

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2025
Institution	SCU
Uddannelse	Hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Line Dalby
Hold	HH1D

[illegible]



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

Titel 1	Interne forhold (GF)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2024 Kapitel 2 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider
Omfang	8 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Kernekompetence og konkurrencemæssig fordel Forretningsmodeller (gennemgået i Virksomhedsøkonomi) Værdikæder SW-opstilling
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/ skriftligt arbejde/præsentationer, individuelt- og gruppearbejde



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

Titel 2	Eksterne forhold (GF)
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systemtime 2024 Kapitel 2 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider Euromonitor Danmarks statistisk
Omfang	9 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	Omverdensmodellen PESTEL OT-opstilling
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/skriftligt arbejde i grupper/pararbejde



Titel 3	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2024 Kapitel 4 + 5 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider Casemateriale
Omfang	15 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	Konkurrenceforhold: • Markedsbeskrivelse • Konkurrentidentifikation • Markedsandele • Præference, konkurrenceformer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse Brancheforhold • Branchekarakteristik, definition af branche • Brancheanalyse, Porters 5 forces • Styrkeforhold
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/skriftligt arbejde og aflevering/pararbejde- samt gruppearbejde



Titel 4	Købsadfærd på B2C markedet og B2B markedet
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2024 Kapitel 6 + 7 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider Euromonitor
Omfang	16 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	SOR-modellen: Behovspyramider, købemotiver, beslutningsprocessen, købstyper, købsadfærdstyper, køberoller Rådighedsbeløb Referencegrupper Opinionsleder Delmarkeder på producentmarkedet Købstyper og beslutningsproces: Buy-Grid modellen Valgkriterier Købscenteret
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/pararbejde/Casearbejde Indgik desuden i SO1-projektrapport + fremlæggelse



Titel 5	Segmentering og positionering
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2024 Kapitel 11 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider
Omfang	7 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	Segmenteringsprocessen Segmenteringskriterier Livsstilsmodellerne Conzoom og Gallup Kompas Målgruppevalg Positionering
Væsentligste arbejdsfor- mer	Klasseundervisning/gruppearbejde



Titel 6	Strategi
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: Marketing – en grundbog i Afsætning, iBog, Systime 2024 Kapitel 8 og kapitel 10.1 Supplerende stof: Artikler Hjemmesider Casemateriale
Omfang	10 moduler af 60 min
Særlige fokuspunkter	SWOT og TOWS Virksomhedens idé Konkurrencestrategier, Porters Generiske strategier Vækststrategier: • Intensiveringsstrategier (Ansoff) • Integrationsstrategier • Diversifikationsstrategier • Strategisk alliance
Væsentligste arbejdsfor- mer	Klasseundervisning/skriftligt arbejde /pararbejde- samt gruppearbejde



[Retur til forside](#)