



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2022 – Juni 2025
Institution	College 360
Uddannelse	HHX Silkeborg Handelsgymnasium
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Louise Hasselgaard Tellefsen & Katrine Nyholm Søgaard (og 3 mdr i 3g Kenneth Agger)
Hold	Hhx3J 2022

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Købsadfærd -grundforløb
Forløb 2	Den interne situation -light
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløb 5	Parametermix
Forløb 6	Strategi -light
Forløb 7	Markedsanalyse
Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 9	Strategisk analyse & Internationalisering light (& repetition af interne + eksterne forhold)
Forløb 10	Parametermix -opsummering
Forløb 11	Øvelser på skriftlighed & Erhvervs-case
Forløb 12	Købsadfærd B2B & repetition af købsadfærd B2B
Forløb 13	Internationalisering & Kultur
Forløb 14	Kultur & Internationale Parametermix
Forløb 15	Marketing Plan
Forløb 16	Branding
Forløb 17	Eksamens forløb: Muscle House
Forløb 18	Repetition af 3 års pensum



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Købsadfærd B2C -Grundforløb
-Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Eleverne har derfor ikke alle haft samme lærer og dermed didaktisk tilgang. Alle klasser har dog gennemgået samme kernestof. Fokus på introduktion til fagets indhold, metoder og didaktik. Der er fokus på at vække elevernes nysgerrighed og undren.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis altid med alle): • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng Der er desuden arbejdet meget på relations dannelse, både lærer-elev relationen og eleverne imellem.
Kernestof	Købsadfærd på B2C-markedet
Anvendt materiale.	<i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden • 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet ◦ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget 8 lektioner á 60 minutter Sideantal: 28,5 sider
Arbejdsformer	Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse. Brug af disse digitale medier: • Padlet • Jamboard • Storyboardthat.com (tegneserie) • Find2learn



- Quiz og byt

Forløb 2	Den interne situation - light
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb har fokus været rettet mod værdikæder for alle virksomhedstyper. Der er arbejdet med eksempler fra Hansen Flødeis samt elevernes egne eksempler. Idet forløbet er placeret så tidligt i faget er der arbejdet meget med elevernes egne eksempler for at få bedst mulig elevinddragelse og motivation for faget fremover.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis altid med alle): • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den interne situation
Anvendt materiale.	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 • 2. Den interne situation ○ 2.2 Konkurrencedygtighed ○ 2.5 Værdikæder ○ 2.6 SW-opstilling Casearbejde om Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale. 5 lektioner á 60 minutter Sideantal: 36 sider
Arbejdsformer	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.

Forløb 3	Den eksterne situation - <i>light</i>
Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Se indhold under materiale.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus:



	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den eksterne situation.
Anvendt materiale.	<i>Marketing – en grundbog i afsætning</i> , Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 3. Den eksterne situation ◦ 3.1 Omverdensmodellen ◦ 3.2 OT-opstilling Casearbejde med selvvalgt virksomhed 7 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid Sideantal: 16 sider.
Arbejdsformer	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

Forløb 4	Konkurrence- og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):



	• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den eksterne situation.
Anvendt materiale.	<i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 4. Konkurrenceforhold • 5. Brancheforhold Supplerende stof: • Case om Netflix • Arbejde med udvalgte cases fra Silkeborg gågade (introduktion til egen informationsindsamling) 14 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid. Sideantal: 55 sider
Arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 5	Parametermix
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked. Virksomhedsoplæg fra Muscle House om promotion. Virksomhedsbesøg hos Muscle House butik på Nørrebro. Virksomhedsoplæg fra Errant om iværksætteri, differentiering og opbygning af parametermix, herunder udfordringer hermed.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder



	• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Marketingmix.
Anvendt materiale.	<i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 14. Marketingmix • 15. Produkt • 16. Serviceydelser • 18. Pris • 20. Distribution • 22. Promotion <i>Markedskommunikation</i>, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier 39 lektioner á 60 minutter Aflevering af 3 timers fordybelsestid Sideantal: 164 sider
Arbejdsformer	Som tidligere.

Forløb 6	Strategi <i>light</i>
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. Fokus på at samle op på hele 1g. Således knyttes der tråde mellem analyser, SWOT og strategi.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst



	• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.
Kernestof	Strategi
Anvendt materiale.	Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 8. Strategi ○ 8.1 SWOT-opstilling ○ 8.4 Konkurrencestrategier ○ 8.5 Vækststrategier 8 lektioner á 60 minutter Afleveringsopgave med 2 timers fordybelsestid. Sideantal: 14,5 sider
Arbejdsformer	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 modellernes sammenhænge.

