



# Undervisningsbeskrivelse

## Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Termin</b>        | August 2020 – juni 2021                      |
| <b>Institution</b>   | SCU, Skanderborg Odder Center for Uddannelse |
| <b>Uddannelse</b>    | EUX  |
| <b>Fag og niveau</b> | Afsætning C                                  |
| <b>Lærer(e)</b>      | Camilla Busk Svejstrup                       |
| <b>Hold</b>          | EUX1B  |

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Titel 1</b> | Introduktion til afsætning                                |
| <b>Titel 2</b> | Virksomhedens omgivelser og overordnede forhold           |
| <b>Titel 3</b> | Virksomheden og kunderne                                  |
| <b>Titel 4</b> | Virksomhedens brug af parametre / samt markedsføringsplan |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |
|                |   |



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

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Titel 1</b>                    | Intro til afsætning  |
| <b>Indhold</b>                    | Afsætning B til EUX<br>Systeme Niv B<br>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard<br><br>Kapitel 1 |
| <b>Omfang</b>                     | 18 Lektioner   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | En grundlæggende forståelse for fagets indhold<br>Personlig Salg<br><br>Fokus på det afsætningsøkonomiske sprog                    |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Klasseundervisning/projektarbejde/gruppe fremlæggelser etc.  |



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

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Titel 2</b>                    | Virksomhedens omgivelser og overordnede forhold   |
| <b>Indhold</b>                    | Kernestof:<br>Afsætning B til EUX<br>Systeme Niv B<br>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard<br><br>Kapitel 4 og 5<br><br>Supplerende:<br>Afsætning til EUX/EUD<br>Systeme<br>Nettie Hvam Pape, Bruno Sørensen, Thomas Bach og André Krogh |
| <b>Omfang</b>                     | 18 lektioner  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Udvikling i virksomhedens omverden<br>Handels-og servicesektoren<br>Ide, mål og politikker<br>Konkurrenceforhold<br>Forretningskoncepter<br>Love  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Klasseundervisning/gruppearbejde, brug af forbrugerprogrammer fra TV, gruppefremlæggelser   |

[Retur til forside](#)



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

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Titel 3</b>                    | Virksomheden og kunderne  |
| <b>Indhold</b>                    | Kernestof:<br>Afsætning B til EUX<br>Systeme Niv B<br>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard<br><br>Kapitel 3, 6 og 10<br><br>Supplerende:<br>Afsætning til EUX/EUD<br>Systeme<br>Nettie Hvam Pape, Bruno Sørensen, Thomas Bach og André Krogh |
| <b>Omfang</b>                     | 20 lektioner  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Forbrugernes behov og købemotiver<br>Forbrugernes købsadfærd<br>Segmentering og målgruppevalg<br>Virksomhedens interne situation  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Klasseundervisning/projektarbejde/gruppe fremlæggelser etc.   |



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

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Titel 4</b>                    | Virksomhedens brug af parametre samt markedsføringsplan   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Kernestof:<br/>Afsætning B til EUX<br/>Systeme Niv B<br/>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard</p> <p>Kapitel 11-16</p> <p>Supplerende:<br/>Afsætning til EUX/EUD<br/>Systeme<br/>Nettie Hvam Pape, Bruno Sørensen, Thomas Bach og André Krogh</p> |
| <b>Omfang</b>                     | 22 lektioner  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Virksomhedens marketingmix<br/>Produkt<br/>Serviceydelser<br/>Pris<br/>Distribution<br/>Promotion planlægning<br/>Promotion parametre<br/>Branding<br/>Tab og svind<br/>Anvendt segmentering og målgruppevalg<br/>Markedsføringsplan i praksis</p>                                     |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Klasseundervisning/projektarbejde/gruppe fremlæggelser,<br/>Opgaver som skulle løses fysisk i byen / storcenter etc.<br/>Individuelle cases.</p>   |