

# Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	August 2021 – Juni 2023
<b>Institution</b>	College 360
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B
<b>Lærer(e)</b>	Louise Hasselgaard Tellefsen
<b>Hold</b>	Hhx1c

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Forløb 1</b>	Købsadfærd
<b>Forløb 2</b>	Den interne situation
<b>Forløb 3</b>	Den eksterne situation
<b>Forløb 4</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Forløb 5</b>	Strategi
<b>Forløb 6</b>	Parametermix

<b>Titel 1</b>	Købsadfærd
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:  <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden</li> <li>• 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget</li> </ul> </li> </ul>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation  Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> 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 <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse.  Brug af disse digitale medier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Padlet</li> <li>• Jamboard</li> <li>• Storyboardthat.com (tegneserie)</li> <li>• Find2learn</li> <li>• Quiz og byt</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>

<b>Titel 2</b>	Den interne situation
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:  <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2. Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2.1 Virksomhedskarakteristik</li> <li>○ 2.2 Konkurrencedygtighed</li> <li>○ 2.5 Værdikæder</li> <li>○ 2.6 SW-opstilling</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casearbejde om Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 lektioner á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation  Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske <b>modeller</b> og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, <b>bearbejde</b> og <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes med samme arbejdsformer gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

<b>Titel 3</b>	Den eksterne situation
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3. Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3.1 Omverdensmodellen</li> <li>○ 3.2 OT-opstilling</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casearbejde om selvvalgt virksomhed</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> 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 <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

<b>Titel 4</b>	Konkurrence- og branche
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4. Konkurrenceforhold</li> <li>• 5. Brancheforhold</li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case om Netflix</li> <li>• Arbejde med udvalgte cases fra Silkeborg gågade (introduktion til egen informationsindsamling)</li> </ul>
<b>Omfang</b>	11 lektioner á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> 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>• <b>indsamle, bearbejde og præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere.

<b>Titel 5</b>	Strategi
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:  <i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8. Strategi <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 8.1 SWOT-opstilling</li> <li>○ 8.4 Konkurrencestrategier</li> <li>○ 8.5 Vækststrategier</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case om Normal</li> <li>• Arbejde med selvvalgte cases</li> </ul>
<b>Omfang</b>	3 lektioner á 60 minutter
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Strategi</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> 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 <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere. Eleverne har arbejdet meget analogt med forskellige post-its som de har flyttet mellem analyser, SWOT, vækststrategier osv. Dette har skabt en tydelig forståelse for modellerne sammenhænge.

<b>Titel 6</b>	Parametermix
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 14. Marketingmix</li> <li>• 15. Produkt</li> <li>• 16. Serviceydelser</li> <li>• 18. Pris</li> <li>• 20. Distribution</li> <li>• 22. Promotion</li> </ul> <p><i>Markedskommunikation</i>, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6-6.3 Digitale reklamemedier</li> </ul> <p>SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked.</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.relationmedia.dk/cases">http://www.relationmedia.dk/cases</a> - Sales promotion cases</li> <li>• Udvalgte opgaver og cases fra systime</li> <li>• Eleveksempler</li> </ul>
<b>Omfang</b>	24 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Marketing mix</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> 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> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere.