Undervisningsbeskrivelse

BØRNE- OG UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Skoleår 2025-26.
Institution	UCE/CELF Nykøbing Falster
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Ida Charlotta Holst (IDHO)
Hold	23hx4b

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Internationalisering
Forløb 2	Segmentering og målgruppevalg i Internationalt perspektiv
Forløb 3	Produkt i internationalt perspektiv
Forløb 4	Pris i internationalt perspektiv
Forløb 5	International promotion
Forløb 6	International distribution
Forløb 7	Marketingmix i internationalt perspektiv
Forløb 8	Marketingplan
Forløb 9	Eksamensprojekt
Skriftlig-hed	Skriftlighed Skriftlighed på 3. år – træning gennem skriftlige eksamensopgaver – State Drinks, Carlsberg, Roccamore, Clutch Nutrition
Generelt	Lærebog: Marketing – Michael Bregendahl, Mikkel Krag Brunvold, Morten Haase, Søren Seest Marquart (red.), René Mortensen og Birte Ravn Østergaard, kapitlerne 9, 12, 17, 19, 21, 23, 24, 25

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Internationalisering
Forløbets indhold og fokus	• Virksomhedens eksportmotiver • Virksomhedens eksportberedskab • Internationaliseringmodeller (Uppsala modellen, Born Global, Netværksmodellen) • Markedsudvælgelse • Kulturelle forhold
Faglige mål	
Kernestof	• Internationalisering • Kulturelle forhold • Markedsudvælgelse • Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	Systime Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 9 Omfang: ca 10. lektioner
Arbejdsformer	Klasseundervisning Pararbejde

Forløb 2	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	• Landespecifik segmentering • Kulturelle Zoner • Mosaic-modellen
Faglige mål	
Kernestof	• Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 12 Omfang: ca. 4 lektioner
Arbejdsformer	Klasseundervisning Skriftligt arbejde

Forløb 3	Produkt i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	• De tre produktniveauer i internationalt perspektiv • Internationalisering af serviceydelser • Mærkestrategi • Globalt kontra lokalt brand

	• PLC kurver vs. TLC kurver
Faglige mål	
Kernestof	• Internationalisering • Kulturelle forhold • Markedsudvælgelse • Branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 17 Omfang: ca. 6 lektioner
Arbejdsformer	Klasseundervisning Paropgaver Gruppearbejde

Forløb 4	Pris i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	Pris/kvalitet, Priseskalering og valutaforhold
Faglige mål	
Kernestof	• Prisparameteren i internationalt perspektiv
Anvendt materiale.	Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 19 Omfang: ca. 5 lektioner
Arbejdsformer	Klasseundervisning Caseopgaver i grupper

Forløb 5	International Promotion
Forløbets indhold og fokus	• Den udvidede kommunikationsmodel • Medievalg • Neuromarketing • Content marketing
Faglige mål	
Kernestof	• Marketing mixet både nationalt og globalt • Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder
Anvendt materiale.	Bog – Marketing – en grundbog

	Kapitel 23 Hjemmesider om nudging og fun Theory https://www.youtube.com/watch?v=jsy1E3ckxlM https://www.youtube.com/watch?v=43Mw-f6vIbo https://www.youtube.com/watch?v=QU8Rms94C5c https://www.youtube.com/watch?v=tcrhp-IWK2w Omfang: ca. 8 lektioner
Arbejdsformer	Klasseundervisning Individuelt arbejde caseopgave

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

OBS: Der skal udarbejdes et skema for hver forløb.

Forløb 6	International distribution
Forløbets indhold og fokus	Distribution internationalt: Markedsindtrængningsformer, direkte og indirekte eksport og valgkriterier for markedsindtrængning.
Faglige mål	
Kernestof	Distribution i et internationalt perspektiv
Anvendt materiale.	Kapitel 21, international distribution
Arbejdsformer	Individuelle opgaver Klassediskussioner

Forløb 7	Marketingmix i internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	• Situationsanalyse • Marketingplan • Handlingsplan • Budget og effektmåling •
Faglige mål	
Kernestof	• Strategi - Mission, vision og værdier • Standardiseret og tilpasset marketingmix

Anvendt materiale.	Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 23 Omfang ca. 6 lektioner
Arbejdsformer	• Klasseundervisning • Gruppearbejde

Forløb 8	Marketingplan
Forløbets indhold og fokus	• Situationsanalyse • Marketingplan • Budget og effektmåling • Handlingsplan
Faglige mål	
Kernestof	Marketingplanen både nationalt og globalt
Anvendt materiale	Bog – Marketing – en grundbog Kapitel 25 Omfang ca. 6 lektioner
Arbejdsformer	• Klasseundervisning • Kreativ fremstilling (tegninger af modeller og teorier) • Gruppearbejde • Fremlæggelser

Forløb 9	Eksamensprojekt
Forløbets indhold og fokus	Forløb om den lokale Lalandia, samt Lalandia generelt. Brugt til repetition af kernestoffet. Eleverne skulle foretage informationssøgning, intern- og ekstern analyse, identificere udfordringer for virksomheden. Opsamling i powerpoints, padlet eller lignende til brug for perspektive-ringsøvelsen til eksamen
Faglige mål	
Kernestof	Kernestofområderne bredt
Anvendt materiale.	Individuel informationsssøgning
Arbejdsformer	Eleverne har arbejdet selvstændigt i grupper