

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

[Retur til forside](#)

Forløb 1	Intro til faget
Forløbets indhold og fokus	<p>Opsamling på grundforløbs vigtigste begreber, herunder forståelse af virksomheden.</p> <p>Fokus på at sikre grundlæggende forståelse for faget samt indlæring af fagbegreber.</p> <ul style="list-style-type: none">- Fagets historie- Markedsføringskoncepter- Virksomheden interessegrupper- Økonomiske kompetencer
Faglige mål	Anvende afsætningsøkonomiske modeller/begreber og forklare disses forudsætninger
Kernestof	Historie og metode
Anvendt materiale og omfang	Afsætning A, Trojka 4. udgave kap. 1 - 3
Arbejdsformer	Klasseundervisning, samt gruppeopgaver.

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

[Retur til forside](#)

Titel 2	Virksomhedens eksterne situation
Indhold	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	2 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Omverdensmodellen - (SW)OT
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)

[Retur til forside](#)

Titel 3	Virksomhedens interne forhold
Indhold	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 - Trojka
Omfang	2 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Værdikæde (incl. diverse former) - Kernekompetencer - SWOT
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)

[Retur til forside](#)

Titel 4	Produkt
Indhold	Kernestof: Afsætning A2 – Trøjka, kap. 20 og 21 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	3 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Produkttyper - Produktegenskaber - Sortiment, emballage og service (kap.12) - Mærkevarestrategi - Branding - Produktudvikling - PLC
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)

[Retur til forside](#)

Titel 5	Pris
Indhold	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	4 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Prisstrategier for eksisterende og nye produkter - Fundamentale hensyn ved prisfastsættelse - Efterspørgselskurve, priskrig - Prisdifferentiering - Prisfølsomhed/priselasticiteter
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)

[Retur til forside](#)

Titel 6	Distribution
Indhold	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	4 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Distributionskanaler - Distributionsstrategier - Kædeformer - E-business
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)

[Retur til forside](#)

Titel 7	Promotion
Indhold	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 25 - 27 Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 – Trojka
Omfang	2 uger
Særlige fokus-punkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Promotionformer - Reklamemidler og medier - Reklameplanlægning - On-line markedsføring - Sales promotion - Public Relation (PR) - Product placement - Personligt salg - Direct marketing - Promotionstrategi
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse

