



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	November 2018 – juni 2021
Institution	Erhvervsgymnasiet Grindsted
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Frank Juel Rahn
Hold	3. AV20

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Segmentering
Titel 2	Intern og ekstern situation
Titel 3	Marketingmix
Titel 4	Parameteret produkt
Titel 5	Serviceydelser
Titel 6	Parameteret pris
Titel 7	Parameteret distribution
Titel 8	Parameteret promotion
Titel 9	Købsadfærd på producentmarkedet
Titel 10	Strategi
Titel 11	Strategiske analyser
Titel 12	Internationalisering
Titel 13	Segmentering på producentmarkedet
Titel 14	Købsadfærd på konsumentmarkedet, segmentering og målgrupper
Titel 15	Marketingplan og markedsundersøgelse
Titel 16	Marketingmix i internationalt perspektiv



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Segmentering
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 11) <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Segmenteringsprocessen (markedsbeskrivelse, segmenteringsvariable, livsstilsanalyser)• Målgruppevalg (personas, SMOK, målgruppestrategi)• Positionering (USP, ESP, Me-too, positioneringskort) <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Forskellige trykte og videoreklamer på dansk og engelsk• Når Bundlinjen bløder 1 – 6, tv serie DR, 2007 - 2008• Løvens hule, forskellige afsnit, DR
Omfang	10 moduler
Særlige fokuspunkter	Eleven skal kunne redegøre for SMP-processen og kunne anvende den til at segmentere et marked og derudfra vælge de primære og sekundære målgrupper for en virksomhed.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 2	Intern og ekstern situation
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 2 og 3) <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhedskarakteristik• Konkurrencedygtighed• Forretningsmodeller (Business Model Canvas)• Disruption• Omverdensmodellen• PESTEL-analyse <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Video om virksomheden Washa• Danske Iværksættereventyr, Lakrids by Johan Bülow, CFU• Når Bundlinjen bløder 1 – 6, tv serie DR• Løvenshule, forskellige afsnit. DR• Foredrag om Social mediestrategi, v. Peter Enger Cochrane, Ekstern lektor Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, SDU https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/gymnasieoplaeg/socialemedier
Omfang	20 moduler
Særlige fokuspunkter	Interne og eksterne forhold. Fokus på forståelse af interne og eksterne forhold, samt analyse af disse.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer. Der er også set dokumentarfilm og tv afsnit for at eleverne får en bedre forståelse for virksomheder og iværksættere.



