



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj 2022
Institution	SCU
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætningsøkonomi A-niveau
Lærer(e)	Bo Kotian Lund BKL
Hold	HH3A

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Titel 2	Landeanalyse og kulturelle forhold
Titel 3	Segmentering og målgruppevalg - internationalt
Titel 4	Virksomhedens marketingmix – Internationalt
Titel 5	Interne forhold – Porteføljeanalyse
Titel 6	Virksomhedens marketingplan/eksamensprojekt



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

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. Kap. 9.1-9.4</p> <p>Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse cases Euromonitor</p>
Omfang	10 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">o Redegøre for virksomhedens internationaliseringo Analysere og vurdere virksomhedens internationalisering vba internationaliseringsmodeller (Uppsala, Born Global og Netværksmodellen) o Analysere hvilke motiver og barrierer virksomheden har ift internationaliseringo Analysere virksomhedens markedsudvælgelsesmetodeo Forklare sammenhængen mellem virksomhedens interne forhold og valg af markedsudvælgelsesmodelo Vurdere virksomhedens eksportberedskab <p>Progression: Der arbejdes med forskellige virksomheders internationalisering først på redegørende niveau og senere på analyserende og vurderende niveau</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/ opgaver Individuelt arbejde Mundtlig præsentation Skriftlig aflevering om Wally & Whiz



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

Titel 2	Landeanalyse og kulturelle forhold
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systeme Kap. 9.5+ '9.6</p> <p>Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Euromonitor</p>
Omfang	14 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">o Redegøre for indholdet i en landeanalyseo Diskutere virksomhedens indtrængning på et marked på baggrund af en landeanalyseo Redegøre for forskellige kulturteoriero Analysere et lands kulturelle forhold ved anvendelse af en kulturteorio Diskutere markedsforhold og kulturelle forholds betydning for virksomhedens valg af indtrængningsstrategio Analysere generelle og specifikke markedsforhold og forklare hvorledes de påvirker virksomhedens valg af parameterstrategio Analysere hvilke lande, der har eksportmæssig interesse for danske virksomhedero Diskutere forskellige markeders egnethed som eksportland for en virksomhed <p>Progression: Eleverne arbejder og gennemgår diverse fællesopgaver der skiftevis fremlægges for klassen. Fokus på diskussion og argumentation gennem fælles case i klassen</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde

Titel 3	Segmentering og målgruppevalg - internationalt
Indhold	<p>Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systeme Kap. 12</p> <p>Supplerende stof: Euromonitor (Consumer types) Udenlandske hjemmesider (Mosaic)</p>



Omfang	6 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• Bestemme målgruppen for et produkt på det internationale marked• Redegøre for internationale livsstilsmodeller (Consumer types (Euromonitor), VALS, Mosaic)• Diskutere virksomhedens valg af målgruppestrategi på det internationale marked
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser.

Titel 4	Virksomhedens marketingmix – Internationalt
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, System Kap. 17+19+21+23+24 Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Euromonitor
Omfang	32 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">o Analysere, diskutere og vurdere virksomhedens parametermix på såvel det danske som på de internationale markedero Diskutere graden af standardisering og hvilke markedsforhold og interne forhold der taler henholdsvis for og imod standardisering.o Analysere og vurdere prisstrategier på internationale markedero Analysere og vurdere markedsindtrængningsformer på internationale markedero Analysere prisfastsættelse af serviceprodukter
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde, casebaseret arbejde og mundtlig fremlæggelse, debatoplæg, podcasts og to afleveringer 'Too good to go + "dagligvarebranchen"'

Titel 5	Strategiske analyser
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, System Kap. 10 Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler



	Euromonitor
Omfang	12 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• Analysere virksomhedens portefølje vba. Bostonmodellen• Vurdere virksomhedens porteføljestrategi
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde

Titel 6	Virksomhedens marketingplan/eksamensprojekt
Indhold	A Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime Kap. 25 Supplerende stof: Forskellige virksomheders hjemmesider Diverse artikler Euromonitor Eksamensprojekt om Modebranchen
Omfang	16 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none">• Analysere sammenhængen mellem situationsanalyse og virksomhedens strategier i marketingplanen• Anvende viden fra analyser af interne og eksterne forhold i diskussionen virksomhedens marketingplan• Inddrage økonomiske overvejelser (budget og effekt) i vurdering af marketingplanen• Vurdere sammenhængen mellem strategiprocesen og marketingplanen
Væsentligste arbejdsformer	Terminsprøve og genaflevering af ”matas” Eksamensprojektets omdrejningspunkt er marketingplanen. – gruppearbejde.