

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-juni 2022
Institution	College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Ellen Fabricius Tange
Hold	HH1I21

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Interne forhold og strategi
Titel 2	Efterspørgselsforhold på konsumentmarkedet
Titel 3	Konkurrenceforhold
Titel 4	Omverdensforhold
Titel 5	Marketingmix – Produkt
Titel 6	Marketingmix – Promotion
Titel 7	Marketingmix – Pris
Titel 8	Marketingmix – Place
Titel 9	Grundforløb
Titel 10	SO1

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

Titel 1	Interne forhold og strategi
Indhold	<p>Systeme - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 2 og 8:</p> <ul style="list-style-type: none">- Virksomhedskarakteristik- Konkurrencedygtighed- Værdikæde (den forenklede – produktion og handel)- SWOT-opstilling- Ide og mål- Generisk strategi- Vækststrategier (Alle i Ansoff + supplerende) <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">- Diverse artikler og hjemmesider.- GMID- DR1: Løvens Hule 2022
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 2	Efterspørgselsforhold på konsumentmarkedet
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedets størrelse - Købsadfærd på konsumentmarkedet - Behov - Købemotiver <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse hjemmesider og artikler
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 3	Konkurrenceforhold
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedsafgrænsning - Markedets størrelse og udvikling - Konkurrentidentifikation v.h.a. konkurrencetragtmodel - Konkurrenceform - Konkurrencemæssige positioner - Konkurrentanalyse <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse hjemmesider og artikler - GMID
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet. Stor fokus på infosøgning.

Titel 4	Omverdensforhold
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Omverdensmodellen <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse artikler - GMID - Danmarks Statistik - DR1: Løvens Hule 20202
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet. Stor fokus på informationssøgning
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 5	Marketingmix – Produkt
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 15:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassifikation af produkter - Kvalitet - Sortiment - Service - Emballage - Produktudvikling (herunder også PLC) - Mærke (herunder også private labels) <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse hjemmesider og artikler - DR1: Løvens Hule 2020 – afsnit 5
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.

Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 6	Marketingmix – Promotion
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 22:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De 7 promotionparametre: Reklame, online marketing, sales promotion, PR, sponsorering, direct marketing og personligt salg - AIDA <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse artikler og hjemmesider. - Diverse reklamer
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet. Stor fokus på infosøgning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 7	Marketingmix – Pris
Indhold	<p>Systime - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 13:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Udbud/efterspørgsel - Pris-/kvalitetsstrategi - Prisfastsættelsesmetoder - Overordnet strategi for prisfastsættelse - Priselasticitet - Prisdifferentiering - Intropriser <p>Supplerende stof:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Diverse hjemmesider og artikler - Den knækkede afsætningskurve
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 8	Marketingmix – Place
Indhold	<p>Systeme - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Kapitel 14:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indirekte og direkte distribution - Kædeformer - Beliggenhed <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diverse hjemmesider og artikler
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet. Stor fokus på infosøgning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 9	Grundforløb
Indhold	<p>Systeme - Systeme - Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn Østergaard.</p> <p>Der er i grundforløbet blevet undervist i følgende emner, hvoraf alle er blevet repeteret og uddybet i stamklassen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Virksomheden, med fokus på virksomhedskarakteristik

	<ul style="list-style-type: none"> - Interne forhold med fokus på den forenkede værdikæde og SW - Eksterne forhold, hvor omverdensmodellen kort blev præsenteret og derudover fokus på OT - Strategi, med fokus på ide, mål og generiske strategier - Efterspørgselsforhold, med fokus på købsadfærd på KM - Konkurrenceforhold, med fokus på konkurrencetragtmodel, konkurrenceform og konkurrencemæssige positioner - Intro til markedsanalyse, med fokus på kvalitativ og kvantitativ metode <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Især: Diverse hjemmesider, artikler, GMID
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning (enkeltvis og i grupper), mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

Titel 10	SO1
Indhold	<p>Tværfagligt forløb: Dansk, engelsk og afsætning</p> <p>Udgangspunkt: Selvvalgt produkt</p> <p>Tilrettelæggelse af promotionindsats på engelsksproget marked → Marketingplan, hvor engelsksproget reklamefilm er det bærende element</p> <p>Marketingplan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedsbeskrivelse - Målgruppebeskrivelse - Mål - Budskab - Medievalg - Øvrig promotionindsats
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer for de forskellige fag er alle inddraget i forløbet. Stor fokus på infosøgning og kreativitet.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, mundtlig fremlæggelse, infosøgning.

