Undervisningsbeskrivelse

BØRNE- OG UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj-juni 2026
Institution	CELF
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Lasse Jensen & Carsten Rasmussen
Hold	23hx4e

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Virksomheden som begreb
Forløb 2	Virksomhedens metode
Forløb 3	Virksomhedens interne forhold
Forløb 4.	Virksomhedens makroforhold
Forløb 5	Virksomhedens efterspørgsel
Forløb 6	Konkurrence
Forløb 7	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 8	Strategiske analyser
Forløb 9	Marketingmix
Forløb 10	Segmentering og Købsadfærd på producentmarkedet
Forløb 11	Skriftlig eksamenstræning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Virksomhedens som begreb
Forløbets indhold og fokus	**Hvad er en virksomhed, herunder:** Virksomheder opdelt efter type Virksomheder opdelt efter marked Virksomheder opdelt efter branche **Markedsføringsbegreber, herunder:** Virksomhedskoncepter Handlingsparametre Virksomhedens interessegrupper
Faglige mål	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression - 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	[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]
Anvendt materiale.	Afsætning Niveau A , Lene Jenrich,, Lise Aarosin, Helle Willum Christensen 4 udgave, bind 1 (2018) Forlaget Trojka Der har været arbejdet med forløbet i en uge
Arbejdsformer	**Teori:** Klasseundervisning Dialog lærer-elever og elever-elever **Opgaver:** Gruppearbejde, individuelt arbejde **Progression:** Eleverne har arbejdet med diverse fælles opgaver med vægt på at begrunde svarene som diskussion på klassen.

Forløb 2	Virksomhedens metode
Forløbets indhold og fokus	Eleverne er præsenteret for faget og dets modeller og metode, og fik indblik i hvordan der arbejdes metodisk. Så fokus på modeller, og brugen heraf, samt de afsætningsfaglige kompetencer som arbejdes med i et samfundsvidenskabeligt fag som Afsætning. Desuden er eleverne introduceret til skrivekompetencer og kildekritik **Virksomhedens stærke og svage sider, herunder** Informationssøgning Datakilder Dataindsamlingsmetoder Kildekritik og repræsentativitet Markedsanalyseprocessen Markedsanalysetyper
Faglige mål	**Fagligt:** Fortsat fokus på erhvervelse af fagbegreber og deres anvendelse i praktiske situationer. **Pædagogisk:** Optræning/udvikling af evnen til at beskrive og analysere praktiske situationer i forhold til teorierne.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse - Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder - Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	Dækker såvel kernestof som supplerende stof. Ovenstående grundbog 1 samt avisartikler fra Erhvervsbladet. samt. forskellige virksomheders hjemmesider. Omfang ca. 2 måneder
Arbejdsformer	Teori: Klasseundervisning Dialog lærer-elever og elever-elever Opgaver: Gruppearbejde med power point fremlæggelse og mundtlige kommentarer samt et længere gruppearbejde med rapport og powerpoint fremlæggelse samt individuelt arbejde

Forløb 3	Virksomhedens interne forhold

Forløbets indhold og fokus	**Virksomhedens stærke og svage sider, herunder** Strategisk planlægning Ide Værdikæden Productlivscyklus Porteføljeanalyse Analyse af virksomhedens stærke og svage sider Virksomhedens it-strategi **Fagligt:** Fortsat fokus på erhvervelse af fagbegreber og deres anvendelse i praktiske situationer. **Pædagogisk:** Optræning/udvikling af evnen til at beskrive og analysere praktiske situationer i forhold til teorierne.
Faglige mål	Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb. - Ræsonnementskompetencer - Modelleringskompetencer - Kommunikationskompetencer - Databehandlingskompetencer Læreplanens mål: Nedenstående faglige mål er særligt i fokus i dette forløb. - afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder. - identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst - anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger - udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst - indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed
Kernestof	- Værdikæder - Porteføljeanalyser - Forretningsmodeller
Anvendt materiale.	Ovenstående grundbog 1 samt. Udvalgte virksomheder fra TV2-udsendelsen Løvens Hule fra 2022 Der er arbejdet ca. 1 mdr. med dette forløb

Arbejdsformer	**Teori:** Klasseundervisning Dialog lærer-elever og elever-elever **Opgaver:**

	Gruppearbejde, individuelt arbejde **Afleveringsopgaver:** Individuel aflevering af opgaver om virksomhedens koncepter samt portefølgeanalyse Gruppearbejde med powerpoint præsentation og mundtlige kommentarer **Prøver:** Individuel skriftlig besvarelse **Progression:** Der har været fokus på indlæring af teorier og disse teoriers anvendelse til beskrivelse, analyse og vurdering af praktiske situationer.

