

# Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	Maj-juni 2023/24
<b>Institution</b>	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
<b>Uddannelse</b>	hhx
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Charlotte Mose Jespersen, Finn Dyrbye Mogensen, Mette Marie Klausen
<b>Hold</b>	hh3c23

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Hvad er en virksomhed
<b>Titel 2</b>	Marketingmix
<b>Titel 3</b>	Den eksterne situation
<b>Titel 4</b>	Den interne situation
<b>Titel 5</b>	Strategi
<b>Titel 6</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 7</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Titel 8</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 9</b>	Internationalisering (markedsudvælgelse, internationaliseringsmodeller)
<b>Titel 10</b>	Marketing mix globalt
<b>Titel 11</b>	Internationalisering (kulturelle forhold)
<b>Titel 12</b>	Købsadfærd b2b markedet
<b>Titel 13</b>	Segmentering b2b markedet og internationalt
<b>Titel 14</b>	Eksamensprojektet

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 1</b>	Hvad er en virksomhed
<b>Indhold</b>	Afsætning A, Trojka 4. udgave, Kapitel 1 + Strategiske grupper  ”Beskriv dit fritidsarbejde”
<b>Omfang</b>	6 timer /30 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Klassens introduceres til faget og væsentlige fagbegreber. Fokus på at opnå grundlæggende forståelse for faget samt indlæring af fagbegreber
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning parvist. Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 2</b>	Marketingmix
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning A, Trojka 4. udgave, bind 2 Udsnit fra kapitel 20 – 27</p> <p>Kvalitetsdimensioner, Sortiment, Oplevelsesøkonomi, PLC-kurven, Mærkevarestrategi, Private Labels Servicevirksomheder – servicekoncept, klassificering, kendetegn og de 7 p'er Prisstrategier i forhold til produktkvalitet, psykologiske priser, Distributionsstrategier, distributionsmuligheder, distributionskanaler, Kædetyper, AIDAE modellen, influencermarketing som supplerende stof, Salgsargumenter, Kommunikationsparametre, Digitale medier – owned, paid, earned.</p> <p>Diverse artikler</p>
<b>Omfang</b>	24 timer/74 sider
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Økonomisk tankegangskompetence i forhold til at opnå en indsigt i en virksomheds interne hold vedrørende handlingsparametrene
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Casebaseret undervisning og gruppearbejde med henblik på øget faglig dialog i små trygge gruppesammenhænge. Tillige opsamling ved delt undervisning for at stimulere mundtlighed samt udarbejdelse af reklamer.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 3</b>	Den eksterne situation
<b>Indhold</b>	<p><b>Omverdensmodellen:</b> Afsætning A, Trojka, 4. udgave, Kapitel 8</p> <p>Omverdensanalysen samt introduktion af begreberne ”attraktive muligheder” og ”alvorlige trusler” med henblik på udarbejdelsen af en OT-analyse.</p> <p>Diverse artikler</p> <p><b>Porters five forces:</b> Afsætning A, trojka, 4. Udgave kapitel 14 Brancheanalysen</p> <p><b>Konkurrenceforhold:</b> Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 13, Kapitlerne 14 (i uddrag) og 15 (hele kapitlet)</p> <p>Fokus på konkurrenter som en del af omverdensanalysens afhængige forhold.</p> <p>Konkurrenceformer introduceres Strategiske grupper Skydeskivemodellen Konkurrencemæssige positioner Markedets størrelse</p> <p>Mindre opgaver om skydeskivemodellen og elevernes egne eksempler Dagligvarebranchen anvendt til illustration af konkurrenceformer og strategiske grupper</p> <p><b>Købsadfærd B2C markedet</b> Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 9 (undtagen S-O-R-modellen og kunderejsen) Kapitel 10 i uddrag Kapitel 18 i uddrag</p> <p>Grundlæggende købsadfærdsteori Konsumentens baggrundsforhold: behov og købemotiver Målgruppebeskrivelse med inddragelse af Minerva Udarbejdelse af Personaer</p>
<b>Omfang</b>	10 timer /55 sider 4 timer / 9 sider 9 timer /63 sider

