

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Juni - 2021
<b>Institution</b>	College360 - Silkeborg
<b>Uddannelse</b>	hhx
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Dennis Bach-Pedersen
<b>Hold</b>	HHX2E20

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Strategi
<b>Titel 2</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 3</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 4</b>	Marketingmix
<b>Titel 5</b>	Produkt
<b>Titel 6</b>	Serviceydelser
<b>Titel 7</b>	Pris
<b>Titel 8</b>	Distribution
<b>Titel 9</b>	Promotion
<b>Titel 10</b>	Internationalisering

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Strategi
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap 8: Strategi (B)</p> <p>Supplerende stof:            Diverse avisartikler            Diverse hjemmesider            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	8 moduler á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 11: Segmentering, målgruppevalg og positionering (B)</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap 1: Markedsanalyse</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Marketingmix
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 14: Marketingmix</p> <p>Supplerende stof:            Video/film            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</b>	Produkt
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 15: Produkt (B)</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuel undervisning (Teams) opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 6</b>	Serviceydelser
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 16: Serviceydelser (B)</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuel undervisning (Teams) opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 7</b>	Pris
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 18: Pris (B)</p> <p>Supplerende stof:            Avisartikler            Tv-udsendelser</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuel undervisning (Teams) opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde og informationssøgning



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 8</b>	Distribution
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 20: Distribution (B)</p> <p>Supplerende stof:            Avisartikler            Tv-udsendelser</p>
<b>Omfang</b>	6 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuel undervisning (Teams) opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde og informationssøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 9</b>	Promotion
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 22: Promotion (B)</p> <p>Supplerende stof:            Avisartikler            Tv-udsendelser</p>
<b>Omfang</b>	9 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde og informationsøgning

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 10</b>	Internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 9: Internationalisering (A)</p> <p>Supplerende stof:            Avisartikler</p>
<b>Omfang</b>	8 moduler á 60 min.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde og informationssøgning