

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	2020-2021 / (2021-2022)
<b>Institution</b>	College360
<b>Uddannelse</b>	hhx
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Henrik Andreasen
<b>Hold</b>	HH1A

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Introduktion til Afsætning
<b>Titel 2</b>	Brancheforhold og strategi
<b>Titel 3</b>	Målgruppe, marketingmix og promotion
<b>Titel 4</b>	Marketingmix
<b>Titel 5</b>	
<b>Titel 6</b>	
<b>Titel 7</b>	
<b>Titel 8</b>	

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Introduktion til Afsætning A
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: Introduktion til Afsætning (GF)            Kap: 6 Købsadfærd            Kap: 2 Interne forhold            Kap: 3 Den eksterne situation            Kap: 4 konkurrenceforhold</p> <p>Supplerende stof:            TV udsendelse: Løvens hule            Diverse hjemmesider            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 33-44            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<b>Særlige fokus-punkter</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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Brancheforhold og strategi
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 5 Brancheforhold            Kap: 8 Strategi</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 45 - 51            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Målgruppe, marketingmix og promotion Forløbet er helt eller delvist gennemgået virtuelt
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 22 Promotion            Kap: 11.2 Personas            Kap: 14 Marketingmix</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	Uge 1-8 3 lektioner á 60 minutter pr uge
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Marketingmix Forløbet er helt eller delvist gennemgået virtuelt
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap: 14 Marketingmix Kap: 15 Produkt Kap: 16 Serviceydelse Kap: 18 Pris Kap: 20 Distribution SO1</p> <p>Supplerende stof: Diverse hjemmesider Diverse artikler Informationssøgning Casearbejde om forlystelsesparker</p>
<b>Omfang</b>	Uge 9-21 3 lektioner á 60 minutter pr uge
<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

[Retur til forside](#)

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	2021-2022
<b>Institution</b>	College360
<b>Uddannelse</b>	hhx
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Henrik Andreasen
<b>Hold</b>	HH2A

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Segmentering, målgruppe og positionering
<b>Titel 2</b>	Forretningsmodeller, SWOT, PESTEL, TOWS
<b>Titel 3</b>	Strategi
<b>Titel 4</b>	Producentmarkedet, købsadfærd og målgruppe
<b>Titel 5</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 6</b>	Internationalisering
<b>Titel 7</b>	Marketingmix
<b>Titel 8</b>	

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Segmentering, målgruppe 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</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 32-37            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Forretningsmodeller, SWOT, PESTEL, TOWS
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap 2: Den interne situation            Kap 3: Den eksterne situation</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning            Case: Nohrlund</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 37-43            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</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            Kap. 10.1-10.2</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning            Rains Case</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 44-49            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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>	<p>Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Producentmarkedet, købsadfærd og målgruppe
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:            SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <p>Kap. 7: Købsadfærd på producentmarkedet            Kap. 13: Segmentering på producentmarkedet</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 1-3            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</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:            Tværfagligt forløb med Matematik. Udarbejdelse af markedsanalyse og statistisk behandling af data.</p> <p>Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 4-6</p> <p>3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 6</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-stof)</p> <p>Supplerende stof:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning            Case: BoConcept</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 8-14            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 7</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:            Diverse hjemmesider            Diverse artikler            Informationssøgning</p>
<b>Omfang</b>	<p>Uge 15-20            3 lektioner á 60 minutter pr uge</p>
<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

[Retur til forside](#)