

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Juni 2025
Institution	Handelsgymnasiet Nykøbing F
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Jette Olesen Knudsen
Hold	22hx4c

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Generelt	Lærebog 1: Trojka Afsætning A1 – Lene Jenrich, Lise Aarasin og Helle Villum Christensen – kapitlerne 1-19 Lærebog 2: Systimes ibog Marketing – Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl, Morten Haase. Kapitlerne 14-25 Grundet lærerskift ved starten af 3. år er uvb for det for den første tid lidt mangelfuld Deltagelse i SO-forløb: SO2 Kulturelle forhold – Afsætning, dansk, tysk/spansk SO3 Bæredygtighed – Afsætning, virksomhedsøkonomi, international økonomi SO7 Globalisering – Afsætning (som studieretningsfag), International Økonomi, dansk, engelsk, tysk/spansk, historie
Forløb 1	Markedsanalyse
Forløb 2	Interne forhold
Forløb 3	Eksterne forhold
Forløb 4	Købsadfærd på b2c og b2b
Forløb 5	Strategi og strategiske analyser
Forløb 6	Marked- og konkurrenceforhold
Forløb 7	Branche
Forløb 8	Segmentering og målgruppevalg b2c og b2b
Forløb 9	Marketingmix nationalt

Forløb 10	Internationalisering inkl. segmentering og målgruppevalg internationalt og marketingmix internationalt
Forløb 11	”Eksamensprojekt”
Skriftlighed	Skriftlighed. Skriftlighed på 3. år – træning gennem skriftlige eksamensopgaver – Bæredygtighed i tøjbranche, Den danske kaffebranche, Roccamore og B&O

Forløb 1	Markedsanalyse og Introduktion til faget
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 4 og 5 – fx datakilder, kvantitativ og kvalitativ metode, spørgeskemaer og big data Afsætning A1 kapitel 1 og 2 – Begreber og markedsføringsbegrebet
Faglige mål	
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitel 1, 2, 4 og 5
Arbejdsformer	

Forløb 2	Interne forhold
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 Kapitel 6 – fx værdikæde og forretningsmodeller
Faglige mål	
Kernestof	Den interne situation
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitel 6
Arbejdsformer	

Forløb 3	Eksterne forhold
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 8 fx omverdensmodel, PESTEL og reaktion på ændringer i omverdenen
Faglige mål	
Kernestof	Den eksterne situation
Anvendt materiale	Trojka Afsætning A1 kapitel 8
Arbejdsformer	

Forløb 4	Købsadfærd b2c og b2b
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 9, 10, 11 og 12 fx SOR, købstyper, købsbeslutningsproces, baggrundsforhold Fokus på forskelle mellem de to markeder
Faglige mål	
Kernestof	Den eksterne situation
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitlerne 9, 10, 11 og 12 Video om forskelle på købsadfærd b2b og b2c https://www.youtube.com/watch?v=GZ7SOEmt4P0
Arbejdsformer	[

Forløb 5	Strategi og strategiske analyser
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 7, 16 og 17. SWOT, TOWS, mission, vision og værdier, konkurrencestrategier og vækststrategi. Blue ocean, porteføljeanalyse og -strategi
Faglige mål	
Kernestof	Strategi
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitlerne 7, 16 og 17 Fokus på bæredygtighed og strategi i forbindelse med SO-forløb
Arbejdsformer	

Forløb 6	Marked og konkurrenceforhold
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 13 og 15 – fx markedskaraktistik, konkurrentidentifikation, konkurrencemæssige positioner og konkurrenceanalyse
Faglige mål	
Kernestof	Eksterne forhold
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitel 13 og 15
Arbejdsformer	

Forløb 7	Branche
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitel 14 – fx branchekaraktistik og brancheanalyse (Porters 5 forces)
Faglige mål	
Kernestof	Eksterne forhold
Anvendt materiale	Trojka Afsætning A1 kapitel 14
Arbejdsformer	

Forløb 8	Segmentering og målgruppevalg på b2c og b2b. Differentiering og positionering
Forløbets indhold og fokus	Afsætning A1 kapitlerne 18 og 19. B2C: Segmentering, segmenteringsprocessen og målgruppevalg. Fokus på Gallup Kompas og Conzoom. Positionering B2B: delmarkeder og segmenteringsvariable
Faglige mål	
Kernestof	Segmentering og målgruppevalg. Positionering
Anvendt materiale.	Trojka Afsætning A1 kapitel 18 og 19

Arbejdsformer	
----------------------	--

Forløb 9	Marketingmix nationalt
Forløbets indhold og fokus	Bogens kapitler 14, 15, 16, 18, 20 og 22 Marketingmix: PLC, markedskort, pull- og pushstrategi Produkt: fx kvalitet, sortiment, emballage, mærkestrategi og branding Serviceydelse: fx serviceydelse som begreb, værdikæde, serviceleverancesystem og 7P Pris: fx prisstrategi, priselasticitet, prisfastsættelsesmetoder og prisfastsættelse for nye produkter Distribution: fx direkte og indirekte distribution, distributionskanaler, distributionsstrategier og kædeformer Promotion: fx promotionsbudskab- og indhold og promotionsformer
Faglige mål	
Kernestof	Marketingsmix nationalt
Anvendt materiale.	Systimes Marketing 14, 15, 16, 18, 20 og 22 Diverse artikler
Arbejdsformer	Der har været korte oplæg og en hel del selvstændig opgaveløsning bl.a. med opgaver fra bogen Klassedialog

Forløb 10	Internationalisering herunder segmentering og målgruppevalg internationalt og marketingmix internationalt
Forløbets indhold og fokus	Bogens kapitler 9, 12, 17, 19, 21, 23, 24 og 25 Internationalisering: fx eksportmotiver, eksportberedskab, internationaliseringsmodeller, markedsudvælgelse- og informationer og kultur Segmentering: fx international segmentering og internationale livsstilsmodeller Produkt internationalt: fx internationalisering af produktparameter, serviceydelser i internationalt perspektiv og produktudvikling Pris internationalt: pris/kvalitet, priseskalering og valutaforhold Distribution internationalt: Markedsindtrængningsformer, direkte og indirekte eksport og valgkriterier for markedsintrængning Promotion internationalt: Fx den udvidede kommunikationsmodel, medievalg og neuromarketing Marketingmix i internationalt perspektiv: fx tilpasset eller standardiseret marketingmix Marketingplan
Faglige mål	
Kernestof	Internationalisering
Anvendt materiale.	Systimes Marketing kapitlerne 9, 12, 17, 19, 21, 23, 24, 25 Diverse artikler og reklamer

Arbejdsformer	Klasseoplæg, casearbejde, klassedialog og lidt forskellige reklamer, videoer mv til at krydre undervisningen
----------------------	--

Forløb 11	”Eksamensprojekt”
Forløbets indhold og fokus	”Eksamensprojekt” På 3. år – længerevarende sammenhængende forløb om Arla. Brugt til repetition af kernestoffet. Eleverne skulle foretage informationssøgning, intern- og ekstern analyse, identificere udfordringer for virksomheden. Analyse af internationalisering og landeundersøgelse af selvvalgt europæisk marked. Løsningsforslag i forhold til selvvalgt udfordring. Opsamling i powerpoint, padlet eller lignende til brug for perspektiveringsøvelsen til eksamen
Faglige mål	
Kernestof	Kernestofområderne bredt
Anvendt materiale	Individuel informationssøgning
Arbejdsformer	Eleverne har arbejdet selvstændigt i grupper