Forløb 7	Markedsanalyse
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 1 Markedsanalyse Supplerende stof: • Opgave omkring Bülow lakrids
Omfang	Der er afholdt 13 lektioner á 60 minutter Aflevering á 4 timers fordybelsestid: Too Good To Go (fra systime) Sideantal: 47 sider
Særlige fokuspunkter	Tværfaglighed med matematik (lovpligtigt) Anvendelse af matematik i praksis, altså anvendelse af matematik i et marketing-perspektiv Faglige mål: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst



	- indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng - fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag - udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Væsentligste arbejdsformer	Teorien er gennemgået i et mix mellem deduktiv og induktiv undervisning. Løbende er der lavet både pararbejde og case-arbejde i makkerskabsgrupper.

Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering Supplerende stof: - Gallups kompas, tns-gallup.dk - Opgave med ”kender du typen”, hvor grupper fremlagde hver deres familie - TV udsendelser med ”kender du typen.
Omfang	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 50 sider
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: - afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder - identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst - anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Væsentligste arbejdsformer	Arbejdsformer som normalt. Høj grad af autencitet, elevinddragelse og stilladsering. Længerevarende gruppearbejde, som skulle fremlægges med feedback.

Forløb 9	Repetition af Parametermix
Indhold	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 • 14. Marketingmix • 15. Produkt • 16. Serviceydelser • 18. Pris • 20. Distribution • 22. Promotion <i>Markedskommunikation</i>, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier Supplerende stof: • Egen opgave omkring Gajol/ ny smag. • Film: The Joneses -spillefilm omkring Stealth-marketing & Product placement
Omfang	10 lektioner á 60 minutter (Sideantal: 194 sider)
Særlige fokuspunkter	Kernestofområde: Marketing mix Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle): • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde, med fremlæggelser.

Forløb 10	Strategisk analyse & Internationalisering lighth (repetition af den interne og eksterne situation)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 8 Strategi • Kap. 9 Internationalisering (minus kultur) • Kap. 10 Strategisk analyse



	Supplerende stof: • Udvalgte klip Løvens Hule
Omfang	18 lektioner á 60 minutter Aflevering af 5 timers fordybelsestid: Zleep Hotel
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Væsentligste arbejdsformer	Som tidligere. Derudover tværfagligt projektarbejde i grupper.

Forløb 11	Skriftlighed & øvelse med fokus på erhvervscase
Indhold	Øvelse i skriftlighed. Kernestof: opsummering af al den teori som vi har lært i 1. og 2. g Den skriftlige aflevering, samt øvelser fra bogen: SYSTIME: SKRIV ØKONOMISK af Peder Vinther Emdal Hay, Mikkel Brunvold, Brith Vester, Anette Lind & Nils Bøgelund Jensen (iBog)
Omfang	15 lektioner á 60 minutter. Aflevering a 5 timers fordybelsestid: Tinderbox/ Musik Festival (gl. eksamenscase)
Særlige fokuspunkter	Faglige mål: • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng



	• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag, både mundtligt og skriftligt.
--	--

Forløb 12	Købsadfærd B2B (& repetition af Købsadfærd på B2C)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 7 Købsadfærd på producentmarkedet • Kap 6 Købsadfærd på Konsumentmarkedet Supplerende stof: • Caseopgave omkring Månsson • Caseopgave omkring Kirppu loppesupermarked
Omfang	Der er afholdt 17 lektioner á 60 minutter. Årsprøve: 5 timer omkring Det danske Kaffemarked
Særlige fokuspunkter	Skildring mellem B2B og B2C Perspektivering til købsadfærd på B2C Repetition af markedsanalyse Faglige mål: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Der er arbejdet med samme arbejdsformer som i den resterende del af undervisningen med fokus på høj grad af autencitet og elevinddragelse.

Forløb 13	Internationalisering & Kultur
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 9-9.4 og 9.6 om Internationalisering



	○ Eksportmotiv ○ Eksportberedskab ○ Internationaliseringsmodel ○ Markedsudvælgelse ● Kultur Supplerende stof: ● Case om Lakrids by Bülow
Omfang	Der er afholdt 9 lektioner á 60 minutter. Aflevering med 5 timers fordybelsestid – Matas Sideantal: 50 sider
Særlige fokuspunkter	Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at udfolde vækststrategien <i>markedsudvikling</i>, både set i afsætningsmæssig og ikke mindst i e-case sammenhæng. Eleverne har efterspurgt viden om internationalisering i forbindelse med strategi-projektet, hvor flere elever havde markedsudvikling som en del af de fremtidige tiltag. Fokus har været på at give eleverne en kort introduktion til emnet som gør dem i stand til at udfolde <i>markedsudvikling</i> både analytisk og som en diskussion. Selvom dette ikke er kernestof på afsætning B har jeg valgt at gennemgå emnet allerede i 2g af hensyn til e-case. Faglige mål: ● afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder ● identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst ● udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst ● indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Da forløbet er placeret i slutningen af skoleåret har der været høj grad af elev-involvering og inddragelse, altså deduktiv undervisning.

Forløb 14	De 4 internationale P'er
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) ● Kap. 17-19-21-23 & 24
Omfang	Der er afholdt 25 lektioner á 60 minutter.



	1 Aflevering á 5 timers fordybelsestid – PADEL (gammel eksamenscase)
Særlige fokuspunkter	Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at blive klogere på afsætning i det internationale perspektiv. Især en grundig forståelse for kulturteoriene og forskellene på den danske kultur ift kultur i andre lande. Dernæst fokus på de internationale P'er. Faglige mål: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst internationalt. • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Fokus har været at lære eleverne at kende og deres færdigheder. Der har været meget klasseundervisning med diskussion af emnerne, samt mindre caseopgaver løst i par/ mindre grupper.

Forløb 15	Marketing plan
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 25
Omfang	Der er afholdt 9 lektioner á 60 minutter. Aflevering á 5 timers fordybelsestid – De skal lave et projekt som også skulle fremlægges. Yderligere arbejdede eleverne med den tværgående case Copenhagen Coffee Lab også 5 timers fordybelsestid.
Særlige fokuspunkter	Afsluttende emne... opsamling af især teorierne om situationsanalysen. Faglige mål: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt & globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst nationalt og internationalt.



	• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	Fokus har været på elevernes mundtlige færdigheder. De har arbejdet i par eller mindre grupper og øvet marketing plan, med fokus på fremlæggelser.

Forløb 16	Branding (supplerende stof)
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Kap. 22 Promotion Og SYSTIME: MARKEDSKOMMUNIKATION af Michael Bregendahl, Morten Haase og Jan Halberg Madsen • Kap 3: Branding Supplerende stof: • The joneses (spillefilm om Stealth Marketing) • The greatest movie ever sold, dokumentar af Morgan Spurlock. En film om Neuromarketing, Product placement & Branding.
Omfang	Der er afholdt 5 lektioner á 60 minutter.
Særlige fokuspunkter	Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at supplere deres viden omkring Marketing & Branding. Dette emne klæder dem på til den forestående SOP skrivning og giver dem en bredere forståelse for hvor mange facetter der findes indenfor Marketing. Faglige mål: • udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Væsentligste arbejdsformer	Primært klasseundervisning og efterfølgende diskussion af forskellige problemstillinger vedrørende ovenstående emner og film. Par arbejde ved mindre opgaver.



Forløb 17	Eksamensprojekt & virksomhedsbesøg
Indhold	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog) • Hele bogen og særligt kap 25 -marketing planen 4 Virksomhedsbesøg hos virksomheden Muscle House
Omfang	Der er afholdt 21 lektioner á 60 minutter. Afleveringer á 7 timers fordybelsestid -Eksamensprojekt ”Muscle House”
Særlige fokuspunkter	Grupper skal laver en Marketingplan for Muscle House. Casen er valgt da klassen af skolen bestemt er partner med virksomheden. Virksomhedspartnerskabet er etableret da klassen startede i studieretningsklassen. Klassen har været på besøg ved virksomheden 4 gange fordelt over 3 år, og har ved hvert besøg lært en ny dimension af virksomheden at kende. Fx Marketing afdelingen, salg og produktion, økonomiafdelingen osv. I eksamensprojektet skulle eleverne lave: Situationsanalyse (Intern & ekstern analyse, Købsadfærd på B2B og B2C, Konkurrent/brancheanalyse og Marketing Mix.), Strategi, Marketingplan, Budget & Effektmåling og en Diskussion om sammenhængen mellem strategiprocesen og marketingplanen. Fokus på opgaven: Hvordan kan vi forbedre kendskabet (brand awareness) til Muscle House og dermed forbedre deres overordnede brand? En PP eller lign skal udarbejdes op til fremlæggelsen, som dermed kan medtages til mundtlig eksamen. Inkluderet i marketingplanen skal der indgå et kreativt forslag til hvordan man får forbedret deres overordnede Brand nationalt!?
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, udarbejdelse af projektet som skal danne baggrund for en eventuel mundtlig eksamen, samt en præsentation på 30 min pr. gruppe

Forløb 18	Repetition af kernestofområderne med fokus på eksamen
Indhold	Repetition af alt kernestof gennemgået i gennem alle 3 år med fokus på mulig eksamen i både mundtlig og skriftlig afsætning.
Særlige fokuspunkter	Klassen fik en oversigt over alle kernestofområderne og de vejledende punkter fra vejledningen til lærerplanen. De gik derefter i par og læste op på enkelte punkter fra oversigten, som de efterfølgende skulle fremlægge foran klassen. Derved blev alle kernestofområderne repeteret af eleverne selv.
Væsentligste arbejdsformer	Mundtlige fremlæggelser, par arbejde og lærerstyret undervisning.

