

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-Juni 2027
Institution	SCU - Skanderborg – Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Karen Kristensen /Grundforløbslærer (PMN, MBN, KACH, ND, LBD)
Hold	HH1F

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold – Værdikæder og forretningsmodeller
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold – Omverdensforhold
Titel 3	Konkurrenceforhold
Titel 4	Brancheforhold
Titel 5	Købsadfærd på B2C markedet
Titel 6	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Titel 7	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 8	Strategi



Titel 1	Virksomhedens interne forhold – Værdikæden mv
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 2. Den interne situation Supplerende stof: Cases Diverse artikler
Omfang	September og oktober 2024
Særlige fokuspunkter	• Porters værdikæde (Produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed) • Forretningsmodel: Business Model Canvas • Indlæring af fagudtryk og forståelse for anvendelsen heraf. • Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold • Eleverne skal kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning set i lyset af de indsamlede informationer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde med præsentation, skriftligt arbejde Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi



Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold - Omverdensforhold
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap 3 Supplerende stof: Hjemmesider Artikler
Omfang	Oktober og november 2024
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne situation. • Analysere virksomhedens eksterne forhold med udgangspunkt i omverdensmodellen og PEST(EL) • Vurdere muligheder og trusler, samt opstille muligheds- og trusselsmatrix ud fra analyse af omverdensforhold Progression: • Eleverne arbejder med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse



Titel 3	Konkurrenceforhold
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 4 Supplerende stof: Artikler og nyhedsudsendelser Euromonitor Artikler Hjemmesider
Omfang	November 2024
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: Analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked. Dvs. • definere virksomhedens marked • identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position Progression: Eleverne arbejder med diverse opgaver skriftligt og præsenterer i matrixgrupper.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, afleveringsopgave Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi



Titel 4	Brancheforhold
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 5 Supplerende stof: Artikler Euromonitor Cases
Omfang	November 2025
Særlige fokuspunkter	Gennemgående model: Porters 5 forces Eleverne skal kunne: • Foretage en analyse af konkurrencesituation i en branche • vurdere hvilke forhold der påvirker konkurrencesituationen i branchen • Vurdere hvordan forhold i branchen påvirker en virksomhed Progression: • Eleverne arbejder i klassen med en case, som er delvist lærerstyret • Eleverne arbejder i grupper med en åben case, hvor eleverne selv skal være iværksættere og dermed selv søge informationer til analysen Aflevering 1: Bilbranchen – del 1: Konkurrence
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, omlagt skriftlighed og afleveringsopgave Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi



Titel 5	Købsadfærd B2C
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 6 Supplerende stof: Case om rejsebranchen og bilbranchen Diverse artikler
Omfang	December 2024
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: • Give en karakteristik af konsumentmarkedet. • Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden • Beskrive det potentielle marked Progression: • Eleverne arbejder i grupper og individuelt Aflevering 2: Bilbranchen – del 2: Købsadfærd
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, dataindsamling, gruppearbejde m. præsentation, skriftligt arbejde Forløbet indgår i SO-forløb om Iværksætteri i samarbejde med Matematik og Virksomhedsøkonomi



Titel 6	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kap. 7
Omfang	Januar 2025
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: • Give karakteristik af producentmarkedet. • Lave en fyldestgørende analyse af købsadfærden på producentmarkedet. • Vurdere forskelle på købsadfærden på konsument- og producentmarkedet Progression: • Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen. • Eleverne arbejder med Arla på producentmarkedet, hvor købsadfærden analyseres
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse



Titel 7	Virksomhedens Markedsforhold del 1 – Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 11 Supplerende stof: Cases Diverse artikler Conzoom Gallups kompas
Omfang	februar - april 2025
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal: • Have kendskab til segmenteringskriterier på både konsumentmarkedet og være i stand til at gennemføre en segmentering. o Kunne gennemføre en segmenteringsproces • Kunne foretage valg af en eller flere målgrupper samt fastlægge en virksomheds målgruppestrategi og positionering på markedet Progression: • Progression i forløbet består i, at eleverne arbejde med diverse fælles opgaver som gennemgås og diskuteres på klassen. Aflevering 3: Tuborg Squashs målgruppe Aflevering 4: Lego Friends Målgruppe
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde.



Titel 8	Strategi – konkurrence- og vækststrategier
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2018 Kapitel 8
Omfang	April – maj 2025
Særlige fokuspunkter	Fokus på de forskellige strategier – de udvidet vækststrategier og grafiske noter.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (præsentationer), individuelt arbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde (synopsis).