



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|-------------------------|
| Termin | November 2020-Juni 2023 |
| Institution | College360 |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning A |
| Lærer(e) | Nick Jensen |
| Hold | HHX3G |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|-----------------|---|
| Titel 1 | Introforløb |
| Titel 2 | Brancheforhold |
| Titel 3 | Strategi |
| Titel 4 | SO1: Kultur, marked, og kommunikation |
| Titel 5 | Marketing mix |
| Titel 6 | Opsamling på kapitel 2,3,4 + 6 |
| Titel 7 | Markedsanalyse |
| Titel 8 | Købsadfærd på producentmarkedet |
| Titel 9 | Segmentering |
| Titel 10 | Event og promotion plan for Silkeborg Beachvolley Klub |
| Titel 11 | Internationalisering |
| Titel 12 | Strategiske analyser |
| Titel 13 | Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv og på producentmarkedet |
| Titel 14 | Marketing mix i internationalt perspektiv |
| Titel 15 | Marketing plan |
| Titel 16 | Eksamensprojekt – Ditur.dk |



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 1 | <i>Introforløb</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 2: Den interne situation (2.1, 2.2, 2.5, 2.6)- Kapitel 3: Den eksterne situation (3.1, 3.2)- Kapitel 4: Konkurrenceforhold (4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5)- Kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet (6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6) |
| Omfang | Ca. 20 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Den interne situation- Den eksterne situation- Konkurrenceforhold- Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 2 | <i>Brancheforhold</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 5: Brancheforhold Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">- Diverse brancherapporter fra Passport GMID:<ul style="list-style-type: none">- mobiltelefoner i DK og i Tyskland- sportstøj i DK og i Tyskland- caféer/barer i DK og i Tyskland- dametøj i DK og i Tyskland- parfume i DK og i Tyskland- herretøj i DK og i Tyskland |
| Omfang | Ca. 7 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Branchekarakteristik- Brancheanalyse |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion |



| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 3 | <i>Strategi</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 8: Strategi Supplerende stof: <ul style="list-style-type: none">- Diverse rapporter fra Passport GMID med fokus på skotøjsbranchen og ECCO |
| Omfang | Ca. 7 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Mission, vision og værdier- SWOT-opstilling- TOWS-matrix- Konkurrencestrategier- Vækststrategier |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 4 | <i>SO 1 – Kultur, marked, og kommunikation</i> |
| Indhold | SO1 forløb med Afsætning, Dansk, og Engelsk Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 11: Segmentering, målgruppevalg, og positionering- Kapitel 25: Marketingplan |
| Omfang | Ca. 25 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Markedsføringsplan- Segmentering og målgruppevalg |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, præsentationer |

| | |
|----------------|---|
| Titel 5 | <i>Marketing Mix</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 15: Produkt- Kapitel 16: Serviceydelser |



| | |
|-----------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 18: Pris- Kapitel 20: Distribution- Kapitel 22: Promotion <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">- Artikel: <i>Supermarkederne vil have dig til at droppe de kendte mærker.</i> https://www.dr.dk/nyheder/penge/supermarkederne-vil-have-dig-til-droppe-de-kendte-maerker- FDIH E-HANDELSANALYSE: FORBRUGET PÅ NETTET VOKSEDE MED 14 MIA. KR. I 2018. https://www.fdi.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/ars-og-halvars-rapporter/e-handelsanalyse-18- Artikel: <i>Klar til Amazon-effekten? Verdens mest værdifulde virksomhed kan være på vej til Danmark.</i> https://www.dr.dk/nyheder/penge/klar-til-amazon-effekten-verdens-mest-vaerdifulde-virksomhed-kan-vaere-paa-vej-til- Video: <i>Her er verdens - måske - bedste reklamer: Her snyder de både dig - og Facebook.</i> http://underholdning.tv2.dk/viralt/2016-06-23-her-er-verdens-maaske-bedste-reklamer-her-snyder-de-baade-dig-og-facebook |
| Omfang | Ca. 20 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Marketing mix- Produkt/service- Pris- Distribution- Promotion |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion |

