Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Termin hvori undervisningen afsluttes: juni 2025 |
| **Institution** | Jesper Buchs Iværksætter Akademi - Niels Brock |
| **Uddannelse** | EUX |
| **Fag og niveau** | Afsætning A - Marketing (Læreplan 2017) |
| **Lærer(e)** | Lone Glad Staun |
| **Hold** | 38j |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | **Introduktion til afsætning samt Samfundsvidenskabelig metode** |
|  |  |
| **Titel 2** | **Markedsanalyse** |
|  |  |
| **Titel 3** | **Virksomhedens interne forhold** |
|  |  |
| **Titel 4** | **Virksomhedens eksterne forhold** |
|  |  |
| **Titel 5** | **Konkurrenceforhold og brancheforhold** |
|  |  |
| **Titel 6** | **Købsadfærd på konsumentmarkedet** |
|  |  |
| **Titel 7** | **Købsadfærd på Producentmarkedet** |
|  |  |
| **Titel 8** | **Strategi** |
|  |  |
| **Titel 9** | **Strategiske analyser** |
|  |  |
| **Titel 10** | **Segmentering, målgruppevalg og positionering** |
|  |  |
| **Titel 11** | **Segmentering på producentmarkedet** |
|  |  |
| **Titel 12** | **Marketingmix, Produkt, Pris, Distribution, Promotion og service** |
|  |  |
| **Titel 13** | **Internationalisering** |
|  |  |
| **Titel 14** | **Markedsføringsplan – Digital dag** |
|  |  |
| **Titel 15** | **Skriftlig træning/repetition - Terminsprøve og lignende opgaver/digitale dage** |
|  |  |
| **Titel 16** | **Mundtlig eksamenstræning/repetition** |
|  |  |
| **Titel 17** | **Eksamensforløb Virksomhedscase Eventyrsport** |
|  |  |
| **Titel 18** | **OnePageMarketing - Digital dag** |
|  |  |
| **Titel 19** | **SIG DET MED BLOMSTER - Digital dag** |
|  |  |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)**

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 1 | Introduktion til afsætning samt Samfundsvidenskabelig metode |
| **Indhold** | **Kernestof****Introduktion til faget**Introduktion til faget afsætning og opsamling niveau C Fagets modeller, metoder og kompetencekrav**Samfundsvidenskabelig metode** Argumentation og dokumentation Afsætningsfaglig genre InformationssøgningKildekritik og empiri Analysemetoder**Materiale**Systime Afsætning A til EUX: Introduktion og samfundsvidenskabelig metode**1 Niels Brock bibliotek** <https://www.mitnielsbrock.dk/course/view.php?id=31285&section=16#tabs-tree-start>**2 Statistikbanken.dk** <https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1440>**3 Navigering i Infomedia**<https://infomedia.dk/login/>**4 Navigering i Euromonitor**<https://www.mitnielsbrock.dk/course/view.php?id=31285&section=24#tabs-tree-start>**5 Deskresearch**Visit Denmark <https://www.visitdenmark.dk/danmark>**6. Field research**Besøg 7-Eleven – Fysisk lokation |
| **Omfang** | 3 moduler Samfundsvidenskabelig metode |
| **Særlige fokuspunkter** | At introducere fagets fokus på brug af faglige begreber, teori og modellerAt forberede eleven på at man på A-niveau skal kunne indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold og vurdere informationernestroværdighed og relevans i en given sammenhæng. Dertil at få kendskab til hvor og hvordan der man finder relevante kilder til faget. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet er blevet gennemgået med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen dels som klassediskussion og dels ved elevpræsentation. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 2 | Markedsanalyse |
| **Indhold** | **Kernestof**Indsamling af data og formål med analysen DatakilderPrimære og sekundære datakilder (Databaser) Kvalitative metoderKvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse Fejlkilder Repræsentativitet Markedsanalyseprocessen **Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 1og 14Video markedskort Systime Afsætning B til EUX <https://afsbeux.systime.dk/?id=1422#c10731> |
| **Omfang** | 4 modulerMarkedsanalyse indgår i forløbet ”Reklamebureauet” |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne designe sin egen markedsanalyseproces og kunne argumentere for sine valg, som eleven foretager sig i designprocessen. Markedsanalysen er foretaget som en del af et samlet forløb indenfor kernestofområdernemarkedsanalyse og marketingmix |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning med teorigennemgang. Cases løses i grupper og præsenteres for den øvrige del af klassen.Undervejs diskuteres de forskellige budskaber ipræsentationen i form at udfordrende og afklarende spørgsmål fra de andre elever og læreren. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 3 | Virksomhedens interne forhold |
| **Indhold** | **Kernestof**VirksomhedskarakteristikVærdikæden for forskellige virksomhedstyper KonkurrencedygtighedForretningsmodeller (BMC) SW-analyse**Materiale**Systime Afsætning A til EUX: Marketing, kapitel 2Design and innovation tool: the Business Model Canvas, how does it work? <https://www.youtube.com/watch?v=g4E3fhybhGM>Simplificeret eksempel på værdianalyse for RynkebyEksempel på værdikædeanalyse Sportmaster - ikke fyldestgørendeFigur 2.12 i Marketing, Systime |
