



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|---|
| Termin | Juni 2026 |
| Institution | SCU – Skanderborg-Odder Center for Uddannelse |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning A |
| Lærer(e) | Jesper Grooss |
| Hold | HH1F AF |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|----------------|---|
| Titel 1 | Interne forhold (GF) |
| Titel 2 | Eksterne forhold – omverdensforhold (GF) |
| Titel 3 | Købsadfærd på B2C-markedet |
| Titel 4 | Konkurrence- og brancheforhold |
| Titel 5 | Informationssøgning + introduktion til metode |
| Titel 6 | Strategi |
| Titel 7 | Markedsanalyse |
| Titel 8 | Købsadfærd på B2B-markedet |
| Titel 9 | Tværgående forløb samt introduktion til 4P/7P |



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

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 1 | Interne forhold (GF) |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 2 |
| Omfang | August + september 2025 |
| Særlige fokuspunkter | Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Værdikæder SW-opstilling Forretningsmodeller → gennemgået i VØ. BMC-opsamling sidst på skoleåret med et afsætningsmæssigt perspektiv |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 2 | Eksterne forhold – omverdensforhold (GF) |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 3 |
| Omfang | September + oktober 2025 |
| Særlige fokuspunkter | Omverdensmodellen OT-opstilling/mulighed- og trusselsmatrix PESTEL-analyse |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 3 | Købsadfærd på B2C-markedet |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 6 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og cases Case med et finde stimuli (typisk reklamer) i dagligdagen. Særlig aktuelt med den på det tidspunkt igangværende kommunalvalgskampagne |
| Omfang | November-december 2025 |
| Særlige fokuspunkter | SOR-modellen Købstyper Købsadfærdstyper Pain Behov Købemotiver Beslutningsprocessen Køberoller Beslutningsprocessen ved internetkøb/digitale rejser Andre købsadfærdsbegreber (referencegrupper, opinionsleder, rådighedsbeløb, livscyklus) |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde |
| Titel 5 | Konkurrence- og brancheforhold |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 4• Kapitel 5 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse cases |
| Omfang | December 2025 - februar 2026 |
| Særlige fokuspunkter | Markeder og markedsbeskrivelse Afgrensning af marked Konkurrencetragtmodellen (konkurrentidentifikation) Markedsandele |



| | |
|-----------------------------------|--|
| | Præference Konkurrenceformer Konkurrencemæssige positioner Konkurrent- og brancheanalyse Porters Five Forces |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, skriftligt arbejde, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 5 | Informationssøgning |
| Indhold | Kernestof: Indføring i EuroMonitor og Danmarks Statistik. Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Opgaver• www.dst.dk• Portal.euromonitor.com |
| Omfang | Januar 2026 |
| Særlige fokuspunkter | Begrebsopbygning og krydsreferencer til tidligere forløb (markedsandele, konkurrenceformer) Field research og desk research Søgestrategier Kildekritik Faglig mundtlighed i afsætning Argumentation Faglighed i skriftligt arbejde Introduktion til og arbejde med følgende databaser: <ul style="list-style-type: none">• EuroMonitor• Danmarks Statistik |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, aflevering |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 6 | Strategi |
| Indhold | <p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 8 <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver <p>Strategi-case med Carlsberg: https://www.dr.dk/drtv/se/topdirektoererne_-carlsberg_-jacob-paa-nyt-territorium_444179</p> <p>Strategier i virkelighed (og Scientific Management): https://youtu.be/6O9T7bqGAgI?si=PWwsRpgb8bEBKRKk</p> |
| Omfang | Februar + marts 2026 |
| Særlige fokuspunkter | <p>Virksomhedens strategiske arbejde</p> <p>Strategisk analyse</p> <p>SWOT</p> <p>TOWS-matrix</p> <p>Mission, vision, mål og værdier</p> <p>Konkurrencemæssig fordel</p> <p>Konkurrencestrategi (generisk strategi)</p> <p>Stuck-in-the-middle</p> <p>Bowmans strategiske ur</p> <p>Organisk vs uorganisk vækst</p> <p>Ansoffs vækststrategi suppleret med:</p> <ul style="list-style-type: none">- Intensiveringsstrategier- Integrationsstrategier- Diversifikationsstrategier- Strategisk alliance |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, aflevering |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 7 | Markedsanalyse |
| Indhold | <p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 1 (inkl. filmede klip) <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver <p>Som følge af Folketingsvalget var der en del referencer til meningsmålingerne og deres metodiske tilgang</p> |
| Omfang | Marts 2026 |
| Særlige fokuspunkter | Databaser Kvalitativ vs kvantitativ metode Udformning af spørgeskema Stikprøveplan og -udvælgelse Fejlkilder Repræsentativitet Markedsanalyseproces Big data |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 8 | Købsadfærd på B2B-markedet |
| Indhold | Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 7 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver og case |
| Omfang | April – maj 2026 |
| Særlige fokuspunkter | Delmarkeder på producentmarkedet B2B-markedets karakteristika Købstyper på B2B-markedet Beslutningsprocessen (Buy Grid-modellen) Valgkriterier Faktorer der påvirker købsadfærden Virksomhedens købscenter Relationsmarkedsføring og transaktionsmarkedsføring Kommunikation på B2B-markedet Forskelle på B2B købsadfærd og B2C købsadfærd |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 9 | Tværgående forløb samt introduktion til 4P |
| Indhold | <p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 10 <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse tværgående cases i bog – en case pr. gruppe med feedback og samlet perspektivering til kernestof fra hele skoleåret. Gruppeaflevering, hvor grupper kan have suppleret i de mere detaljerede kapitler om marketingmix fx promotion |
| Omfang | Januar 2026 (SO1) samt april-maj 2026 |
| Særlige fokus-punkter | <p>Marketingmix og PLC-forløb</p> <p>Produkt:</p> <p>Produktklassificering Produktets kvalitetsfunktioner Emballage Sortiment</p> <p>Ifm. SO1 var der et kort, særskilt 4P-forløb med bl.a. filmklip</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde med fremlæggelse for klassen |