Forløb 4	Virksomhedens makroforhold
Forløbets indhold og fokus	**Virksomhedens omverden, herunder** Omverdensmodellen Pest-modellen Virksomhedens reaktion på ændringer i omverdenen Genopfriskning af tidligere tilegnet stof, styrkelse af skriftlig og mundtlig formuleringsevne.
Faglige mål	**Kompetencer:** Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb. - Ræsonnementskompetencer - Modelleringskompetencer - Kommunikationskompetencer - Databehandlingskompetencer **Læreplanens mål:** Nedenstående mål er især i fokus i dette forløb: - afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder - identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst - anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger - udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst
Kernestof	Omverdensforhold nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Ovenstående grundbog bind 1. Der er arbejdet ca. 3 uger med stoffet
Arbejdsformer	Gruppearbejde skriftlige opgaver, individuel besvarelse af skriftlige opgaver, gruppearbejde med mundtlig fremlæggelse og anvendelse af power point.

Forløb 5	Virksomhedens efterspørgsel

Forløbets indhold og fokus	**Konsumentmarkedet** herunder S-O-R- modellen Købadfærdsanalyse Købsadfærd **Business-to business herunder** B-2-B markedet Købsadfærden på B-2-B markedet Købsadfærdsanalyse Markedsføring på B-2-B markedet Styrkelse af skriftlig og mundtlig formuleringsevne.
Faglige mål	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression - 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	Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-toconsumer markeder
Anvendt materiale.	Ovenstående grundbog 1 Der er arbejdet ca. 3 måneder med forløbet
Arbejdsformer	Gruppearbejde skriftlige opgaver, individuel besvarelse af skriftlige opgaver, gruppearbejde med mundtlig fremlæggelse og anvendelse af power point.

Forløb 6	Konkurrence
Forløbets indhold og fokus	**Konkurrenceforhold herunder** - Forudsætninger for virksomhedens konkurrenceevne - Analyse af konkurrenceforholdene - Analyse af branchen - Konkurrentanalyse - Markedsføringsmæssige konsekvenser af konkurrencesituationen Styrkelse af skriftlig og mundtlig formuleringsevne.

Faglige mål	Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb. - Problembehandlingskompetencer - Ræsonnementskompetencer - Modelleringskompetencer - Kommunikationskompetencer - Databehandlingskompetencer - Redskabskompetencer
Kernestof	Branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Ovenstående grundbog 1 samt avisartikler fra Erhvervsbladet og Berlingske Tidende Der er arbejdet ca. en måned med forløbet
Arbejdsformer	Gruppearbejde skriftlige opgaver, individuel besvarelse af skriftlige opgaver, gruppearbejde med mundtlig fremlæggelse og anvendelse power point.

Forløb 7	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløbets indhold og fokus	Eleven skal opnå forståelse for segmenteringsprocessen samt valg af målgruppe og hvordan en virksomhed kan positionere sig. Fokus har været på at arbejde med klassedynamik, samt deres evner og lyst til at indgå i faglige diskussioner med hinanden (jeg overtog klassen i dette forløb). Desuden har fokus på været på at indsamle informationer gennem besøg i byen og virksomheder, så de har trænet dataindsamlingsmetoder og analyse af data for at kunne kommunikere tydeligt.

Faglige mål	**Kompetencer:** Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb. - Ræsonnementskompetencer - Modelleringskompetencer - Kommunikationskompetencer - Databehandlingskompetencer **Læreplanens mål:** - Nedenstående mål er især i fokus i dette forløb: - afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder - identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst - anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger - udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst
Kernestof	**Kernestof:** Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 11 - Målgruppebeskrivelse - Markedssegmentering - Livsstilsanalyser - Personas - Målgruppevalg og -strategi - Positionering **Supplerende stof:** http://www.tns-gallup.dk/services/gallup-kompas https://apps.conzoom.eu/public_map https://danskemedier.dk/maalinger/ • Gallup lyttertal
Anvendt materiale.	Kapitel 11 Segmentering, målgruppevalg og positionering fra Systime med tilknyttede opgaver. 10 timers undervisning 5 timers fordybelsestid

Arbejdsformer	Undervisning i plenum – teoripræsentation og klassediskussioner Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper på baggrund af undersøgende arbejde med selvvalgt butik byen.

