Studieplan

BØRNE- OG UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	August- maj 2026/27
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Mette Marie Klausen
Hold	HH24a

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Internationalisering
Forløb 2	Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Forløb 3	Marketing mixet globalt
Forløb 4	Marketingplan – Marketingplanen både nationalt og globalt
Forløb 5	Strategi
Forløb 6	Diverse repetition og eksamenstræning
Forløb 7	
Forløb 8	
Forløb 9	
Forløb 10	

Forløb 1	**Internationalisering**
Forløbets indhold og fokus	Vurdering af virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab. Udvælgelse af markeder i form af forskellige markedsudvælgelsesmetoder. Kulturelle forhold.
Faglige mål	Tankegangskompetencen Problembehandlingskompetencen Modelleringskompetencen Ræsonnementskompetencen
Kernestof	Internationalisering
Anvendt materiale og omfang	Kap. 9 Marketing – en grundbog i afsætning. Ibog. Supplerende stof: Diverse artikler, udsendelser og opgaver. 20 timer/50 sider
Arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning

Forløb 2	**Segmentering, målgruppevalg og positionering globalt**
Forløbets indhold og fokus	De forskellige trin i segmenteringsprocessen. Konsumentenhed, Segmenteringskriterier, vurdering af segmenter (SMUK-modellen), valg af målgruppe, fastlæggelse af målgruppestrategi. Differentiering og positionering. Fokus på segmentering og målgruppevalg på konsumentmarkedet samt målgruppestrategi. Forudsætninger for differentiering samt en vellykket positionering er inddraget.
Faglige mål	Tankegangskompetencen Problembehandlingskompetencen Modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering på B2C-markedet
Anvendt materiale og omfang	Kap. 11 Kap. 9 Marketing – en grundbog i afsætning. Ibog. Diverse artikler og opgaver. 5 timer/20
Arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning.

Forløb 3	**Marketing mix globalt**
Forløbets indhold og fokus	De 4 P´er 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.
Faglige mål	Tankegangskompetencen Problembehandlingskompetencen Modelleringskompetencen Ræsonnementskompetencen
Kernestof	Marketing mix globalt
Anvendt materiale og omfang	Kap. 17, 19, 21, 23 og 24. Marketing – en grundbog i afsætning. Ibog. Diverse artikler og opgaver. . 20 timer/50 sider
Arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning.

Forløb 4	Marketingplan – Marketingplanen både nationalt og globalt
Forløbets indhold og fokus	Martingplanen både nationalt og globalt.
Faglige mål	Tankegangskompetencen Problembehandlingskompetencen Modelleringskompetencen Ræsonnementskompetencen
Kernestof	Marketingplanen både nationalt og globalt
Anvendt materiale og omfang	Kap. 25. Marketing – en grundbog i afsætning. Ibog.
Arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning.

Forløb 5	**Strategiske analyser**
Forløbets indhold og fokus	Blue Ocean-strategi, Porteføljeanalyser m.m.
Faglige mål	Kommunikationskompetencen Modelleringskompetencen Tankegangskompetencen Ræsonnementskompetencen
Kernestof	Strategi
Anvendt materiale og omfang	Supplerende stof: Diverse artikler vedrørende bl.a. Urtekram og Pilgrim. Udsendelse om virksomheden Lakrids by Bülow fra serien danske iværksættereventyr. Kap. 10. Marketing – en grundbog i afsætning. Ibog. Supplerende stof: Diverse artikler, udsendelser og opgaver. 10 timer/45 sider
Arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning.