



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj/juni 2024
Institution	Skanderborg-Odder Center for Uddannelse
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Line Brøndum Dalby / Elo Simoni (1. år) / Pernille Møller Nielsen (2.-3. år)
Hold	HH3A AF

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Den interne situation
Titel 2	Den eksterne situation
Titel 3	Strategi B
Titel 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 5	Metode & Markedsanalyse
Titel 6	Opsamling på 1. års stof
Titel 7	Virksomhedens parametermix
Titel 8	Markedsanalyse i praksis
Titel 9	Strategiske analyser
Titel 10	Internationalisering
Titel 11	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Titel 12	Segmentering på producentmarkedet
Titel 13	Marketingmix i internationalt perspektiv
Titel 14	Marketingplan



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

Titel 1	Den interne situation
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 2 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver, cases, artikler, mv.
Omfang	August-Oktober 2021 (Grundforløb)
Særlige fokuspunkter	Virksomhedskarakteristik Konkurrencedygtighed Forretningsmodeller Værdikæder SW-opstilling
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaver og cases fra lærebog plus egne opgaver, individuelt, par samt gruppearbejde, gruppepræsentationer, skriftligt arbejde



Titel 2	Den eksterne situation
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 3 - 7 Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Euromonitor• Statistikbanken.dk• Artikler• Egne opgaver/cases• Aktuelle eksempler
Omfang	November 2021 -Marts 2022
Særlige fokuspunkter	Omverdensmodellen OT-opstilling Muligheds- og trusselsmatrix PESTEL-analyse Konkurrenceforhold Porters 5 forces Brancheforhold ’Konsumentmarkedet S-O-R modellen Købsadfærdsanalysen Købsadfærd Producentmarkedet
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaver og cases fra lærebog plus egne opgaver, individuelt, par samt gruppearbejde, gruppepræsentationer, skriftligt arbejde. Projektarbejde som del af studieområdet med VØ og Ma



Titel 3	Strategi B
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 8
Omfang	Januar-februar 2022
Særlige fokuspunkter	SWOT TOWS Mission, vision, værdier Konkurrencestrategier Vækststrategier
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaver og cases fra lærebog plus egne opgaver, individuelt, pararbejde samt gruppearbejde, gruppepræsentationer, skriftligt arbejde.



Titel 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 11
Omfang	Marts-april 2022
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Segmentering• Målgruppevalg• Positionering
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde, gruppearbejde, præsentationer, skriftlige opgave



Titel 5	Metode & Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 1• Introduktion til afsætning, Samfundsvidenskabelig metode
Omfang	April-maj 2022
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Informationssøgning• Datakilder• Dataindsamlingsmetoder• Kildekritik og repræsentativitet• Markedsanalyseprocessen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, skriftligt arbejde



Titel 6	Opsamling på 1. års stof
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 2.1 Virksomhedskarakteristik• Kapitel 8 Strategi• Kapitel 4.4 Konkurrenceformer Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver, cases, artikler, mv.• C25-virksomheder: https://falconinvest.dk/c25-indeks-omxc25-info-kurs-indhold-danske-aktier/
Omfang	August 2022
Særlige fokuspunkter	Virksomhedskarakteristik som del af intern analyse Konkurrencestrategier Vækststrategier Bowmans strategiske ur Konkurrenceformer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, gruppearbejde, skriftligt arbejde, mundtlige fremlæggelser



Titel 7	Virksomhedens parametermix
Indhold	<p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 14 Marketing mix• Kapitel 15 Produkt• Kapitel 16 Serviceydelser• Kapitel 18 Pris• Kapitel 20 Distribution• Kapitel 22 Promotion <p>Supplerende materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse opgaver, aktuelle cases, artikler, mv.
Omfang	September 2022 – april 2023
Særlige fokuspunkter	De 4 P'er: Pris Place Promotion Produkt De 7 P'er Serviceleverancesystemet Oplevelsesøkonomi
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, skriftligt arbejde, gruppearbejde, casearbejde, mundtlige præsentationer



Titel 8	Markedsanalyse i praksis
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 1 Markedsanalyse Supplerende materiale: <ul style="list-style-type: none">• Egen frembringelse: <i>Quick guide til markedsanalyse</i>• Intro til Microsoft <i>Forms</i> (som eleverne brugte til egen dataindsamling)
Omfang	April-maj 2023
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Markedsanalyseprocessen• Datakilder• Dataindsamlingsmetoder• Kildekritik og repræsentativitet• Fejkilder
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber Gruppearbejde: Gennemførelse af markedsanalyse i praksis, inkl. mundtlig præsentation på klassen, ud fra følgende overordnede problemstilling: <i>Hvordan bliver SCU eleverne bedre til at rydde op?</i> (i klasselokaler, fællesområder og på toiletterne) <ul style="list-style-type: none">- hvor populationen var alle elever på SCU.



Titel 9	Strategiske analyser
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 8 Strategiske analyser Supplerende materiale: Egen frembringelse: <i>Minikompendium - Analyse af konkurrence- og vækststrategi</i>
Omfang	August 2023
Særlige fokuspunkter	Udvidet model for vækststrategier, Blue og Red Ocean, Porteføljeanalyse og -strategi (Bostonmodellen). Digitale forretningsmodeller, Digital transformation og strategi. Bæredygtighed.
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber, individuelt casearbejde, mundtlige præsentationer, gruppe- og pararbejde.