|  | 3 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen somklassediskussion og ved præsentation af elever. Forløbet afslutter med en individuel skriftlig aflevering |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 4 | Virksomhedens eksterne forhold |
| **Indhold** | **Kernestof**Omverdenmodel PESTEL-analyse OT-analyse**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) Den eksterne situation kapitel 3[OECD](https://www.oecd.org/en/about/members-partners.html) (vælg menupunkter ’Countries’),[The World Factbook](https://www.cia.gov/the-world-factbook/) (vælg menupunkter ’Countries’),[Globalis](https://www.globalis.dk/) Udenrigsministeriet/The Trade Council. |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne anvende viden om virksomhedensomverden i forhold til at kunne analysere og diskutere virksomhedens situation og fremtidige måde at handle på. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen somklassediskussion og ved præsentation af elever. Forløbet slutter med en individuel skriftlig aflevering |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 5 | Konkurrenceforhold og brancheforhold |
| **Indhold** | **Kernestof**Markedsafgrænsning Konkurrentidentifikation Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse PositioneringBrancheanalyse**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 4 og 5Link til video om Porters Five Forces - interview med Michael E. Porter (13 min.) https://www.youtube.com/watch?v=mYF2\_FBCvXw |
| **Omfang** | 6 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne redegøre for virksomhedens marked, og kunne analysere virksomhedens konkurrencemæssige forhold. Dette indebærer at eleverne skal kunne udarbejdebrancheanalyser og kunne analysere og diskutere virksomhedens konkurrencemæssige position. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen somklassediskussion og ved elevpræsentation |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 6 | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Indhold** | **Kernestof**Behov KøbemotiverKøbstyper og købsadfærdstyper Beslutningsprocessen KøberollerSOR-modellen**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 6 |
| **Omfang** | 3 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne redegøre for modeller til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsumentmarkedet. Endvidere skal eleverne kunne analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedensmarkedsføringsmæssige beslutninger |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen somklassediskussion og elevpræsentationer |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 7 | Købsadfærd på Producentmarkedet |
| **Indhold** | **Kernestof**Virksomheders købsadfærdVirksomheders købsbeslutningsproces herunder Buy- Grid modellenValgkriterier på de tre markeder Faktorer der påvirker købsadfærden**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 7<http://www.flugger.dk/><http://www.akzonobel.com/> |
| **Omfang** | 3 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleven skal kunne redegøre for modeller til bestemmelse af virksomhedernes købsadfærd på producentmarkedet Eleverne skal kunne skelne mellem købsadfærd påhhv. konsumentmarkedet (BTC) og producentmarkedet (BTB). Eleven skal kunne identificere og analysere købsadfærden i en given situation på BTB-markedet samtdiskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt case løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen somRollespil, klassediskussion og feedback  |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 8 | Strategi |
| **Indhold** | **Kernestof**Mission, vision og værdier SWOT-opstillingTOWS-matrix Konkurrencestrategier Vækststrategier**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 8”Smykkebrand dropper udenlandske planer efter tocifret millionunderskud” <https://detailwatch.dk/nyheder/mode_velvaere/article16805882.ece> |
| **Omfang** | 5 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne identificere, formulere, og behandle deafsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds strategi og fortsatte vækst. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver og feedback  |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 9 | Strategiske analyser |