Titel 3	Marketingmix
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 14) <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Markedskort• Nøgletal og beregne heraf• Push og pull-strategier <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Når Bundlinjen bløder 1 – 6, tv serie DR• Løvenshule, forskellige afsnit, DR
Omfang	20 moduler
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne lave et markedskort og beregne nøgletallene heri, samt sammenligne og fortolke på tallene. Desuden skal de kunne redegøre for push og pull-strategier. Ligeledes skal eleverne kunne identificere og analysere virksomheders marketingmix.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 4	Parameteret produkt
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 15) <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Klassifikation af produkter• Emballage• Service• Kvalitet• Sortiment• Mærkestrategi• Branding <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• https://www.youtube.com/watch?v=9RFhKppBh8M – kort videoklip om Coca Colas branding• Når Bundlinjen bløder 1 – 6, tv serie DR• Løvenshule, forskellige afsnit, DR
Omfang	10 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af parameteret produkt.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 5	Serviceydelser
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 16) <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Serviceydelser som begreb• Servicevirksomheder• Servicepakken• Værdikæden for servicevirksomheder• Serviceleverancesystemet• De 7 P'er• Oplevelsesøkonomi
Omfang	16 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for serviceydelser og få en forståelse, hvor en serviceydelse adskiller sig fra fysiske produkter.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 6	Parameteret pris
Indhold	Anvendt litteratur <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 18) Kernestof <ul style="list-style-type: none">• Prisstrategi• Priselasticitet• Prisfastsættelsesmetoder• Prisdifferentiering• Prisfastsættelse af nye produkter
Omfang	16 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af parameteret pris.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 7	Parameteret distribution (place)
Indhold	Anvendt litteratur <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime (kapitel 20) Kernestof <ul style="list-style-type: none">• Distributionskanaler• Distributionskæder• Single, multi, cross og omnichannel marketing• Distributionsstrategi• Beliggenhed• Kædeformer Supplerende stof <ul style="list-style-type: none">• Når bundlinjen bløder, TV program DR. 2007 - 2008
Omfang	10 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af parameteret distribution (place).
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 8	Parameteret promotion
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisering af promotionsaktiviteter• Promotionbudskab og –indhold• Promotionformer• Den sociale medieplatform• Viral markedsføring <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Fordele og ulemper ved sociale medier• Shitstorms <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Foredrag om Influence Marketing, v. Peter Enger Cochrane, Ekstern lektor Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, SDU https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/gymnasieoplaeg/influencemarketing
Omfang	16 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af parameteret promotion
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 9	Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomheders købsadfærd• Virksomheders købsbeslutningsproces• Valgkriterier på de tre delmarkeder• Faktorer der påvirker købsadfærden <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Når bundlinjen bløder, Flex acoustics, TV program DR
Omfang	8 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af købsadfærd på producentmarkedet
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 10	Strategi
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Mission, vision og værdier• SWOT-opstilling• TOWS-matrix• Konkurrencestrategier• Vækststrategier <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Foredrag om Social mediestrategi, v. Peter Enger Cochrane, Ekstern lektor Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, SDU https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/gymnasieoplaeg/socialemedier
Omfang	20 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af virksomheders strategiske muligheder og beslutninger.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 11	Strategiske analyser
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime• Virksomhedsøkonomi (Læreplan 2017), Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Vækststrategier• Blue Ocean-strategi• Porteføljeanalyse og –strategi• Digitale forretningsmodeller• Digital transformation og strategi• Bæredygtighed og CSR <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Foredrag om Social mediestrategi, v. Peter Enger Cochrane, Ekstern lektor Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, SDU https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/gymnasieoplæg/socialemedier
Omfang	14 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af strategiske analyser.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 12	Internationalisering
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhedens eksportmotiver• Virksomhedens eksportberedskab• Internationaliseringsmodeller• Markedsudvælgelsesmetoder• Information om internationale markeder• Kulturelle forhold <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhedsbesøg på LEGO
Omfang	12 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af internationalisering af virksomheder.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 13	Segmentering på producentmarkedet
Indhold	Anvendt litteratur <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime Kernestof <ul style="list-style-type: none">• Delmarkeder på producentmarkedet• Segmenteringsvariable på producentmarkedet• Build-up tankegangen• Break-down tankegangen
Omfang	8 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse for segmentering på producentmarkedet.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 14	Købsadfærd på konsumentmarkedet, segmentering og målgrupper
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Købsadfærd på konsumentmarkedet• Segmenteringsvariable på konsumentmarkedet• Customer value• SOR modellen• Online købsadfærd• Theory of reasoned action/Theory of planned behavior• Segmenteringsteori (SMP)• Segmenteringsmodeller• Datadreven segmentering• Målgruppeprofiler og personas• Kriterier for målgruppevalg• Positionering <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Når bundlinjen bløder, TV program DR. 2007 – 2008• Løvens hule, forskellige afsnit, fokus på konsumentmarkedet, DR
Omfang	10 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse af købsadfærd på konsumentmarkedet, samt segmentering og målgruppevalg.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 15	Marketingplan og markedsundersøgelse
Indhold	Anvendt litteratur <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime Kernestof <ul style="list-style-type: none">• Situationsanalyse• Marketingplan• Budget og effektmåling• Sammenhæng mellem strategiproces og marketingplanen
Omfang	15 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse for, hvordan man udarbejder en marketingplan.
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.



Titel 16	Marketingmix i internationalt perspektiv
Indhold	<p>Anvendt litteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing – en grundbog til afsætning, Michael Bregendahl m.fl., 2018, Systime <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketingmix i internationalt perspektiv<ul style="list-style-type: none">○ Standardiseret eller tilpasset• Produkt i internationalt perspektiv<ul style="list-style-type: none">○ Serviceydelser○ Mærkestrategi○ Livscyklus○ Produktudvikling• Pris i internationalt perspektiv<ul style="list-style-type: none">○ Priseskalering○ Valutaforhold○ Bundling○ Prisfastsættelse på B2B○ Krydspriselastisitet• Distribution i internationalt perspektiv<ul style="list-style-type: none">○ Markedsindtrængningsformer og valgkriterier○ Indirekte og direkte eksport○ Kontrakter og samarbejder○ Direkte investeringer○ Internethandel• Promotion i internationalt perspektiv<ul style="list-style-type: none">○ Den udvidede kommunikationsmodel○ Virksomhedens nationale og internationale medievalg○ Neuromarketing○ Content marketing



	<p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• Foredrag om Influence Marketing, v. Peter Enger Cochrane, Ekstern lektor Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, SDU https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/gymnasieoplaeg/influencemarketing
Omfang	25 moduler
Særlige fokuspunkter	Formålet med dette forløb er at eleverne skal kunne redegøre for begreber inden for og få en forståelse for, hvordan man arbejder med marketingmixet i et internationalt perspektiv.
Væsentligste arbejdsformer	<p>Arbejdsformen er en vekselvirkning mellem teori og praksis. Ved læreroplæg præsenteres og diskuteres teori og modeller fra kernestoffet og supplerende stof, og herefter arbejder eleverne selvstændigt med gruppeøvelser og præsentationer.</p> <p>Tværgående case om Suncollector (Aguasol) solfangeranlæg - opgave med intern / eksterne analyser og strategiske diskussioner og vurderinger vedr. afsætning på det Brasilianske, Italienske, Tyske og Franske marked</p>