

Undervisningsbeskrivelse

<i>Termin</i>	Juni 2024
<i>Institution</i>	Det Blå Gymnasium
<i>Uddannelse</i>	HHX
<i>Fag og niveau</i>	Afsætning A
<i>Lærer</i>	Jesper Møller Lund/Kira Strandby

Oversigt over gennemførte forløb

Titel 1: Interne og eksterne forhold (JL Bilag).....	2
Titel 2: Købsadfærd på konsumentmarkedet.....	3
Titel 3: Efterspørgselsforhold, segmentering og målgruppevalg (JL Bilag)	4
Titel 4: Branding	5
Titel 5: Branche & Konkurrence	6
Titel 6: Konkurrencestrategier, Porteføljestrategier & Vækst.....	7
Titel 7: Forretningsmodeller (JL Bilag)	8
Titel 8: Segmenteringsprocessen	9
Titel 9: Marketingmix Nationalt.....	10
Titel 10: Købsadfærd B2B	11
Titel 11: Omverdensforhold Globalt	12
Titel 12: Internationalisering	13
Titel 13: Sammenhængende forløb til eksamen	14

Titel 1: Interne og eksterne forhold (JL Bilag)	
Litteratur	
Indhold	-
Omfang	
Særlige fokuspunkter	

Titel 2: Købsadfærd på konsumentmarkedet	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 6.0-6.7
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Intro – forskel på BtC og BtB• SOR-modellen• Behov• Købmotiver• Købstyper og købsadfærdstyper• Køberoller• Beslutningsprocessen• Andre købsadfærdsbegreber (livscyklus, forbrugsvaner og referencogrupper) <p>Film: Diverse afsnit af Luksusfælden The Joneses “Rolex, Gucci, Prada, Louis Vuitton. Hvorfor køber folk egentlig dyre mærkevarer?”, Zetland.dk</p>
Omfang	8 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Købmotiver og beslutningsprocessen. Mindre fokus på SOR modellen.

Titel 3: Efterspørgselsforhold, segmentering og målgruppevalg (JL Bilag)	
<i>Litteratur</i>	
<i>Indhold</i>	
<i>Omfang</i>	
<i>Særlige fokuspunkter</i>	

Titel 4: Branding	
Indhold + litteratur	<p><i>Bregendahl et al (2017) Marketing, Systime</i></p> <ul style="list-style-type: none">• 15.4 Mærkestrategier• 15.5 Branding• 16.5 Oplevelsesøkonomi <p><i>Bregendahl et al (2017) Markedskommunikation, Systime</i></p> <ul style="list-style-type: none">• 6.0 Branding• 6.1 Corporate Branding & Produkt Branding• 6.2 Afsenderfokuseret og modtagerstyret branding• 6.3 Værdier i branding• 6.4 Celebrity branding• 6.5 Sensory branding <p>Film: Logorama Film: Barbie</p> <p>Reklamer: Liste: https://www.youtube.com/playlist?list=PL_RhtKADhMVU2SmHd-lyCXAxBY6S-V30dr</p>
Omfang	5 moduler á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	

Titel 5: Branche & Konkurrence	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 4 + 5
Indhold	Markedskarakteristik Konkurrentidentifikation Markedsandele Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Branche karakteristik Brancheanalyse Supplerende materialer: Diverse reklamer for bl.a. Apple og Samsung (youtube)
Omfang	7 moduler á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Særligt fokus på markedsandele og på brancheanalyse, især med henblik på modelleringskompetencer i forhold til sidstnævnte.

Titel 6: Konkurrencestrategier, Porteføljestrategier & Vækst	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 8.4 + 8.5, 10.1-10.3
Indhold	Konkurrencestrategier Vækststrategier Porteføljestrategier Supplerende materiale: Løvens hule, DR Kontant: Würtz & Bitz
Omfang	10 moduler á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Fokus på modelleringskompetencer. Fokus på økonomiske ræsonnementer og det diskuterende taksonomiske niveau.