Forløb 8	Strategiske analyser
Forløbets indhold og fokus	Eleven skal opnå en forståelse for det strategiske arbejde i en virksomhed. Kunne forklare forskellen mellem konkurrence- og vækststrategi.
Faglige mål	**Kompetencer**: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb. - Ræsonnementskompetencer - Modelleringskompetencer - Kommunikationskompetencer - Databehandlingskompetencer **Læreplanens mål:** Der er især fokus på, at eleverne efter dette forløb skal kunne: - afgøre, hvilke forhold i relation til virksomhedens konkurrencesituation, der har betydning for en valg af vækst- og konkurrencestrategi. - identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende virksomhedens valg af vækst- og konkurrencestrategi. - anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber - udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige for hold 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	Strategi - Mission, vision og værdier - Konkurrencestrategier - Vækststrategier

Anvendt materiale.	**Kernestof:** Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 8 - SWOT og TOWS - Mission, vision og værdier - Konkurrencestrategier - Vækststrategier Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 10 - Vækststrategier: Intensivering, integration og diversifikation - Blue Ocean strategi - Porteføljeanalyse og -strategi (Boston) - Digitale forretningsmodeller og -strategi - Bæredygtighed Desuden en række artikler, fx om dansk dagligvarehandel og de enkelte kæders konkurrenceformer. Omfang ca. 15

	Fordybelsestid 5 timer
Arbejdsformer	Undervisning i plenum – teoripræsentation og klassediskussioner Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper

Forløb 9	Marketingmix
Forløbets indhold og fokus	Eleven skal opnå en forståelse for det samlede marketingmix. Med udgangspunkt i kapitlerne fra Systime, skal eleverne kunne forklare de enkelte P'er og kunne analysere disse. Arbejdet har været praktisk orienteret, i den forstand at de først har arbejdet med en parfume fra Lattafa der har været genstandsfelt for gennemgang af samtlige P'er. Dernæst har de i grupper valgt en lokal virksomhed, som er besøgt og analyseret.
Faglige mål	**Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression** - Problembehandlingskompetence - Ræsonnementskompetence - Modelleringskompetence - Tankegangskompetence - Kommunikationskompetence - Databehandlingskompetence
Kernestof	Marketing mix - Marketing mixet kun nationalt
Anvendt materiale.	**Kernestof** - Marketing, Systime 2017: Kapitel 14: Marketingmix - Marketing, Systime 2017: Kapitel 15: Produkt - Marketing, Systime 2017: Kapitel 16: Serviceydelser - Marketing, Systime 2017: Kapitel 18: Pris - Marketing, Systime 2017: Kapitel 20: Distribution - Marketing, Systime 2017: Kapitel 22: Promotion **Supplerende stof:** Data eleverne selv har indhentet om deres selvvalgte virksomhed Markedsføring fra parfumemærket Lattafa Omfang ca. 30
Arbejdsformer	Klassegennemgang, herunder opgaver Casearbejde med Lattafa som brand Fremlæggelser i plenum og i matrixgruppe Projektarbejde med virksomhedsbesøg