	8 timer /35 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Økonomisk tankegangskompetence i forhold til at opnå en indledende indsigt i forskellige omverdensforholds betydning for en virksomhed.</p> <p>Databehandlingskompetencen i form af informationssøgning på DST samt vurdering og bearbejdning af data.</p> <p>Tillige fremstilling af bilag</p> <p>Modelleringskompetencen.</p> <p>At opnå forståelse for teorien i sig selv og i sammenhæng med omverdensmodellen.</p> <p>At kunne skelne mellem modeller anvendt på mikro- og mesoniveau, så elevernes evne til at arbejde på såvel virksomheds- som brancheniveau opøves.</p> <p>Modelleringskompetencen</p> <p>At opnå en basal viden om købsadfærdsteori og i særlig grad at se sammenhænge mellem de mange teorimodeller.</p> <p>At opnå en forståelse for sammenhængen mellem målgruppe, persona og købsadfærd.</p> <p>At arbejde med kommunikationskompetencen i skriftlig formidling.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning parvist.</p> <p>Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling.</p> <p>Individuelt skriftlig arbejde baseret på egen informationssøgning.</p> <p>Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. små fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer</p> <p>Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning i grupper.</p> <p>Introducerende skriftligt arbejde</p>

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 4</b>	Den interne situation
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 6</p> <p>Værdiskabelse og kernekompetence <b>Værdikæden</b> for produktionsvirksomheder, handelsvirksomheder og servicevirksomheder Konkurrencemæssig fordel Introduktion til SW-analysen</p> <p>Produkt – sortiment, kvalitetsdimensioner, emballage egenskaber Pris – prisstrategier, psykologiske priser Place – distributionsstrategier, kædetyper Promotion – positioneringsplatform esp, usp, isp.</p> <p><b>Forretningsmodel Business Model Canvas</b></p> <p>Diverse artikler</p> <p>Case om Wally and Whiz</p>
<b>Omfang</b>	15 timer /44 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Modelleringskompetence Tankegangskompetencen trænes ved elevernes arbejde med vurdering af hvilke forhold, der er væsentlige for virksomhedens værdiskabelse og dermed virksomhedens fremtidige afsætning.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og diverse opgaveløsning.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 5</b>	Strategi
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 7, 16 i uddrag og 17 i uddrag</p> <p>Vision, mission SWOT TOWS Ansoffs vækstmatrix (vækst ved intensivering) Generisk konkurrencestrategi</p> <p>Teorimodeller er løbende inddraget i forbindelsen med øvrig opgaveløsning. Tillige mindre opgave om LOOP Fitness samt større opgave om AQUA d'Or og TOWS kombineret med Zleep Hotels</p>
<b>Omfang</b>	20 timer/29 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Modelleringskompetence. At opnå en basal viden om strategimodeller samt indlæring i at inddrage og anvende modellerne sammen med øvrig opgaveløsning.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Almindelig klasseundervisning, par- og gruppearbejde samt små skriftlige træningsopgaver.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 6</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Indhold</b>	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 18 + kort introduktion til kapitel 19 om differentiering og positionering
<b>Omfang</b>	6 timer /28 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Problembehandlingskompetencen med udarbejdelse af en selvvalgt fiktiv virksomheds målgruppevalg med gennemgang af hele segmenteringsprocessen.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Gruppearbejde med en videoproduktion som færdig produkt af segmenteringsprocessen.