| **Indhold** | **Kernestof**VækststrategierVækst via diversifikation Vækst via integration Strategisk allianceBlue Ocean-strategi Porteføljeanalyse og -strategiBostonmodellen**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 10Egmont opkøber Oxygen Magasiner<https://mediawatch.dk/Medienyt/Ugeblade_magasiner/article5181841.ece>Danish Crown planlægger opkøb og milliardvækst<https://finans.dk/erhverv/ECE13363167/danish-crown-planlaegger-opkoeb-og-milliardvaekst/> |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne identificere, formulere, og behandle deafsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds strategi og fortsatte vækst. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion samt lærer/elevstyret klasseundervisning med teorigennemgang. Opgaver samt cases løses og gennemgås iklassen med lærersupervision |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 10 | Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| **Indhold** | **Kernestof**Markedssegmentering Segmenteringsprocessen LivsstilsanalyserGallup Kompas Conzoom®-modellenSMUK modellen Personas**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 11Conzoom<https://teknologi.nu/wp-content/uploads/2018/09/conzoom_klassifikation_den-store-bog.pdf> |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne adskille og forstå de forskellig mulige segmenteringskriterier på hhv. BTC og BTB markedet.Eleven lærer at tilrettelægge og udføre en segmenteringsproces, herunder beskrive markedet samt vælge relevante segmenteringsvariable og vurderesegmenters attraktivitet. Desuden skal de kunne udarbejde en Personas til at understøtte segmenteringen |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning med teorigennemgang. Opgaver og cases løses på klassen |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 11 | Segmentering på producentmarkedet |
| **Indhold** | **Kernestof**Delmarkeder på producentmarkedet Segmenteringsvariable på producentmarkedet Build-up tankegangen – kundernes behovBreak-down tankegangen - virksomhedens produkt**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 13 |
| **Omfang** | 2 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne redegøre for og anvende modeller/teori til bestemmelse af virksomheders købsadfærd på producentmarkedet. Eleverne skal kunne skelne mellem købsadfærd på hhv. konsumentmarkedet og producentmarkedet.  |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning med teorigennemgang. Der løses opgaver. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 12 | Marketingmix, Produkt, Pris, Distribution, Promotion og Service |
| **Indhold** | **Kernestof**Marketing Mix ProduktPris Distributionsformer Promotion Serviceydelser**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel15,16,18,20,22 |
| **Omfang** | 10 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne afgøre de afsætningsmæssigeudfordringer, der knytter sig til virksomhedens marketingmix. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen dels som klassediskussion elev ved gensidig elevpræsentation igrupper. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 13 | Internationalisering |
| **Indhold** | **Kernestof**InternationaliseringEksportmotiver EksportberedskabMarkedsudvælg. m.mSegmentering og målgruppevalg i internationalt perspektivMarketingmix i internationalt perspektiv Produkt i internationalt perspektivPris i internationalt perspektiv Distribution i internationalt perspektiv Promotion i internationalt perspektiv**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 9, 12, 17,19, 21, 23, 24LæsøSalt<https://www.laesoesalt.com/><https://www.ferieservice.dk/attraktioner/laesoesaltsyderi.aspx><https://www.facebook.com/laesoesalt/?ref=page_internal><https://www.ft.dk/samling/20131/almdel/UL%C3%98/bilag/111/1347692.pdf><https://cvrapi.dk/virksomhed/dk/laeso-salt-as/29825521><https://www.dr.dk/nyheder/regionale/nordjylland/laesoe-salt-skal-produceres-med-groen-energi><https://www.berlingske.dk/business/verdens-dyreste-salt-en-stor-dansk-succes><https://www.skagensavis.dk/2019/02/07/salt-i-oellet-kan-man-det.html><https://ligeher.nu/frederikshavn/nyheder/livet-her/salt-i-oellet-kan-man-det/7a59bf60-e630-480a-9feb-f1d10c63ae34> |
| **Omfang** | 9 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne afgøre de afsætningsmæssigeudfordringer, der knytter sig til virksomhedens internationale forhold, herunder eksport |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof Eleverne har fået en større case, Læsø Salt. Fremlæggelser. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 14 | Markedsføringsplan – Digital dag |
| **Indhold** | **Kernestof**MarketingplanSituationsanalyse MarketingplanBudget og effektmålingSammenhæng mellem strategiprocessen og marketingplanen**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 25One page marketing plan: <https://get2growth.com/marketing-plan-example/> |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Der er fokus udarbejdelse af en markedsføringsplan, baseret på en selvvalgt virksomhed, med udgangspunkt i en såkaldtone-page marketingplan |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Gruppearbejde og gruppefremlæggelse |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 15 | Skriftlig træning/Terminsprøve |
