



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Maj/juni 2023
<b>Institution</b>	Skanderborg-Odder Center for Uddannelse
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Line Brøndum Dalby / Elo Simoni (1. år) / Pernille Møller Nielsen (2. år)
<b>Hold</b>	HH2A AF

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Den interne situation
<b>Titel 2</b>	Den eksterne situation
<b>Titel 3</b>	Strategi B
<b>Titel 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 5</b>	Metode & Markedsanalyse
<b>Titel 6</b>	Opsamling på 1. års stof
<b>Titel 7</b>	Virksomhedens parametermix
<b>Titel 8</b>	Markedsanalyse i praksis
<b>Titel 9</b>	
<b>Titel 10</b>	
<b>Titel 11</b>	



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

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



<b>Titel 2</b>	Den eksterne situation
<b>Indhold</b>	<b>Kernestof:</b>  M. Bregendahl m.fl.: <i>Marketing</i> , iBog, Systime 2018 <ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitel 3 - 7</li></ul> <b>Supplerende materiale:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Euromonitor</li><li>• Statistikbanken.dk</li><li>• Artikler</li><li>• Egne opgaver/cases</li><li>• Aktuelle eksempler</li></ul>
<b>Omfang</b>	November 2021 -Marts 2022
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Omverdensmodellen OT-opstilling Muligheds- og trusselsmatrix PESTEL-analyse Konkurrenceforhold Porters 5 forces Brancheforhold ’Konsumentmarkedet S-O-R modellen Købsadfærdsanalysen Købsadfærd Producentmarkedet
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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



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



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



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



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



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





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