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 7</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 11, Kapitel 12
<b>Omfang</b>	≈12 timer/33 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst  at forstå forskellen mellem købsadfærden på B2C markedet og B2B markedet relationsmarkedsføring vs. transaktionsmarkedsføring
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, caseopgaver

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Titel 8</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 4, Kapitel 5
<b>Omfang</b>	≈10 timer/44 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng  Field- og deskresearch Kvalitative- og kvantitative data Big data
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, caseopgaver

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 9</b>	<b>Internationalisering (markedsudvælgelse, internationaliseringsmodeller)</b>
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Vurdering af virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab. Udvalgelse af markeder i form af forskellige markedsudvælgelsesmetoder.
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modelkompetencen, ræsonnementskompetencen
<b>Kernestof</b>	Internationalisering
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	Kap. 28 og 29 side 626-666, Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.  Diverse artikler og opgaver. · 15 timer/50 sider
<b>Arbejdsformer</b>	Diverse undervisningsformer.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 10</b>	<b>Marketing mix globalt</b>
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Product, Price, Place og Promotion på internationalt niveau. Med udgangspunkt i valg af målgruppe skal virksomhedens parameterindsats analyseres og vurderes. Overvejelser om i hvilket omfang virksomhedens marketingmix skal differentieres eller standardiseres.
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen
<b>Kernestof</b>	Marketing mix globalt
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	Kap. 33, 34, 35, 36 og 37. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.  Diverse artikler og opgaver. . 35 timer/118 sider
<b>Arbejdsformer</b>	Diverse undervisningsformer.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 11</b>	<b>Internationalisering (kulturelle forhold)</b>
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Der er arbejdet med betydningen af kendskab til kulturelle forhold, systematisering af kulturforskelle med inddragelse af forskellige modeller til systematisering af kulturelle forskelle herunder merkantilkultur, forretningskultur, forbrugerkultur, Hofstedes kulturdimensioner.
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen.
<b>Kernestof</b>	<b>Internationalisering (kulturelle forhold)</b>
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	Kap. 31 side 684-703 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.  Diverse artikler og opgaver bl.a. Carlsberg på det indiske marked samt en gruppeopgave vedrørende kulturelle forhold på et selvvalgt marked.  10 timer/40 sider
<b>Arbejdsformer</b>	Diverse undervisningsformer bl.a. gruppearbejde vedrørende kulturelle forhold på et selvvalgt marked.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 12</b>	Købsadfærd b2b markedet
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Der er arbejdet med repetition af købsadfærd på b2c markedet og så en overgang til producentmarkedet, hvor de forskellige karakteristika har dannet grundlag for købstyper, buygridmodellen og købscenter
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen.
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation (købsadfærd på b2b markedet)
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	Kapitel 11 + 12 side 254- 286 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A1, Trojka, 4. udgave.  10 timer / 32 sider
<b>Arbejdsformer</b>	Diverse undervisningsformer bl.a. rollespil vedrørende købscenteret

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 13</b>	Segmentering b2b markedet og internationalt
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Genopfriskning af segmentering på b2c markedet og herefter gennemgang af segmentering på b2b markedet med de forskelle, der eksisterer og afslutningsvist internationalt med introduktion til at andre livsstilsmodeller
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, modelleringskompetencen
<b>Kernestof</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	Kapitel 18 side 391-393 + kapitel 32 side 704-711 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A1 + A2, Trojka, 4. udgave.  5 timer / 9 sider
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 14</b>	Eksamensprojektet
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Virkelighedsnært eksamensprojekt med konkret casearbejde for Cocio. Her arbejdede eleverne med to forskellige briefs, hvor de igennem marketingsplanen skulle skabe kreative ideer og bringe dem til live på Cocios problemstillinger:</p> <p>Brief 1: Hvordan gør Cocio deres produkter relevante for gen Z på salgsstedet i 2024?</p> <p>Brief 2: Hvordan vinder Cocio julen 2024?</p> <p>Det endelige produkt er et pitch på 6 minutter med en tilhørende præsentation.</p>
<b>Faglige mål</b>	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen, redskabskompetencen,
<b>Kernestof</b>	Marketingplanen
<b>Anvendt materiale og omfang</b>	<p>Kapitel 39 side 821-830</p> <p>Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.</p> <p>+ en opsummering af de andre kernestofområder bredt.</p> <p>+ diverse artikler og informationer fra Cocio</p> <p>20 timer</p>
<b>Arbejdsformer</b>	Projektarbejdsform og præsentation for Cocio