| **Indhold** | **Kernestof**Diverse fagområder, der dækker de økonomiske kompetencer**Materiale**Systime Skriftlig eksamen på A-niveau Bekendtgørelse om de økonomiske kompetencer i praksis (2017)Forberedelse og træning terminsprøve/skriftlig eksamen, herunder tidligere eksamensopgave:RoccamoreMontana CharterbranchenTerminsprøve: BæredygtighedOpfølgning og repetition  |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne træner til skriftlig eksamen, hvor spørgsmålene i den skriftlige prøve tager udgangspunkt i emnerne inden for fagets kernestof og er udarbejdet således at eleverne udfordres på de økonomiske kompetencer. Udgangspunktet er en opgave struktur, der ligner tidligere skriftlige eksamener under den nyeste bekendtgørelse eller en tidligere skriftlig eksamensopgave |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Skriftlig besvarelse med opfølgning og feedback samt fremlæggelser |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 16 | Mundtlig eksamenstræning/repetition |
| **Indhold** | **Kernestof**Supplerende stof med afsæt erhvervsnyheder og teori (er) indenfor efter eget valg indenfor:Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse Den interne situationDen eksterne situationStrategi og strategiske analyserSegmentering, målgruppevalg og positionering på BTB eller BTC-markedetMarketing mixKøbsadfærd, BTB samt BTC Internationalisering**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 1-25 modeller og teorierDiverse artikler |
| **Omfang** | 15 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at sikre at eleverne har kendskab til alle afsætningsmodeller og teorier i forhold til anvendelse af disse til kommende eksamen og dermed træning af deøkonomiske kompetencer skriftligt såvel som mundtligt |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Forberedelse og mundtlig fremlæggelse i undervisningen |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 17 | Eksamensforløb Virksomhedscase Eventyrsport |
| **Indhold** | **Kernestof**Intern- og ekstern analyse Branche- og konkurrenceforhold StrategiKøbsadfærdVirksomhedens parametermix Internationalisering**Materiale**Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 1 til 25 |
| **Omfang** | 7 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at eleverne igennem arbejdet udvikler sin evne til faglig fordybelse og forståelse af teoretisk viden som etredskab til at analysere virkelighedsnære forhold. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Gruppearbejde og/eller individuelt arbejde med skriftligAflevering + midtvejs peer feedback  |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 18 | Boghandlerbranchen heraf Digital dage |
| **Indhold** | **Kernestof**KonkurrencesituationOmverdensanalyseMarkedsanalyse**Materiale**Systime: Tværgående cases |
| **Omfang** | 3 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at eleverne igennem arbejdet udvikler sin evne til faglig fordybelse og sætte sig ind i selvstændigt ind isupplerende stof. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde efterfulgt af opsamling i plenum |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 19 | Sig det med blomster - Digital dag |
| **Indhold** | **Kernestof**Forretningsmodel/Digitale forretningsmodellerMarkedsanalyse**Materiale**Systime: Tværgående cases |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at eleverne igennem arbejdet udvikler sin evne til faglig fordybelse og sætte sig ind i selvstændigt ind isupplerende stof. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde efterfulgt af opsamling i plenum |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 20 | Messebesøg - Ignite |
| **Indhold** | **Kernestof**Virksomhedskarakteristik og konkurrenceanalyse**Materiale**Messe |
| **Omfang** | 2 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at eleverne igennem mødet med iværksættere får indsigt i forretningsmodeller og konkurrentanalyse samt positionering |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde efterfulgt af opsamling i plenum |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 21 | Virksomhedsbesøg – Nemlig.com |
| **Indhold** | **Kernestof**Fokus på:Parametermix inkl serviceydelserInterne forholdKonkurrence og brancheforhold**Materiale**Mundtligt oplæg og dialog med Stifter og Adm. direktør Stefan Plenge |
| **Omfang** | 4 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Formålet er at eleverne igennem mødet med iværksættere får indsigt i forretningsmodeller og konkurrentanalyse samt positionering |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde efterfulgt af opsamling i plenum |