**Undervisningsbeskrivelse**

**Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Juni 2021 |
| **Institution** | Varde Handelsskole og Handelsgymnasium |
| **Uddannelse** | Hhx |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer**  **e-mailadresse** | Navn Pia Kaae Hansen  E-mailadresse [Ph@vardehs.dk](mailto:Ph@vardehs.dk) |
| **Hold** | HHX3cGB |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Semester** | **Periode** | **Titel** | **Undervisningsforløb/emner** |
|  |  | **Titel 1** | Introduktion |
|  |  | **Titel 2** | Metode |
|  |  | **Titel 3** | Den interne situation |
|  |  | **Titel 4** | Den eksterne situation |
|  |  | **Titel 5** | Strategi |
|  |  | **Titel 6** | Internationalisering |
|  |  | **Titel 7** | Segmentering, målgruppe og positionering |
|  |  | **Titel 8** | Marketing mix |
|  |  | **Titel 9** | Marketing plan/eksamensprojekt |
|  |  | **Titel 10** |  |
|  |  | **Titel 11** |  |
|  |  | **Titel 12** |  |

[Retur til forside](#Retur)

**Oversigt over gennemførte flerfaglige forløb – disse hentes via hjemmesiden**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Semester** | **Periode** | **Titel** | **Undervisningsforløb/emner** |
| **1** |  | **Titel 1** | Økonomisk grundforløb - privatøkonomi |
| **1** |  | **Titel 2** | Marked, kultur og kommunikation |
| **4** |  | **Titel 3** | Erhvervscase |
|  |  | **Titel 4** |  |
|  |  | **Titel 5** |  |
|  |  | **Titel 7** |  |
|  |  | **Titel 8** |  |
|  |  | **Titel 9** |  |
|  |  | **Titel 10** |  |
|  |  | **Titel 11** |  |
|  |  | **Titel 12** |  |

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Introduktion |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof:**  Introduktion til afsætning (GF)  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof:**  *Forløb om vand*   * <https://www.tv2ostjylland.dk/nyheder/21-11-2014/1930/postevand-pa-pap?autoplay=1> * <http://www.dr.dk/nyheder/regionale/fyn/haelder-postevand-paa-papkarton-og-saelger-det> * <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/pris-til-manden-bag-postevand-pa-karton>   *Forløb om detail:*  Gennemgang af Kap 2 og 5 fra bogen visuel markedsføring  TV Madmagasinet supermarkedspsykologi, DR1, 03.03.2015  *Forløb om turisme:*  Kap 4, Oplevelsesøkonomi Systime  <https://www.visitdenmark.dk/da/danmark/visitdenmark-tyskland-0>  <https://www.kystognaturturisme.dk/media/1477/oplevelsesprofiler-for-de-20-saerlige-feriesteder-og-staerke-destinationer-i-danmark.pdf>  <https://www.visitdenmark.dk/da/danmark/marked-tyskland>  Studietur til Hamborg og Bremen - Virksomhedsbesøg hos Visit Denmark og det danske konsulat i Hamborg, Virksomhedsbesøg hos Airbus og bryggeri i Bremen |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning, gruppearbejde og studietur |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | Metode – gennemgået under Corona |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 1 Markedsanalyse  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  Artikel: ”Nemlig.com: Big data skal skabe kundeoplevelser og reducere madspild”, [Børsen, Peder Bjerge](mailto:creative@borsen.dk), 02.10.18  Netflix´ algoritme opskriften på succes  <https://www.stralfors.dk/inspiration/content-hub/2016/Sadan-kortlaegges-dine-seervaner/> |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  16 lektioner af 45 min = 12 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Kun virtuel undervisning |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | Den interne situation |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof:**  Kap 2 - Den interne situation  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | Den eksterne situation |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 3 - Den eksterne situation  Kap 4 - Konkurrenceforhold  Kap 5 - Branche forhold  Kap 6 - Købsadfærd på konsumentmarkedet  Kap 7 - Købsadfærd på producentmarkedet  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  **Film:** Vanens Magt - (Bilka) - DR1 2014  *Tema om bæredygtighed – den eksterne situation*   * »Du er nødt til at skabe noget hvor folk tænker…”, Hanne Munk, JP * nemli reklame, <https://www.youtube.com/watch?v=ynhH8SkxQ9>E * På vej ind i verdens største detailkæder. Dansk fødevarer…” Jp 03 aug 2019 * Profil af den økologiske forbruger, DST analyse, 08. feb 2016 * Grønne burgere er blevet big business , JP , 02. aug 2019 * Forsidehenvisning\_ Kødgigant vil sælge planteburge * FN´s verdensmål, <https://verdensbedstenyheder.dk/verdensmaal/> * Detailomsætningen af økologiske fødevarer 2018 * Danish Crown med historisk sats på planteburgere - (e749705d) * DR vegetarburgere, <https://www.dr.dk/nyheder/indland/vegetarburgere-trender-hos-de-store-burgerkaeder-salget-vokser-maaned-maaned> * DR udsendelse, https://www.dr.dk/drtv/episode/abdel-mellem-fjender\_-den-graedende-veganer-og-koedelskeren\_100736#!/   *Tema om 5 forces*  Diverse artikler om Carlsberg  *Tema om mænd og kvinders købsadfærd*  Mænd er (stadig) fra mars og kvinder fra venus - i hvert fald, når de shopper, [15/05/2015](http://retailblog.dk/2015/05/15/maend-er-stadig-fra-mars-og-kvinder-fra-venus-i-hvert-fald-naar-de-shopper/) [Maria-Louise Dueholm Mortensen](http://retailblog.dk/author/maria-louise/)  ”Verdens mægtigste målgruppe bliver overset”, Jyllands-Posten, 13. maj 2010  The POWER of the PURSE - kvinden er familiens indkøbschef, [www.branding4you.dk](http://www.branding4you.dk) |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  28 lektioner af 45 min = 21 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning  Gruppearbejde  Rollespil |