Forløb 10	Segmentering og Købsadfærd på producentmarkedet

Forløbets indhold og fokus	Eleven skal kunne forklare hvad der kendetegner købsadfærden på B2B-markederne, herunder købstyper og adfærd. Forløbet har benyttet sig af indholdet i Systime-bogen, samt enkelte andre artikler, men har ikke været forankret i verden omkring skolen, som mange af de øvrige. Fokus har været på forståelsen af delmarkederne på B2B, samt hvilke købsmotiver der er styrende i forhold til B2C.
Faglige mål	**Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression** I forhold til de mere generelle faglige mål, der også trænes i dette forløb, skal eleverne efter dette forløb kunne følgende: - redegøre for begrebet business to business (B-t-B), og kunne argumentere for ligheder og forskelle til Business to Concumer (B-t-C). - redegøre for B-t-B markedets forskellige typer købsadfærd, og argumentere for i hvilke købssituationer de anvendes. - analysere virksomheders beslutningsproces. - redegøre for og analysere delmarkedernes valgkriterier. - analysere faktorer, der påvirker aktørernes købsadfærd. - vurdere ligheder og forskelle mellem købsadfærden på B-t-B og B-t-C. - redegøre for begrebet build - up- og break - down segmentering, samt mikro- og makro segmentering. - analysere sig frem til en hensigtsmæssig segmenteringsproces ud fra et sælgerperspektiv. - anvende begreber fra købsadfærden på b-t-b markedet til at kvalificere analysen. - vurdere hvorvidt der reelt er behov for en både og segmentering. - redegøre for ligheder og forskelle mellem segmentering på B-t-B og Bt-C markederne
Kernestof	Købsadfærd og segmentering på business-to-business markedet.
Anvendt materiale.	**Kernestof** Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 7 - Virksomheders købsadfærd - Virksomheders købsbeslutningsproces - Valgkriterier på de tre markeder - Faktorer der påvirker købsadfærden Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 13 - Delmarkeder på producentmarkedet - Segmenteringsvariable på producentmarkedet - Build-up og Break-down tankegang Omfang ca. 8

Arbejdsformer	Tavleundervisning og summeopgaver Klassediskussioner

	Casearbejde

Forløb 11	Skriftlig eksamenstræning
Forløbets indhold og fokus	Forløbet har haft til formål at styrke elevernes skriftlige kompetencer samt øge kendskabet til hvad der kendetegner et eksamenssæt.
Faglige mål	Da det er et eksamenssæt er alle kompetencer i spil. - Problembehandlingskompetence - Ræsonnementskompetence - Modelleringskompetence - Tankegangskompetence - Kommunikationskompetence - Databehandlingskompetence - Redskabskompetence
Kernestof	[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]
Anvendt materiale.	Eksamensættet omkring byggemarkedsbranchen. Der er brugt 6 moduler på forløbet.
Arbejdsformer	Gennemgang på tavlen Gruppearbejde Individuelt arbejde

Forløb 12	Internationale distribution + marketingmix
Forløbets indhold og fokus	Forløbet har til fokus at oplyse eleverne om selskabets overgang fra det hjemlige til det udenlandske marked samt de metoder, som en vilkårlig virksomhed kan gøre brug af. Hertil kommer tilpasningen af en virksomhed marketingmix alt efter typen af virksomheden under hensyn til lokale forhold kendt fra omverdenforholdene.

Faglige mål	Eleven skal kunne… • 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	Internationalisering • Kulturelle forhold • Markedsudvælgelse • Internationaliseringsmodeller Marketingplan • Marketingplanen både nationalt og globalt Den eksterne situation • Omverdensforhold nationalt og globalt • Branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 9, 17,19, 21, 23-25 Samt relevante artikler knytter til hvert emne fra Børsen, Berlingske, Finans og FT.
Arbejdsformer	Tavleundervisning og summeopgaver Klassediskussioner

Forløb 13	Eksamensprojekt

Forløbets indhold og fokus	Med udgangspunkt i ARLA som case har eleverne over 6 uger arbejdet med eksamenscasen med fokus på at inddrage hele pensum som perspektiveringsgrundlag.
Faglige mål	Eleven skal kunne… • 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	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse • Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder • Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation • Værdikæder • Porteføljeanalyser • Forretningsmodeller Den eksterne situation • Omverdensforhold nationalt og globalt • Branche- og konkurrenceforhold • Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi • Mission, vision og værdier • Konkurrencestrategier • Vækststrategier

	Internationalisering • Kulturelle forhold • Markedsudvælgelse • Internationaliseringsmodeller Segmentering, målgruppevalg og positionering • Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt Marketing mix • Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan • Marketingplanen både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 9, 17,19, 21, 23-25 Samt relevante artikler knytter til hvert emne fra Børsen, Berlingske, Finans og FT.
Arbejdsformer	Tavleundervisning og summeopgaver Klassediskussioner og gruppearbejde