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)** | Daniela Scoppa |
| **Hold** | 38k |

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 Informationssøgning  Kildekritik 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 modeller  At forberede eleven på at man på A-niveau skal kunne indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold og vurdere informationernes  troværdighed 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 Datakilder  Primære og sekundære datakilder (Databaser) Kvalitative metoder  Kvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse Fejlkilder Repræsentativitet Markedsanalyseprocessen  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 1og 14  Video markedskort Systime Afsætning B til EUX <https://afsbeux.systime.dk/?id=1422#c10731> |
| **Omfang** | 4 moduler  Markedsanalyse 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 kernestofområderne  markedsanalyse og marketingmix |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning med teorigennemgang. Cases løses i grupper og præsenteres for den øvrige del af klassen.  Undervejs diskuteres de forskellige budskaber i  præsentationen i form at udfordrende og afklarende spørgsmål fra de andre elever og læreren. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 3 | Virksomhedens interne forhold |
| **Indhold** | **Kernestof**  Virksomhedskarakteristik  Værdikæden for forskellige virksomhedstyper Konkurrencedygtighed  Forretningsmodeller (BMC) SW-analyse  **Materiale**  Systime Afsætning A til EUX: Marketing, kapitel 2  Design and innovation tool: the Business Model Canvas, how does it work? <https://www.youtube.com/watch?v=g4E3fhybhGM> Simplificeret eksempel på værdianalyse for Rynkeby Eksempel på værdikædeanalyse Sportmaster - ikke fyldestgørende Figur 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 som  klassediskussion 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 virksomhedens  omverden 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 som  klassediskussion og ved præsentation af elever. Forløbet slutter med en individuel skriftlig aflevering |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 5 | Konkurrenceforhold og brancheforhold |
| **Indhold** | **Kernestof**  Markedsafgrænsning Konkurrentidentifikation Konkurrencemæssige positioner Konkurrentanalyse Positionering  Brancheanalyse  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 4 og 5  Link 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 udarbejde  brancheanalyser 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 som  klassediskussion og ved elevpræsentation |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 6 | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Indhold** | **Kernestof**  Behov Købemotiver  Købstyper og købsadfærdstyper Beslutningsprocessen Køberoller  SOR-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 virksomhedens  markedsføringsmæssige beslutninger |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Stoffet gennemgås med udgangspunkt i læst kernestof. Opgaver samt cases løses i klassen. Efterfølgende gennemgang af opgaver gennemføres i klassen som  klassediskussion og elevpræsentationer |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 7 | Købsadfærd på Producentmarkedet |
| **Indhold** | **Kernestof**  Virksomheders købsadfærd  Virksomheders købsbeslutningsproces herunder Buy- Grid modellen  Valgkriterier 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 på  hhv. konsumentmarkedet (BTC) og producentmarkedet (BTB). Eleven skal kunne identificere og analysere købsadfærden i en given situation på BTB-markedet samt  diskutere 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 som  Rollespil, klassediskussion og feedback |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 8 | Strategi |
| **Indhold** | **Kernestof**  Mission, vision og værdier SWOT-opstilling  TOWS-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 de  afsætningsmæssige 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**  Vækststrategier  Vækst via diversifikation Vækst via integration Strategisk alliance  Blue Ocean-strategi Porteføljeanalyse og -strategi  Bostonmodellen  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 10  Egmont 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 de  afsætningsmæssige 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 i  klassen med lærersupervision |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 10 | Segmentering, målgruppevalg og positionering |
| **Indhold** | **Kernestof**  Markedssegmentering Segmenteringsprocessen Livsstilsanalyser  Gallup Kompas Conzoom®-modellen  SMUK modellen Personas  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 11  Conzoom <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 vurdere  segmenters 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 behov  Break-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 Produkt  Pris Distributionsformer Promotion Serviceydelser  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel  15,16,18,20,22 |
| **Omfang** | 10 moduler |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal kunne afgøre de afsætningsmæssige  udfordringer, 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 i  grupper. |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 13 | Internationalisering |
| **Indhold** | **Kernestof**  Internationalisering  Eksportmotiver Eksportberedskab  Markedsudvælg. m.m  Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv  Marketingmix i internationalt perspektiv Produkt i internationalt perspektiv  Pris i internationalt perspektiv Distribution i internationalt perspektiv Promotion i internationalt perspektiv  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 9, 12, 17,  19, 21, 23, 24  LæsøSalt  <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 afsætningsmæssige  udfordringer, 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**  Marketingplan  Situationsanalyse Marketingplan  Budget og effektmåling  Sammenhæng mellem strategiprocessen og marketingplanen  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 25  One 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 såkaldt  one-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:  Roccamore  Montana  Charterbranchen Terminsprøve: Bæredygtighed  Opfølgning 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 situation  Den eksterne situation  Strategi og strategiske analyser  Segmentering, målgruppevalg og positionering på BTB eller BTC-markedet  Marketing mix  Købsadfærd, BTB samt BTC Internationalisering  **Materiale**  Systime Marketing (Læreplan 2017) kapitel 1-25 modeller og teorier  Diverse 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 de  økonomiske 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 Strategi  Købsadfærd  Virksomhedens 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 et  redskab til at analysere virkelighedsnære forhold. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Gruppearbejde og/eller individuelt arbejde med skriftlig  Aflevering + midtvejs peer feedback |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 18 | Boghandlerbranchen heraf Digital dage |
| **Indhold** | **Kernestof**  Konkurrencesituation Omverdensanalyse Markedsanalyse  **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 i  supplerende stof. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde efterfulgt af opsamling i plenum |

|  |  |
| --- | --- |
| Titel 19 | Sig det med blomster - Digital dag |
| **Indhold** | **Kernestof**  Forretningsmodel/Digitale forretningsmodeller Markedsanalyse  **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 i  supplerende 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 serviceydelser  Interne forhold Konkurrence 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 |