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | Strategi |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 8 – Strategi  Kap 10 – Strategi – Gennemgået under Corona  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  Artikel: ”Rema 1000 vil skubbe Netto ned fra den øverste hylde”, Business.dk d. 13.8.2017 |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  6 lektioner af 45 min = 4,5 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning  Virtuel undervisning |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | Internationalisering |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 9 – Internationalisering  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  *Tema om Japan*   * Film: Kærlighed og sex i Japan, DR2 25. aug 2019 * Consumer\_Types\_in\_Japan * Consumer\_Overview\_in\_Japan * Mærker i Japan bl.a. KitKat, <https://www.d8aspring.com/eye-on-asia/5-marketing-success-stories-in-japan> * Japansk etikette, Af Kristian Ditlev Jensen * Markedsrapport Japan / Dansk Erhverv og EKF – Danmarks Eksportkredit • December 2018 * Japan Hofstede |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning,  Plancher  Virtuelt  Gruppearbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | Segmentering, målgruppe og positionering |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 11 Segmentering, målgruppe og positionering  Kap 12 Segmentering internationalt  Kap 13 Segmentering BtB  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  [www.conzoom.dk](http://www.conzoom.dk)  6 typer mælkekøbere, <https://www.arla.dk/globalassets/arla-dk/om-arla---oversigt/om-arla/til-studerende/maelketyper_mm_dec09.jpg>  Valg af målgruppe - Marketing - Lars Grove Mortensen,<https://www.youtube.com/watch?v=ydh21UkTvO8> Segmentering - Marketing analytiker - Lars Grove Mortensen,<https://www.youtube.com/watch?v=2TNP7tt6g1E> |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  18 lektioner af 45 min = 13,5 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasse undervisning  Gruppe arbejde  Plancher |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | Marketing mix  Internationalt marketingmix er gennemgået under Corona |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 14 – 24 marketingmix nationalt og internationalt  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  **Produkt:**  *Tema om oplevelsesøkonomi*   * Oplevelseshjul * Visit West Denmark, <https://www.visitwestdenmark.dk/>   **Promotion**  *Tema om digital markedsføring*   * Digital markedsføring - Handlerummet - https://handlerummet.dk/ * Film: Shop amok - De unge modebæster, drkultur 18.09 2019 * Case om Markedsføring af Højskoler til HHX elever * Foredrag fra Højskolerne   *Tema om neuromarketing*   * Dokumentar: Ramt i købehjernendgiver:DR1, Magasinet pengen, 2011, den 05-10-2011, 25 min. * Dokumentar: “Neuromarketing” DR2, 2013. 30.03.13, 57 min * Is There a Buy Button Inside the Brain: Patrick Renvoise at TEDxBend, 20. maj 2013, https://www.youtube.com/watch?v=\_rKceOe-Jr0 * Tekst: Neuromarketing og den irrationelle forbruger |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  46 lektioner af 45 min = 34,5 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning, Virtuel undervisning, Foredrag, Gruppearbejde, Casearbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 8** | Marketingplan / eksamensprojekt – Gennemgået under Corona |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  **Kernestof**  Kap 25 - Marketingplan  Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime  **Supplerende stof**  Emne: Streaming tjenester – Video on demand.  Eleverne har arbejdet med en selvvalgt streamingtjeneste og selv fundet tekster.  Der er i udarbejdet en poster som skriftligt produkt.  **Opgaveformulering:**  Lav en marketingplan for en selvvalgt virksomhed inden for streaming af film og serier. Lav selv en opgaveformulering, hvor I beskriver, hvad I har særligt fokus på i jeres marketingplan. |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid  34 lektioner af 45 min = 25 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Casearbejde – PBL  Gruppearbejde |

[Retur til forside](#Retur)