| | |
|-----------------------------|---|
| Titel 6 | <i>Opsamling på kapitel 2,3,4 + 6</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 2: Den interne situation (2.3, 2.4)- Kapitel 3: Den eksterne situation (3.3, 3.4)- Kapitel 4: Konkurrenceforhold (4.6)- Kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet (6.1, 6.7) |
| Omfang | Ca. 10 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Forretningsmodeller- Business Model Canvas- Muligheds og trusselsmatrix- PESTEL analyse- Konkurrentanalyse |



| | |
|-----------------------------------|---|
| | - SOR modellen |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion, cases |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 7 | <i>Markedsanalyse</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 1: Markedsanalyse |
| Omfang | Ca. 5 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Datakilder- Kvantitative og kvalitative metoder- Markedsanalyseprocessen |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, projektarbejde, cases |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 8 | <i>Segmentering</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 11: Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| Omfang | Ca. 8 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Markedssegmentering- Segmenteringsprocessen- Målgruppevalg- Positionering <p>Virksomhedsbesøg hos Jyske Bank med fokus på promotion og målgrupper.</p> |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klasses Diskussion, cases |

| | |
|----------------|--|
| Titel 9 | <i>Købsadfærd på producentmarkedet</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 7: Købsadfærd på producentmarkedet |



| | |
|-----------------------------------|---|
| | |
| Omfang | Ca. 4 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Virksomheders købsadfærd- Virksomheders købsbeslutningsproces- Valgkriterier på de tre markeder- Faktorer der købsadfærden |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, klassediskussion, cases |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 10 | <i>Event og promotion plan for Silkeborg Beachvolley Klub</i> |
| Indhold | Eleverne har været på besøg i Silkeborg Beachvolley Klub, og har fået til opgave at analysere på klubbens udfordringer med fokus på at lokke flere medlemmer til klubben, og at skabe et klubmiljø, som skaber loyalitet hos de nuværende medlemmer. Eleverne har fremlagt deres løsningsforslag for klassen. |
| Omfang | 8 lektioner af 60 min. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 11 | <i>Internationalisering</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 9: Internationalisering |
| Omfang | 8 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Virksomhedens eksportmotiver- Virksomhedens eksportberedskab- Internationaliseringsmodeller- Markedsudvælgelse- Kulturelle forhold- |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |



| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 12 | <i>Strategiske analyser</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 10: Strategiske analyser |
| Omfang | 6 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Vækststrategier: diversifikation, integration, strategisk alliance- Blue Ocean og Red Ocean- Porteføljeanalyse og strategi- Digitale forretningsmodeller, transformation og strategi |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 13 | <i>Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv og på producentmarkedet</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 12: Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv - Kapitel 13: Segmentering på producentmarkedet |
| Omfang | 6 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- International segmentering- Internationale livsstilsmodeller- Delmarkeder på producentmarkedet- Segmenteringsvariable på producentmarkedet- Build-up og break-down |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |

| | |
|-----------------|---|
| Titel 14 | <i>Marketing mix i internationalt perspektiv</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ - Kapitel 17: Produkt i internationalt perspektiv - Kapitel 19: Pris i internationalt perspektiv - Kapitel 21: International Distribution - Kapitel 23: International Promotion - Kapitel 24: Marketing Mix i internationalt perspektiv |
| Omfang | 12 lektioner af 60 min. |



| | |
|-----------------------------------|--|
| | |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Standardisering og differentiering af marketing mix, Pris og Produkt- Markedsindtrængningsformer- Internationale medievalg |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 15 | <i>Marketingplan</i> |
| Indhold | Kernestof: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Kapitel 25: Marketingplan |
| Omfang | 3 lektioner af 60 min. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">- Situationsanalyse- Marketingplan- Budget og effektmåling |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, PowerPoints, præsentationer |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 16 | <i>Eksamensprojekt – Ditur.dk</i> |
| Indhold | Udleveret materiale: Marketing. (Læreplan 2017). https://marketing.systeme.dk/ <ul style="list-style-type: none">- Forløbsmaterialer: https://marketing.systeme.dk/?id=1879 <p>Eleverne laver analyser af Ditur, som sikrer at de kommer omkring kernestoffet. Arbejdet ender ud i en rapport med oversigt over analyserne som er foretaget og en plakat som medbringes til eksamen.</p> |
| Omfang | 20 lektioner af 60 min. |
| Væsentligste arbejdsformer | Gruppearbejde på rapport til aflevering og individuelt arbejde på plakat til eksamen |