

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver

Termin	Januar 2022 – juni 2022
Institution	College 360 business
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	Afsætning (C) - https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/692 - bilag 2
Lærer(e)	Mogens Jensen
Hold	gf2g20122eux

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedsforståelse
Titel 2	Efterspørgsel
Titel 3	Udbud
Titel 4	Marketing mix
Titel 5	Service og kundebetjening

Titel 1	Virksomhedsforståelse
----------------	-----------------------

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

[Retur til forside](#)

Litteratur	I-bogen System Afsætning til EUD/EUX, Lars Rye m.fl. kap. 1 – 6
Omfang	
Indhold	<p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forretningsmodeller og koncepter online/offline ▪ SWOT ▪ Distributionskæde ▪ Kendetegn for B2C ▪ B2B ▪ Delmarkeder på B2B ▪ Kendetegn B2C ▪ Købelov, markedsføringslov mm
Særlige fokuspunkter	<p>Redegøre for en virksomheds koncept og distributionskæde samt B2B marked</p> <p>Redegøre for relevante love og regler</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning</p> <p>Skriftligt arbejde</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Fremlæggelser og evalueringer</p> <p>Dialog</p> <p>Bevægelse i undervisningen</p> <p>Summemøde</p>

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

[Retur til forside](#)

	Digital
--	---------

[Retur til forside](#)

Titel 2	Efterspørgsel
Litteratur	I-bogen systime Afsætning til EUD/EUX, Lars Rye m.fl kap. 7-8
Omfang	

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

[Retur til forside](#)

<p>Indhold</p>	<p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Målgrupper og segmentering på B2C markedet ▪ Segmenteringskriterier (online/offline) på B2C markedet (demografi, adfærd og livsstil) ▪ Livsstilsmodeller ▪ Købsadfærd (online/offline) på B2C markedet <ul style="list-style-type: none"> - behov - købemotiver - købevaner - købstyper - køberoller og beslutningsproces - Trends <p>Supplereende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Målgrupper og segmentering på B2B markedet • Købsadfærd på B2B markedet
<p>Særlige fokusområder</p>	<p>Anvende metoder til a segmentere markeder og vælge operationel målgruppe.</p> <p>Anvende metoder til a beskrive købsadfærd og trends i forhold til et konkret produkt eller virksomhed</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning Skriftligt arbejde Gruppearbejde Fremlæggelse og evaluering Dialog Skab og spil Bevægelse i undervisningen Summemøde Digital</p>

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

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 3	Udbud
Indhold	I bogen systeme Afsætning til EUD/EUX, Lars Rye m.fl kap. 9.
Omfang	

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

[Retur til forside](#)

<p>Indhold</p>	<p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Snæver til bred konkurrence ▪ Markedsopdeling <ul style="list-style-type: none"> - effektivt marked - latent marked ▪ Konkurrentanalyse <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrenceform • Konkurrencemæssige positioner
<p>Særlige fokusområde</p>	<p>Anvende metoder til at beskrive konkurrencesituationen for en konkret produkt eller virksomhed</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning Skriftligt arbejde Gruppearbejde Fremlæggelser og evaluering Dialog Miniprojekt Bevægelse i undervisningen Summemøde Digitalt</p>

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

[Retur til forside](#)

	Projekt
--	---------

[Retur til forside](#)

Titel 4	Marketingmix
Indhold	I bogen systime Afsætning til EUD/EUX, Lars Rye m.fl kap 10 – 13
Omfang	

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

[Retur til forside](#)

Indhold	<p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Produkt<ul style="list-style-type: none">- Serviceydelser/fysisk produkt:<ul style="list-style-type: none">KendetegnKvalitetSortiment• Place<ul style="list-style-type: none">- Beliggenhedsformer- Channel marketing (single, multi, cross, og omni)- Kædetyper og specialbutikker• Pris<ul style="list-style-type: none">- Metoder for prisfastsættelse:<ul style="list-style-type: none">kalkulationsfaktorretrograd kalkulationfordelings kalkulationpsykologiske priser- Grundlæggende prismatch• Promotion<ul style="list-style-type: none">- Online markedsføringHjemmeside, webshop og appSociale medierCookies <p>Supplerende stof:</p> <p>Reklamer, sales promotion og PR</p> <p>Butiksindretning og vareeksponering (ABC pladsen og XYZ varer)</p> <p>Loyalitetsprogrammer</p>
----------------	---

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

[Retur til forside](#)

Særlige fokuspunkter	Anvende viden om en virksomheds målgruppe til at udarbejde marketingmix (online/offline) for et konkret produkt eller virksomhed
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Skriftligt arbejde Gruppearbejde Fremlæggelser og evaluering Dialog Bevægelse i undervisningen Summemøde Digitalt

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Service og kundebetjening
Indhold	I bogen systeme Afsætning til EUD/EUX, Lars Rye m.fl. kap 14
Omfang	
Indhold	<p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none"> - God/dårlig kundeservice og rådgivning - Servicekoncepter og servicepakke - Salgstrappen - Online og off line kundebetjening - Salgstrappen
Særlige fokuspunkter	Anvende viden om service til at udarbejde forslag til god service (online/offline) før, under og efter købet med udgangspunkt i en konkret virksomheds målgruppe
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Summemøde Skriftligt arbejde Gruppearbejde Test Fremlæggelse og evaluering</p>

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

[Retur til forside](#)

	Dialog Digitalt Bevægelse i undervisningen
--	--

[Retur til forside](#)

Supplerende stof:

Diverse videoer fra praksis

Video fra Nordea om, hvordan de promoverer deres virksomhed

Video om markedsføring på nettet

mm.

Fordybelsestid

Dokumentationsopgave