

Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 2023
Institution	Det Blå Gymnasium
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	AØB
Lærer	Kira Strandby

Oversigt over gennemførte forløb

Titel 1: Interne og eksterne forhold.....	2
Titel 2: Købsadfærd på konsumentmarkedet.....	3
Titel 3: Efterspørgselsforhold, segmentering og målgruppevalg	4
Titel 4: Branche & Konkurrence.....	5
Titel 5: Konkurrencestrategier, Porteføljestrategier & Vækst.....	6
Titel 6: Marketingmix Nationalt.....	7
Titel 7: Købsadfærd B2B.....	8
Titel 8: Sammenhængende forløb til eksamen (KS).....	9

Titel 1: Interne og eksterne forhold	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 3 + 4
Indhold	Kort virksomhedskarakteristik De interne forhold - Den simple værdikæden: Produktions-, handels- og servicevirksomheder - Konkurrencedygtighed: Kernekompetencer, konkurrencemæssige fordele og kritiske succesfaktorer De eksterne forhold - Omverdensmodellen: Nærmiljø og fjernmiljø SWOT-opstilling Video: The real bears: https://www.youtube.com/watch?v=myxwCEGcBYc&t Lego – Everything is not awesome: https://www.youtube.com/watch?v=qhbliUq0_r4 Film: Danske iværksættereventyr - Tiger
Omfang	10 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Indledende case-arbejde: Hvor meget informationssøgning er nok? Samt arbejde med modeller

Titel 2: Købsadfærd på konsumentmarkedet	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 6
Indhold	• Intro – forskel på BtC og BtB • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstyper og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber (livscyklus, forbrugsvaner og reference-grupper) Film: Diverse afsnit af Luksusfælden The Joneses
Omfang	8 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Købemotiver og beslutningsprocessen. Mindre fokus på SOR modellen.

Titel 3: Efterspørgselsforhold, segmentering og målgruppevalg	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 10
Indhold	• Konkurrenceforhold • Markedskarakteristik • Konsument og producentmarkedet • Segmentering, målgruppevalg og positionering (meget overordnet) • Markedssegmentering (kun forståelse – ikke gennemgang af SMOK). Hvad er segmenteringsvariable • Segmenteringsprocessen – Livsstilsanalyser – Gallup Kompas samt Conzoom • Segmenteringsprocessen – Personas Reklame: Alt det vi deler: https://www.youtube.com/watch?v=B3_52CULpIg Conzoom.dk Gallups kompas Film: I danmark er jeg født (DR Dokumentar)
Omfang	8 lektioner á 45 minutter
Særlige fokuspunkter	Identifikation af segmenteringsvariable og deres relevans.

Titel 4: Branche & Konkurrence	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 4 + 5
Indhold	Markedskarakteristik Konkurrentidentifikation Markedsandele Konkurrencemæssigepositioner 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 5: Konkurrencestrategier, Porteføljestrategier & Vækst	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 8
Indhold	Konkurrencestrategier Vækststrategier Porteføljestrategier
Omfang	10 moduler á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Fokus på modelleringskompetencer. Fokus på økonomiske ræsonnementer og det diskuterende taksonomiske niveau.

Titel 6: Marketingmix Nationalt	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 11 - 16
Indhold	• Produkt • Serviceydelser • Pris • Distribution • Promotion Supplerende materiale: Unboxing videoer på youtube (emballage) Afsnit af luksusfælden TED Talk af Morgan Spurlock om product placement Nyhedsartikler Statistik om e-handel fra dst.dk Reklamer, som f.eks. Gillette – The Best Men Can Be, og Nike – Colin Kaepernick
Omfang	10 lektioner á 80 minutter
Særlige fokuspunkter	Branding, produkters betydning i forbrugersamfundet

Titel 7: Købsadfærd B2B	
Litteratur	Afsætning B til eux: Michael Bregendahl, Morten Haase, Søren Seest Marquart, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.), kapitel 7
Indhold	• Segmentering på producentmarkedet (Build-up/Break down) • De 3 delmarkeder • Købsbeslutningsprocessen på producentmarkedet • Buy-Grid modellen • Købscentret
Omfang	4 lektioner
Særlige fokuspunkter	• Modelleringskompetencer, særligt i forhold til buy-grid modellen • Redegøre for forskellene og betydningen af forskellene på de 3 delmarkeder

Titel 8: Sammenhængende forløb til eksamen (KS)	
Litteratur	
Indhold	Sammenhængende forløb Afsætning B Emne: Dagligvarebranchen Se vedlagte bilag.
Omfang	8 Moduler

Bilag 1/Sammenhængende forløb

Afsætning niveau B

Ifølge EUX-bekendtgørelsen skal der, som grundlag for den mundtlige eksamen, arbejdes med et sammenhængende forløb, som skal dække kernestofområderne bredt. Forløbets overordnede emne bestemmes af underviseren, og der er valgt "Dagligvarebranchen i Danmark".

