd på konsumentmarkedet
Titel 8	Virksomhedens idé og forretningsmodeller
Titel 9	Virksomhedens eksterne forhold - omverdensmodellen
Titel 10	Virksomhedens interne forhold - værdikæden

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 1	Intro til faget med fokus på kompetenceblomsten og efterspørgselsdeterminanter
Indhold	Kernestof: Systime I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 1 - 2
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: - Kompetenceblomsten mv. - Efterspørgselsdeterminanter mv.
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 2	Markedsføringsbegreber
Indhold	Kernestof: Systime Markting I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 2 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: Markedsføringskonceptet mv., hvoraf eleverne skal opnå forståelse for markedsføringsens historiske udvikling og sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedernes valg af markedsførings- og handlingsparameterstrategi.
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 3	Produkt
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og 21 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: - Produkttyper - Produktegenskaber - Sortiment, emballage og service
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 4	Pris
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: - Fundamentale hensyn ved prisfastsættelse
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 5	Distribution
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: - Distributionskanaler
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 6	Promotion
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 25 – 27 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: - Promotionformer - Reklamemidler og medier
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 7	Segmentering og målgruppevalg
Indhold	Kernestof: System Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 32 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige Fokus-punkter	Fokuspunkter: - Konsumentenheder - Segmenteringskriterier - Segmentering
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 8	Ide og forretningsmodeller
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6 – 7 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: - Ide og mål
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 9	Virksomhedens omverden
Indhold	Kernestof: System Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: Omverdensmodellen hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne.
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 10	Virksomhedens interne forhold
Indhold	Kernestof: Systime Marketing I-bog, GF – afsnit Supplerende stof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6 og forskellige hjemmesider
Omfang	En uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: - Værdikæde
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