Titel 10	Internationalisering
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 9 Internationalisering
Omfang	September 2023
Særlige fokuspunkter	Internationalisering: <i>Eksportmotiver & eksportberedskab</i> (de interne 4 P'er) – <i>Kulturelle forhold:</i> Miljøafstand, Scheins kulturniveauer (virksomhedskultur), Hofstedes kulturelle dimensioner (landekultur) – <i>Markedsudvælgelse:</i> 1. Tilfældighedsmetoden, 2. Nærmarkedsmetoden, 3. Tragtmetoden – <i>Internationaliseringsmodeller:</i> 1. Uppsala-modellen, 2. Born Global-virksomheder (inkl. e-handels virksomheder), 3. Netværksmodellen Information om internationale markeder: 1) <i>Generelle markedsforhold</i> (virksomhedens uafhængige omverden) 2) <i>specifikke markedsforhold</i> (virksomhedens afhængige omverden)
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber. Individuelt og pararbejde med opgaver og cases fra såvel Systime som fagligt relevante medier. Casearbejde i grupper, mundtlige præsentationer. Egen dataindsamling ifm. udarbejdelse af kulturanalyse.



Titel 11	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 12 Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Omfang	Oktober – november 2023
Særlige fokuspunkter	SMP-processen i internationalt perspektiv <i>Geografiske segmenteringsvariable</i> <ul style="list-style-type: none">• Generelle karakteristika• Specifikke karakteristika <i>Kulturelle zoner</i> <i>Internationale livsstilsmodeller</i> <ul style="list-style-type: none">• Conzoom® / Mosaic• VALS®
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber. Individuelt og pararbejde med opgaver og cases fra såvel Systime som fagligt relevante medier. Casearbejde i grupper, udarbejdelse af skriftligt notat.



Titel 12	Segmentering på producentmarkedet
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 13 Segmentering på producentmarkedet
Omfang	November 2023
Særlige fokuspunkter	<i>Delmarkeder på producentmarkedet</i> <ul style="list-style-type: none">• Det industrielle marked• Melleghandlermarkedet• Det offentlige marked <i>Segmenteringsvariable på producentmarkedet</i> <ul style="list-style-type: none">• Geografiske og virksomhedsspecifikke variable• Produktionsvariable• Indkøbsvariable <i>Industriel segmentering (fremgangsmåde)</i> <ul style="list-style-type: none">• Build-op tankegangen• Break-down tankegangen
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber. Individuelt og pararbejde med opgaver og cases fra såvel Systime som fagligt relevante medier. Casearbejde i grupper.



Titel 13	Marketingmix i internationalt perspektiv
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i>, iBog, Systime 2018</p> <ul style="list-style-type: none">• Produkt i internationalt perspektiv (kap. 17)• Pris i internationalt perspektiv (kap. 19)• International distribution (Kap. 21)• International promotion (Kap. 23)• Standardiseret eller tilpasset marketingmix / Marketingmix i internationalt perspektiv (kap. 24) <p>Supplerende materiale:</p> <p><u>Neuromarketing:</u> <i>Det sker der i din hjerne når du ser et tilbud</i>; Jyllands-Posten, 28/12/2017: https://jyllands-posten.dk/livsstil/ECE10152144/detsker-der-i-din-hjerne-naar-du-ser-et-tilbud/</p> <p>VIDEO: Peter Lund Madsen: Sådan arbejder din hjerne, når du handler</p> <p>VIDEO: Neuromarketing: How brands are getting your brain to buy more stuff</p>
Omfang	December 2023 – marts 2024
Særlige fokuspunkter	<p>PRODUKT</p> <p>Produkt niveauer</p> <ul style="list-style-type: none">• Det basale produkt• Det udvidede produkt• Service og support <p>Mærkebeslutninger</p> <ul style="list-style-type: none">• Anonymt mærke (no-name)• Mærkestrategi• Parallelimport <p>Produktets livscyklus</p> <ul style="list-style-type: none">• PLC-kurve• TLC-kurve• Forskudt PLC-forløb <p>Stage-gatemodellen</p> <p>PRIS</p> <p>Pris-/kvalitetsstrategi</p> <ul style="list-style-type: none">• Trading-up / trading-down <p>Priseskalering</p> <p>Valutakursrisiko</p> <p>Revenue pricing & bundling</p>



	<p>Prisfastsættelse på B-2-B</p> <p>Krydspriselasticitet</p> <p>DISTRIBUTION</p> <p>Markedsindtrængningsformer</p> <ul style="list-style-type: none">• Kriterier for valg af markedsindtrængningsform <p>PROMOTION</p> <p>Den udvidede kommunikationsmodel</p> <p>Neuromarketing</p> <p>Content marketing</p> <p>MARKETINGMIX I INTERNATIONALT PERSPEKTIV</p> <p>Standardisering eller differentiering i de fire (syv) parametre</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber.</p> <p>Individuelt og pararbejde med opgaver og cases fra såvel Systime som fagligt relevante medier.</p> <p>Cesarbejde i grupper.</p> <p>Individuelt skriftligt arbejde.</p> <p>Mundtlige præsentationer.</p>



Titel 14	Marketingplan
Indhold	Kernestof: M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none">• Kapitel 25 Marketingplan
Omfang	Marts – april 2024
Særlige fokuspunkter	<i>Situationsanalyse</i> <ul style="list-style-type: none">• Den interne situation• Den eksterne situation <i>Marketingplanen</i> <ul style="list-style-type: none">• Målsætning• Strategi• Handlingsplan <i>Budget og effektmåling</i> <ul style="list-style-type: none">• Budgettering af marketingindsats• Måling af marketingeffektivitet (nøgletal)• Break-even overvejelser• ROI & ROMI• Reklamenulpunkt & nulpunktomsætning
Væsentligste arbejdsformer	Klassegennemgang af væsentlige fagbegreber. Individuelt og pararbejde med opgaver og cases fra såvel Systime som fagligt relevante medier. Casearbejde i grupper.