



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	maj-juni 2021/22
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Ellen Morsing Kristensen
Hold	hh321afsb1

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introforløb til Afsætning
Titel 2	Begreber og metode
Titel 3	Virksomhedens interne forhold
Titel 4	Virksomhedens eksterne forhold (se også titel 14 - købsadfærd på B2B)
Titel 5	Strategi
Titel 6	Segmentering nationalt
Titel 7	Intro samt repetition og fordybelse af Strategi og Segmentering (jf. ovenstående)
Titel 8	Marketingmixet
Titel 9	Repetitionsforløb med opsamling på manglende emner
Titel 10	Markedsanalyse
Titel 11	Internationalisering
Titel 12	P'erne internationalt
Titel 13	Kulturelle forhold
Titel 14	Købsadfærd på B2B-markedet (se også titel 4)
Titel 15	Eksamensforløb om Naturkraft



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

Titel 1	Introforløb til Afsætning
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Introduktion til faget.• Virksomhedstyper, koncepter, markeder, branche, distributionskæde, målgruppe, interessenter• Intro til de 4 p'er• Omverdensmodellen• Værdikæden• SWOT <p>Kilder: Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 1. Udleverede teoretiske tekster, diverse artikler, klip og opgaver.</p>
Omfang	6 timer/ 20 sider
Særlige fokuspunkter	Kommunikationskompetencen og modelleringskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Opgaveløsning Test Aflevering



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

Titel 2	Begreber og metode
Indhold	<p>Markedsføringsbegreber <i>Virksomhedskoncepter:</i> Produktions-, salgs-, markedsførings-, det samfundsmæssige- og en-til-en konceptet <i>Handlingsparametre:</i> De 4 P'er – marketingmix Målgruppe <i>Virksomhedens interessegrupper</i> <i>Virksomhedens digitale forhold:</i> Digitale strategier (Niveau 1 – Online markedsføring, Niveau 2 – E-handel, Niveau 3 – Digital business (e-business)) Datakilder og indsamlingsmetoder <i>Sekundære og primære datakilder</i></p> <p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 2 og 3</p>
Omfang	4 timer/20 sider
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.



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

Titel 3	Virksomhedens interne forhold
Indhold	<p>Værdikæden <i>Værdiskabelse:</i> Kritiske succesfaktorer, kernekompetencer <i>Værdikæden:</i> Struktur, primær- og støtteaktiviteter, serviceværdikæden, kritik af værdikæden, <i>Forretningsmodeller:</i> Business Model Canvas</p> <p>Strategisk analyse <i>Strategisk planlægning:</i> Styringsniveauer <i>Virksomhedens idé og vision</i> <i>Porteføljeanalyse:</i> Boston-modellen, virksomhedens porteføljestrategier</p> <p><i>Analyse af virksomhedens stærke/ svage sider og muligheder/ trusler:</i> SWOT-analyse</p> <p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 6 og 7. Diverse artikler, klip og opgaver.</p>
Omfang	30/65 sider
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.

[Retur til forside](#)



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

Titel 4	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	<p>Virksomhedens omverden <i>Omverdensmodellen:</i> Den afhængige omverden (nærmiljøet), den uafhængige omverden (makroforhold) <i>Reaktion på ændringer i omverdenen</i></p> <p>Købsadfærd B2C <i>S-O-R-modellen</i> <i>Købstyper</i> <i>Købsadfærdstyper:</i> Involveringsgrad, mærkedifferentiering, kompleks adfærd, adfærd rettet mod en acceptabel løsning, variationsøgende adfærd, rutinebetonet adfærd <i>Købsbeslutningsprocessen:</i> Problemerkendelse, informationssøgning, Informationssøgningens omfang (den oplevede risiko, forbrugerens involvering i produktet, nytte af informationen), vurdering af alternativer, købsbeslutning, efterkøbsadfærd, den ændrede købsadfærd – ZMOT <i>Deltagere i købsbeslutningen</i> <i>Kunderejsen</i></p> <p>Baggrundsforhold B2C <i>Kulturelle forhold inkl. subkultur</i> <i>Sociale forhold:</i> Referencegruppe, opinionsleder <i>Personlige forhold:</i> Alder og placering i livscyclus, beskæftigelse, indkomst og rådighedsbeløb <i>Psykologiske forhold:</i> Behov, købmotiver - funktionelle og sociale (band waggon, snob, Veblen og thrifty), holdninger</p> <p>Markedets størrelse <i>Det potentielle-, effektive- og latente marked</i></p> <p>Konkurrenceforhold <i>Konkurrentidentifikation med Skydeskivemodellen</i> <i>Konkurrenceformer</i> <i>Brancheanalyse:</i> Strategiske grupper, Porters Five Forces <i>Konkurrentanalyse:</i> Konkurrentidentifikation, Konkurrenternes: idé og mål, strategi og markedsføring, stærke og svage side, konkurrentreaktioner, indsamling af konkurrentoplysninger</p> <p>Konkurrencemæssige positioner <i>Markedsleder:</i></p>



	<p>Udvidelse af totalmarkedet, forsvar af nuværende markedsandel, udvidelse af markedsandelen</p> <p><i>Markedsudfordrer:</i> Angreb på markedslederen, angreb på andre virksomheder</p> <p><i>Markedsfølger</i> <i>Markedsnicher</i></p> <p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15. Diverse artikler, klip og opgaver.</p>
Omfang	40/ 175 sider
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.