Titel 7: Forretningsmodeller (JL Bilag)	
Litteratur	
Indhold	
Omfang	
Særlige fokuspunkter	

Titel 8: Segmenteringsprocessen	
Indhold + litteratur	<p>Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 11</p> <ul style="list-style-type: none">• Markedsegmentering• Segmenteringsprocessen• Målgruppevalg• Positionering <p>Ekstra materialer: Conzoom.dk Gallups kompas Film: I Danmark er jeg født (DR Dokumentar)</p>
Omfang	4 moduler á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	At identificere og skelne mellem segmenter, virksomheders positionering

Titel 9: Marketingmix Nationalt	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 14-16, 18, 20 + 22
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Produkt• Serviceydelser• Pris• Distribution• Promotion <p>Supplerende materiale: Unboxing videoer på youtube (emballage) Nyhedsartikler Statistik om e-handel fra dst.dk Reklamer, som f.eks. Gillette – The Best Men Can Be, og Nike – Colin Kaepernick Materiale fra Valgkampen Film: Fyre Festival: The Greatest Party that never happened</p>
Omfang	10 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Branding, produkters betydning i forbrugersamfundet

Titel 10: Købsadfærd B2B	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 7 + 13
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Segmentering på producentmarkedet (Build-up/Break down)• De 3 delmarkeder• Købsbeslutningsprocessen på producentmarkedet• Buy-Grid modellen• Købscentret <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Video: This is Russia, om business relationer i Rusland https://www.youtube.com/watch?v=wOPuvTMndIs
Omfang	4 lektioner
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Modelleringskompetencer, særligt i forhold til buy-grid modellen• Redegøre for forskellene og betydningen af forskellene på de 3 delmarkeder

Titel 11: Omverdensforhold Globalt	
Indhold + litteratur	Bregendahl et al (2017) Marketing, Systime Kapitel 3.4 <ul style="list-style-type: none">• PESTEL analyse Supplerende materiale <ul style="list-style-type: none">• CIA World factbook• ”Aiming at Chinas armpits – When foreign brands misfire” New York Times
Omfang	4 lektioner á 45 minutter
Særlige fokuspunkter	Fokus på informationssøgning, kulturforskelle og deres betydning for købsadfærd, dataindsamling og bearbejdning

Titel 12: Internationalisering	
Litteratur	Marketing: Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), Kapitel 9, 17, 19, 21 & 23.
Indhold	<p>Internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none">• Internationaliseringsmodeller• Eksportmotiver• Eksportberedskab• Markedsudvælgelse• Det internationale parametermix• Kultur <p>Film: "American Factory" (2019)</p> <p>Artikler:</p> <p>"Aiming at Chinas armpits – When foreign brands misfire" New York Times</p> <p>"Tilflyttere I Danmark: Her er 45 ting vi virkelig undrer os over ved danskerne" alt.dk</p>
Omfang	12 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Fokus på modelleringskompetencer. Fokus på økonomiske ræsonnementer og det diskuterende taksonomiske niveau.

Titel 13: Sammenhængende forløb til eksamen	
Litteratur	
Indhold	Sammenhængende forløb Afsætning A Emne: Ditur Se vedlagte bilag.
Omfang	15 moduler

Bilag fra klassens lærer i 1.G

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	November 2021 til april 2022
Institution	Det Blå Gymnasium, Haderslev
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Jesper Møller Lund (JL) og Allan Nielsen (AN)
Hold	hhh1a21

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til faget og opsamling
Titel 2	Den interne situation
Titel 3	Den eksterne situation, Branche- og Konkurrenceforhold
Titel 4	Repetition: Spil og casearbejde
Titel 5	Strategi og casearbejde
Titel 6	Segmentering og målgruppevalg
Titel 7	Marketingmix (ej færdiggjort)
Titel 8	
Titel 9	



Afleveringsopgaver på 1. år

- Convenience: markedsbeskrivelse, omverdensfaktorer, virksomhedskarakteristik, købsadfærd
- Summerbird: virksomhedskarakteristik, interne forhold, vækststrategier

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til faget og opsamling
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systime forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 0. Introduktion til afsætning • Kap. 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet <p>Repetitionsopgaver i tidligere gennemgåede kapitler har været udgangspunktet.</p> <p>Kernestofsområder: <i>Samfundsvidenskabelig metode</i> <i>Købsadfærd på business-to-consumer markeder</i></p> <p>Introduktion af underviser Klassen rundt Opsamling: Købsadfærd Forretningsmodeller</p>
Omfang	1 lektion a 80 min.
Særlige fokuspunkter	Kompetencer: Tankegang, ræsonnement, kommunikation, redskab
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde og pararbejde

[Retur til forside](#)

Titel 2	Den interne situation
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systeme forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 2. Den interne situation <p>Video (2017): LEGO Group, ”LEGO Bricks In The Making https://www.youtube.com/watch?v=C3oiy9eekzk</p> <p>Egen-udviklede opgaver ud fra ovenstående kapitel, videocase og elevernes egne fundne artikler har været udgangspunktet</p> <p>Kernestofsområder: <i>Den interne situation</i> – <i>Værdikæder</i> – <i>Forretningsmodeller</i></p> <p>Konkurrencedygtighed Kernekompetencer Konkurrencemæssige fordele Forretningsmodeller Business Model Canvas Værdikæder SW-opstilling</p>
Omfang	3 lektioner a 80 min.
Særlige fokuspunkter	Kompetencer: Tankegang, problembehandling, modellering, ræsonnement, databehandling, kommunikation
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde og individuelt arbejde Gruppefremlæggelser

[Retur til forside](#)

Titel 3	Den eksterne situation, Branche- og Konkurrenceforhold
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systime forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 3. Den eksterne situation • Kap. 4. Konkurrenceforhold • Kap. 5. Brancheforhold <p>Video (2021): MediacomGroup, “Vi holder af hverdagen” https://vimeo.com/552834019/bdaa5cb2d8?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=41224805</p> <p>Video (2022): DRtv, ”Løvens Hule S7E1 – Hvem vil være med i klubben?” https://www.dr.dk/drtv/se/loevens-hule_-hvem-vil-vaere-med-i-klubben_290328</p> <p>Artikel: Berlingske.dk, 18. september 2017, ” Bump på vejen i Carlsbergs indiske vækstdrømme” https://www.berlingske.dk/virksomheder/bump-paa-vejen-i-carlsbergs-indiske-vaekstdroemme</p> <p>Artikel: Dagligvarehandlen.dk, 21. januar 2021, ” Discountkæder slås om den gule førertrøje” https://dagligvarehandlen.dk/kaeder/discountkaeder-slaas-om-den-gule-foerertroeje</p> <p>Databaser til informationssøgning:</p> <ul style="list-style-type: none"> - EuroMonitor/ Passport: Statistik og rapporter per land eller branche - OECD: Statistikker og nøgletal for hvert land (https://stats.oecd.org/) - CIA The World Factbook: informationer om hvert land (https://www.cia.gov/the-world-factbook) - Verdensbanken: Sammenlignelige data per land (https://data.world-bank.org/) <p>Egen-udviklede opgaver ud fra ovenstående kapitel, videoer, artikel og elevernes egne søgte materialer og artikler har været udgangspunktet</p> <p>Kernestofsområder: <i>Den eksterne situation</i> – Omverdensforhold nationalt og globalt – Branche- og konkurrenceforhold</p> <p><i>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse</i> – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p>

	Omverdensmodellen OT-opstilling PESTEL-analyse Informationsindsamling Markedsbeskrivelse Konsument- og producentmarkederne Konkurrencetragten Markedsandele Konkurrenceformer Præferencer Konkurrencemæssige positioner Branche vs. Marked Brancheanalyse (Porters Five Forces)
Omfang	11 lektioner a 80 min.
Særlige fokus-punkter	Kompetencer: Tankegang, problembehandling, modellering, ræsonnement, databehandling, kommunikation, redskab
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Individuel informationssøgning Gruppearbejde og pararbejde Gruppefremlæggelser Aflevering (Convenience)

[Retur til forside](#)

Titel 4	Repetition: Spil og casearbejde
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systeme forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 4. Konkurrenceforhold • Kap. 5. Brancheforhold <p>Online spil-plattform: https://jeopardylabs.com/</p> <p>Videocase: Forbes (2020), “Video Streaming Could Shatter The Cable TV Industry For Good” https://www.youtube.com/watch?v=r3JPyYYhmd0</p> <p>Spilbaserede opgaver og casearbejde i ovenstående kapitler og ud fra videocase har været udgangspunktet.</p> <p>Kernestofsområder: <i>Den eksterne situation</i> – <i>Branche- og konkurrenceforhold</i></p> <p>Udarbejdelse af Jeopardy-spil Quiz opgaver i grupper Casearbejde med Netflix case</p>
Omfang	2 lektioner a 80 min.
Særlige fokuspunkter	Kompetencer: Tankegang, problembehandling, kommunikation. redskab
Væsentligste arbejdsformer	Spilbaseret undervisning Gruppearbejde og matrixgrupper Casearbejde

[Retur til forside](#)

Titel 5	Strategi og casearbejde
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systime forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 8. Strategi <p>Video (2021): DRtv, ”Løvens Hule S6E1 – Janteloven er smidt på porten” https://www.dr.dk/drtv/se/loevens-hule_-janteloven-er-smidt-paa-porten_228880</p> <p>Video (2021): DRtv, ”Løvens Hule S6E3 – Work with me!” https://www.dr.dk/drtv/se/loevens-hule_-work-with-me_231090</p> <p>Artikel: JP Erhverv, 5. april 2016, s. 10-11, ”Udfordringerne for Carlsberg står lige så tæt som øl i en kasse”</p> <p>Caseopgaver ud fra ovenstående kapitel, videoer og artikel har været udgangspunktet.</p> <p>Kernestofsområder:</p> <p><i>Strategi</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Mission, vision og værdier</i> – <i>Konkurrencestrategier</i> – <i>Vækststrategier</i> <p>SWOT-opstilling TOWS-matrix Mission, vision og værdier Konkurrencestrategier (Porter) Vækststrategier (Ansoff) Bowmans strategisek ur</p>
Omfang	5 lektioner a 80 min.
Særlige fokuspunkter	Kompetencer: Tankegang, problembehandling, modellering, ræsonnement, databehandling, redskab, kommunikation
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde, pararbejde Videopræsentationer Poster-præsentationer

[Retur til forside](#)

Titel 6	Segmentering og målgruppevalg
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systime forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering <p>Video (2022): DRtv, ”Løvens Hule S7E8 – Håndværkeren i pink” https://www.dr.dk/drtv/se/loevens-hule_-haandvaerkeren-i-pink_294565</p> <p>Videocase: Zipcar (2017), “How Zipcar Segments a Million Members: Video Case Study” https://www.youtube.com/watch?v=N6vWRhESyaE</p> <p>Reklamevideoer: VitaePro (2017-2018) https://www.youtube.com/watch?v=qLAwczrcm64 https://www.youtube.com/watch?v=t_EtIy1JW20</p> <p>Livsstilsanalyser:</p> <ul style="list-style-type: none"> - https://kantargallup.dk/kompas-segmitter - https://conzoom.dk/ <p>Metodeopgaver og caseopgaver i ovenstående kapitel, videoer samt livsstilsanalyser har været udgangspunktet.</p> <p>Kernestofsområder: <i>Segmentering, målgruppevalg og positionering</i> <i>– Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt</i></p> <p>Markedssegmentering Segmenteringsprocessen (SMP) Livsstilanalyser Målgruppevalg (SMOK) Positionering</p>
Omfang	5 lektioner a 80 min.
Særlige fokuspunkter	Kompetencer: Tankegang, problembehandling, modellering, ræsonnement, databehandling, kommunikation
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde og pararbejde

[Retur til forside](#)

Titel 7	Marketingmix: Produkt og serviceydelser
Indhold	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, i-bog, Systime forlaget 2017:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kap. 14. Marketingmix <p>Metodeopgaver i ovenstående kapitler har været udgangspunktet.</p> <p>Kernestofsområder: <i>Marketing mix</i> – <i>Marketing mixet både nationalt og globalt</i></p> <p>Intro til de 4 P'er PLC-kurven Markedskort</p>
Omfang	2 lektioner a 80 min.
Særlige fokuspunkter	<p>Kompetencer: Tankegang, problembehandling, modellering, ræsonnement, databehandling, redskab</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde og pararbejde Aflevering (Summerbird)</p>

[Retur til forside](#)