Formkrav

Projektet udarbejdes individuelt.

Projektets indhold

Eksamensprojektet består af 2 dele:

- 1) Analyse af en selvvalgt virksomhed i dagligvarebranchen
- 2) Planche til brug ved mundtlig eksamen.
Mundtlig præsentation og forsvar af projektet (afhængig af hvorvidt faget udtrækkes til eksamen eller ej)

I første del af eksamensprojektet skal du aflevere *et notat* (se nedenfor) på maksimalt 6 sider indeholdende følgende:

- 1) Forside
- 2) Udarbejd en intern analyse, herunder:
 - a) En Business Model Canvas model
 - b) En analyse af de 4 p'er.
 - c) Fastlæg desuden virksomhedens nuværende konkurrencestrategi og vækststrategi(er)
- 3) Udarbejd en ekstern analyse, herunder:
 - d) En analyse af dagligvarebranchen
 - e) En analyse af 2-3 relevante omverdensforhold (fra den uafhængige omverden)
- 4) Opstil en SWOT-model, og udarbejd en samlet konklusion for opgaven
- 5) På baggrund af SWOT-modellen opstilles 1-2 forslag til fremtidig vækst. Diskuter fordele og ulemper ved forslagene.
- 6) Kildefortegnelse
- 7) Evt. bilag

I anden del af eksamensprojektet skal du udarbejde en planche med konklusionerne af projektet. Denne planche skal du bruge til eksamen. Dette er individuelt.

Dine konklusioner skal desuden præsenteres mundtlig for afsætningsunderviseren eller resten af klassen – også individuelt.

Din underviser vil i god tid inden præsentationen/forsvaret give dig de praktiske detaljer omkring præsentationen (tid til præsentation, rækkefølge mm.) samt de vurderingskriterier, der lægges til grund for vurderingen af din præsentation/dit forsvar af konklusionerne. Du bør til præsentationen medbringe noget visuelt.

Notatgenren

Notatformen er den genre, som oftest anvendes i økonomifagene. Notatet har sin oprindelse i ministerier, direktioner og bestyrelser, hvor problemfelter og løsningsmuligheder opridses som grundlag for beslutningstagere i processen med at træffe de bedste beslutninger, ud fra en afsætningsøkonomisk faglig vurdering.

Notatform er altså en skrivemetode, hvor man hjælper læseren gennem noget svært/tungt økonomisk stof, ved at skrive koncentreret og struktureret.

Det er essentielt, når man skriver i notatform, at de analytiske felter ikke blandes sammen, men at man præcist får afskilt de forskellige analyser, metoder og løsninger klart fra hinanden. Dette kan gøres gennem anvendelsen af adskilte afsnit med hver deres **overskrift**, samt **deloverskrifter** for hvert underemne. Overskrifter og deloverskrifter fungerer i et notat som pejlemærker, hvor læseren kan udvælge de specifikke emner der er nødvendige for en beslutning og udelade resten. Hver afsnit skal derfor både være selvstændigt og samtidig forbundet til de andre afsnit. Særligt skal konklusionerne være yderst klare og tydelige.

Der vil ikke være et egentligt metode afsnit, men dog angivelse af kilder i fodnoter.

Eksamen

Mundtlig eksamen, hvor der skal perspektiveres til eksamensprojektet !

Datoer og deadlines

Udarbejdelse

Projektet udarbejdes inden for ugerne 16-19, hvor vi har ca. 2-3 afsætningsmoduler om ugen.

Deadlines

Projektdel	Afleveringstidspunkt
Notat	2. maj 2023 kl. 18.00

Din præstation tæller

Dit projekt vil tælle med i afsætningsunderviserens vurdering af din årskarakter, lige som din evt. mundtlige præsentation/forsvar af marketingplanen vil tælle med i vurderingen af din mundtlige årskarakter i faget.

Manglende eller for sen aflevering

Det er dit ansvar, at deadline for aflevering af marketingplanen overholdes. Overskridelse af tidsfristen vil medføre, at besvarelsen ikke kan accepteres som rettidigt afleveret.

Manglende aflevering af eksamensprojektet vil betyde, at du IKKE kan få lov til at gå til eksamen i afsætning B, og dermed ikke kan blive færdig til sommer.

Skyldes manglende/for sen aflevering sygdom, skal skolen underrettes inden afleveringstidspunktet. Sygdom skal dokumenteres med lægeerklæring.

Undervisning i uge 16: Eksamensprojektets opstart

Du skal i de første moduler i afsætning i uge 16 gøre følgende:

- Læs eksamensprojektbeskrivelsen
- Vælg casevirksomhed/branche