[Retur til forside](#)



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

Titel 5	Strategi
Indhold	<p>Vækststrategier <i>Mål</i> <i>Vækststrategier</i> Intensivering (markedspenetration, markedsudvikling, produktudvikling), Integration (Vertikal og horisontal integration, strategisk alliance), diversifikation <i>Frasalg og lukning</i></p> <p>Konkurrencestrategier <i>Konkurrencrekanten</i> <i>Porters konkurrencestrategier/generiske strategier:</i> Omkostningsleder, omkostningsfokus, differentiering, fokuseret differentiering, valg af konkurrencestrategi, vurdering af Porters konkurrencestrategier <i>Blue Ocean Strategi</i> <i>Deleøkonomi</i> <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 16 og 17. Diverse artikler, klip og opgaver.</p>
Omfang	30/50 sider
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.

[Retur til forside](#)



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

Titel 6	Segmentering nationalt
Indhold	<p>Segmentering og målgruppevalg <i>SMP-modellen</i> <i>Segmenteringsprocessen</i> <i>Konsumentenhed</i> <i>Segmenteringskriterier:</i> Konsumentmarkedet (demografiske, geografiske, adfærdsmæssige og psykografiske kriterier), B2B-markedet (demografiske, geografiske og produktionskriterier) <i>Målgruppevurdering og målgruppevalg</i> <i>Målgruppestrategi:</i> Udifferentieret-, differentieret, koncentreret og en-til-en markedsføring</p> <p>Differentiering og positionering <i>Differentiering:</i> Forudsætninger for og forskellige metoder til differentiering <i>Positionering:</i> Betingelser for vellykket positionering, positioneringskort, positioneringsplatform</p> <p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarasin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 18 og 19. Diverse artikler, klip og opgaver.</p>
Omfang	10/50 sider
Særlige fokus-punkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.

[Retur til forside](#)



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

Titel 7	Intro samt repetition og fordybelse af Strategi og Segmentering (jf. ovenstående)
Indhold	Trojka: Afsætning A, 4. udgave kap 16, 17, 18 og 19 og dertilhørende og (selv)konstruerede opgaver og øvelser. Desuden projekt- og case-materiale om Jysk og Sport24.
Omfang	15 timer /75 sider
Særlige fokuspunkter	Der arbejdes både med konstruerede og autentiske cases – inkl. sammenkoblinger/perspektivering til elevernes tidligere gruppe- og projektarbejde; SO2 og SO3, hvor de har arbejdet med Jysk og Sport24.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige og skriftlige opgaver inkl. fremlæggelser.



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

Titel 8	Marketingmixet uddybet
Indhold	Anvendt litteratur: Trojka Afsætning A, 4. udgave bind 2 Kap. 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 Forløbet bygger oven på et introducerende forløb om marketingmixet og relevante øvrige kernestofområder inddrages løbende.
Omfang	16 timer / 175 sider
Særlige fokuspunkter	Formålet med forløbet er at give eleverne mulighed for - at udvikle yderligere indsigt i og forståelse for hvorledes virksomheder anvender og/eller kan/bør anvende forskellige handlingsparametre, som hører under de 4/7 P'er i marketingmixet. Målet er, at det vil give bedre grobund for en mere dybdegående og sammenhængende forståelse samt analyse- og vurderingsevne af selve marketingmixet samt at kunne perspektivere det til relevante kernestofområder.
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt, gruppearbejde, gruppefremlæggelser, klasses Diskussioner og skriftlighedsøvelser.

[Retur til forside](#)



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

Titel 9	Repetitionsforløb med opsamling på manglende emner
Indhold	BMC, Porters 5-forces, SWOT, TOWS, lidt om p'erne (nationalt) Kilder: Afsætningsbogen bind 1 og 2
Omfang	13 lektioner
Særlige fokuspunkter	Rent repetitionsforløb med fokus på de taksonomiske niveauer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning med mundtlig deltagelse og aflevering

[Retur til forside](#)



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

Titel 10	Markedsanalyse
Indhold	Grundbogen: Afsætning A fra Trojka, 4. udgave, kapitel 4 +5, markedsanalyse og markedsanalyse i praksis.
Omfang	8 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og opgaveløsning

[Retur til forside](#)



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

Titel 11	Internationalisering
Indhold	Grundbogen: Afsætning A fra Trojka, 4. udgave kap. 28, internationalisering og markedsudvælgelse side 200-227
Omfang	10 lektioner
Særlige fokuspunkter	Særligt fokus på tankegangskompetencen med internationalisering samt modelleringskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og opgaveløsning

[Retur til forside](#)



Titel 12	P'erne internationalt
Indhold	Grundbogen: Afsætning A fra Trojka, 4. udgave kap. 33-37, side 286-372
Omfang	20 lektioner
Særlige fokuspunkter	At få eleverne til at ræsonnere over standardiseret eller differentieret marketingmix med fokus på de 4 p'er
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning og opgaveløsning



Titel 13	Kulturelle forhold
Indhold	Grundbogen: Afsætning A fra Trojka, 4. udgave kap. 31, Kulturelle forhold side 258-275
Omfang	8 lektioner
Særlige fokuspunkter	Problembehandlingskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning og gruppearbejde



Titel 14	Købsadfærd på B2B markedet (virksomhedens eksterne forhold - se titel 4)
Indhold	Grundbogen: Afsætning A fra Trojka, 4. udgave kap. 11+12, side 254-284
Omfang	8
Særlige fokuspunkter	Fokus på forskellen mellem købsadfærden på henholdsvis B2B og B2C
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning



Titel 15	Eksamensforløb om Naturkraft
Indhold	
Omfang	10 lektioner
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejde