

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Sommer 2024
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Kirkegård-Aaboe
Hold	Hhx1d23s

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Købsadfærd på BtC-markedet
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Konkurrenceforhold
Forløb 4	Parametermix
Forløb 5	Strategi

--	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Købsadfærd på BtC-markedet
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: • 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 med relationsdannelse, både lærer-elev relationen og eleverne imellem.
Kernestof	Købsadfærd på BtC-markedet
Anvendt materiale	Marketing – en grundbog i afsætning, 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 med skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb har fokus været rettet mod værdikæder for alle virksomhedstyper. Der er arbejdet med virksomhederne Bold Drinks, Hansen Flødeis samt øvrige eksempler.
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 interne situation
Anvendt materiale	Kernestof: Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase ”Vil udfordre markedet: Hjem-Is ændrer navn for at udvide forretningen”, Finans.dk, 7.november 2023 • 2. Den interne situation • 2.2 Konkurrencedygtighed • 2.5 Værdikæder • 2.6 SW-opstilling Casearbejde om Bold Drinks og Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale. 5 lektioner á 60 minutter. Sideantal: 36 sider
Arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer som gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Den eksterne situation – light
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	Kernestof: Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 3. Den eksterne situation - o 3.1 Omverdensmodellen - o 3.2 OT-opstilling 7 lektioner á 60 minutter Sideantal: 16 sider
Arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Konkurrenceforhold
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	Konkurrenceforhold
Anvendt materiale	Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase • 4. Konkurrenceforhold 10 lektioner á 60 minutter Sideantal: 26 sider
Arbejdsformer	Som tidligere

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

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. Virksomhedsbesøg hos Deloitte, Voxmeter og besøg hos Forbrugerombudsmanden
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
Kernestof	Parametermix
Anvendt materiale	Marketing – en grundbog i afsætning, 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 Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier ”Matas buldrer frem på Tiktok i jagt på de unge”, Jyllands-Posten, 5.november 2022 ”Man møder helt sikkert stadig fordomme”, Jyllands-Posten, 5. november 2022 39 lektioner á 60 minutter Sideantal: 166 sider
Arbejdsformer	Som tidligere

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	Strategi – light
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	8. Strategi - o 8.1 SWOT-opstilling - o 8.4 Konkurrencestrategier - o 8.5 Vækststrategier 8 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Som tidligere

Termin	Sommer 2025
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Kirkegård-Aaboe
Hold	Hhx2d24

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløb 3	Marketingmix – repetition
Forløb 4	Købsadfærd på BtB markedet
Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Forløbets indhold og fokus	Kernestof: SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering Supplerende stof: Casearbejde: 1.4 spørgeskemaundersøgelse Casearbejde: Livsstil – Gallup
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 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 – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Markedsanalyse, segmentering og målgruppe
Anvendt materiale	Kapitel 1 Markedsanalyse Kapitel 11 Segmentering og positionering 20 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Strategi og internationalisering
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 8 8.1 – 8.2 SWOT og TOWS

	Kapitel 2, afsnit 2.4 BMC Kapitel 10, afsnit 10.1 Vækststrategier – diversifikation, integration og strategisk alliance Kapitel 9 Internationalisering Opgave om MATE og Mads Nørgaard Case: BMC Søstrene Grene samt fastfood Case: JBS
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 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
Kernestof	Strategi og internationalisering
Anvendt materiale	Kapitel 8, afsnit 8.1 og 8.2 Kapitel 9 Kapitel 10, afsnit 10.1 22 lektioner á 60 minutter
	Klasseundervisning, opgaveløsning, fremlæggelsesopgave med relation til emnet. Casearbejde, informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Marketingmix- repetition
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af 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 Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier

	Supplerende stof: Egen opgave omkring Ga-jol/ ny smag
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
Kernestof	Marketingmix
Anvendt materiale	14. Marketingmix 15. Produkt 16. Serviceydelser 18. Pris 20. Distribution 22. Promotion 19 lektioner a 60 minutter
Arbejdsformer	Som tidligere. Men særlig fokus på gruppearbejde med fremlæggelser

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Btb-markedet – købsadfærd
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase Kapitel 7 Købsadfærd på producentmarkedet Forskelle konsumentmarkedet og producentmarkedet Delmarkeder på producentmarkedet Købsadfærd på producentmarkedet
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 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

Kernestof	Købsadfærd på btb-markedet
Anvendt materiale	Kapitel 7 Købsadfærd på btb-markedet 14 lektioner á 60 minutter. Årsprøve: 5 timer omkring Bang & Olufsen
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Segmentering på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. Kapitel 13
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
Kernestof	Segmentering på producentmarkedet
Anvendt materiale	Kapitel 13 segmentering på producentmarkedet 4 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning, casearbejde og informationssøgning

Termin	Maj-juni (2025/2026)
Institution	Handelsgymnasiet Silkeborg, College 360
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Kirkegård-Aaboe
Hold	Hhx3D25

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Repetitionsforløb herunder opsamling på internationalisering fra 2. år
Forløb 2	Marketing i internationalt perspektiv
Forløb 3	Segmentering i internationalt perspektiv
Forløb 4	Marketingplanen
Forløb 5	Eksamensforløb og eksamenstræning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Repetitionsforløb herunder opsamling på internationalisering fra 2. år
Forløbets indhold og fokus	Kort forløb, hvor centrale emner fra tidligere undervisning blev repeteret. Kapitel 9 Internationalisering – repetition fra 2. år
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 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 - udvælge og anvende relevante digitale kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	Eksportmotiver Eksportberedskab Internationaliseringsmodeller Markedsvalgsmetoder Information om internationale markeder Kulturelle forhold
Anvendt materiale	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. (iBog) Kernestof: Kapitel 9 Internationalisering Kapitel 5 Brancheforhold Kapitel 10 Strategiske analyser Supplerende stof: Artikler om hhv. Arla, H2O samt Rynkeby blev anvendt til opsamling af emner fra tidligere undervisning Uddrag fra Børsen 25. april 2025: Restaurant Flammen får overskud på 24 mio. kr. Uddrag fra hjemmesiden https://restaurant-flammen.dk Rapporter fra Euromonitor /GMID Passport er benyttet, hvor de har været relevante i løbet af året. Omfang: ca. 5 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, par- gruppeopgaver, mundtlige fremlæggelser samt skriftligt arbejde.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 2	Marketingmix i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	Forståelse for det standardiserede og tilpassede marketingmix og baggrund for valg af parameterindsats på internationale markeder
Faglige mål	- afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, dog her med særligt fokus på 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 – her med fokus på globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng - fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer - udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med faget afsætning
Kernestof	Internationalisering af produktparameteren Serviceydelser i internationalt perspektiv Mærkestrategi PLC- og TLC-kurver Pris/kvalitetsstrategi Priseskalering Valutaforhold Krydspriskrydselasticitet Indirekte eksport Direkte eksport Kontrakter og samarbejde Direkte investering og internethandel Markedsforhold med betydning for international promotion Content Marketing Neuromarketing
Anvendt materiale	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. (iBog) Kernestof: Kapitel 17 Produkt i et internationalt perspektiv Kapitel 19 Pris i et internationalt perspektiv Kapitel 21 International distribution Kapitel 23 International promotion samt Content marketing kapitel 22 Kapitel 24 Marketingmix i internationalt perspektiv

	Supplerende stof: Case: Skanfribio / portefølje Toblerone i Storbritannien: https://www.dr.dk/nyheder/udland/toblerone-faar-ny-maerkelig-form-i-storbritannien Jysk giver op i Kina efter 8 års kamp og lukker 13 butikker, Jyllands-Posten 1. juni 2018. Jubel-år hos Co-ro: Rekord omsætning og stort overskud, Erhverv, Nordsjælland 16. juni 2020. Sådan bygger Tiger en børs kandidat af festhatte og læsebriller, Jyllands-Posten 21.10.2016 Mejeri i Himmerland vokser i en verden i brand, Effektivt landbrug 24.4.2024 samt https://nordexfood.dk/ Online cookies hitter: Nu behøver tyskerne ikke rejse hele vejen til vestkysten, tvmidtvest.dk 20.10.2024 Reklame for Miele fra Jyllands-Posten Podcast fra Zetland 3.12.2022 om neuromarketing, https://www.zetland.dk/historie/soNAbGWP-ae2KvJdE-4bcb1 Nudging med Jan Hellesøe DR, 15.11.2018 https://www.dr.dk/drtv/episode/manipulator_-nudging_52414 Elevernes egen informationssøgning vedr. eksempler på international distribution samt om eksempler på promotion i et internationalt perspektiv. Omfang: ca. 32 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, par- gruppeopgaver, mundtlige fremlæggelser samt skriftligt arbejde.

Forløb 3	Segmentering i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	Forståelse af segmenteringsprocessen samt for forhold af betydning for segmentering på internationale markeder.
Faglige mål	- afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – med fokus på globale forhold 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 globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng - fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer
Kernestof	Repetition af segmenteringsprocessen Område karakteristika ved segmentering internationalt Internationale livsstilsmodeller

Anvendt materiale.	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. (iBog) Kernestof: Kapitel 12 Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv Supplerende stof: Om virksomheden Fibertex: https://www.schouw.dk/virksomhederne#fibertextpersonalcare Japans befolkning bliver ældre, Jyllands-Posten 9.8.2023 Japan's Seniors' Market: Deeper Look Reveals Ample Opportunities: https://carterjmrn.com/blog/japans-seniors-market-deeper-look-reveals-ample-opportunities/ Omfang: ca. 6 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, par- gruppeopgaver samt skriftligt arbejde.

Forløb 4	Marketingplanen
Forløbets indhold og fokus	Forståelse af formål med marketingplanen samt forståelse af arbejdet bag marketingplanen.
Faglige mål	– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Formål med og indhold i en marketingplan
Anvendt materiale.	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. (iBog) Kernestof: Kapitel 25 Marketingplan Supplerende stof: Beverly Hills-stjerne booster Danske Bank-resultater Markedsføring.dk, 25. 2.2020 Reklamevideo for June fra Danske Bank, https://www.eiffelcph.dk/cases/ Information om app-en June fra Danske Bank. https://danskebank.dk/privat/produkter/investering/june#tip6 Omfang: ca. 2 lektion á 60 minutter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, opgaveløsning

Forløb 5	Eksamensforløb og eksamenstræning
-----------------	-----------------------------------

Forløbets indhold og fokus	Repetition af tidligere emner via eksamenslignende opgaver samt case. Formålet var at træne en mundtlig eksamen samt at identificere udfordring og diskutere en løsning heraf, som er del af en skriftlige eksamen.
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 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. - udvælge og anvende relevante digitale kompetencer i arbejdet med faget afsætning
Kernestof	Alle overordnede emner i fagets kernestof var i spil i eksamensforløbet om sports-/energidrik
Anvendt materiale	SYSTIME: MARKETING af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase. (iBog) Kernestof: Eleverne skulle bruge diverse emner i lærebogen for at løse opgaverne. Supplerende stof: Søstrene Grene ekspanderer med 60 nye butikker i Europa – Jyllands-Posten 9. april 2025 "Mens butikker lukker på stribe: Shaping New Tomorrow vil åbne 30 nye butikker", Jyllands-Posten, 11. maj 2020 og "Vi er en ung virksomhed, som er født digital - og det gør en forskel", Jyllands-Posten, 11. maj 2020. Uddrag fra Done By Deers hjemmeside Ny direktør med klar opgave: Camilla skal fordoble salget – Midtjyllands Avis, 27. marts 2025 Gæsterne skal have en god oplevelse -selv hvis dyrene ikke vil ud, Jyllands-Posten 16.5.2024: (Uddrag) Uddrag fra Givskud Zoos hjemmeside Reklame for Givskud Zoo bragt i Jyllands-Posten 25.5.2024 Omfang: ca. 20 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Samle informationer om Sports-/energidrikke markedet, mundtlig fremlæggelse af opgaven om Søstrene Grene samt om Done By Deer samt gruppediskussion vedr. opgaven om Givskud Zoo.