



## Undervisningsbeskrivelse

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Termin</b>        | Juni 121                               |
| <b>Institution</b>   | Varde Handelsskole og Handelsgymnasium |
| <b>Uddannelse</b>    | 5737                                   |
| <b>Fag og niveau</b> | Afsætning A                            |
| <b>Lærer</b>         | Laila Maria Willems (lw)               |
| <b>Hold</b>          | hhx3b20-2                              |

### Forløbsoversigt (7)

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Forløb 1</b> | Marketingmix  |
| <b>Forløb 2</b> | Internationalisering                                |
| <b>Forløb 3</b> | Strategi  |
| <b>Forløb 4</b> | Internationalisering: Segmentering og Målgruppevalg |
| <b>Forløb 5</b> | Segmentering på producentmarkedet                   |
| <b>Forløb 6</b> | Marketingmix  |
| <b>Forløb 7</b> | Marketingplan/Eksamensprojekt                       |

## Forløb 1: Marketingmix

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Forløb 1</b>                   | Marketingmix   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Kap. 22 Promotion</p> <p>Ændring i parametermix ifm Corona:</p> <p><a href="https://www.dr.dk/drtv/se/raad-til-corona_-turisterne-svifter_203503">https://www.dr.dk/drtv/se/raad-til-corona_-turisterne-svifter_203503</a></p> <p>Om annoncering på FB og Instagram:</p> <p><a href="https://web.midspar.dk/facebook-og-instagram-announcing-1">https://web.midspar.dk/facebook-og-instagram-announcing-1</a> (webinar fra Middelfart Sparekasse med oplægsholder David Lorenzen)</p> <p><a href="https://hval.dk/mitCFU/mm/player/?copydan=011805062100">https://hval.dk/mitCFU/mm/player/?copydan=011805062100</a></p> <p>Projekt om Højskolerne: Kampagne til unge studerende</p> <p>Supplerende stof:<br/>DIASSHOW TIL CASE OPLÆG - 2020<br/>HHX case 2020-21 - Folkehøjskolernes Forening</p> <p>Noter:<br/>Lave case 6.3 Læse kap. 7<br/>Lav opg. 22.6<br/>Lav opg. 22.9 og 22.10<br/>skim kap. 25 marketingplan<br/>Lav opgave 22.1-22.4<br/>Læs kap. 9 Lav Tjek- og Forståelsesopgaver kap. 9<br/>Læs/genlæs kap. 22 inklusive Tjek- og Forståelsesopgaver og opg. 22.1</p> |
| <b>Omfang</b>                     | 34 lektioner / 25.5 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Kernestof:<br/>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt<br/>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt<br/>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Opgaver<br/>Afleveringsopgave: Gruppeprojekt</p>  |

## Forløb 2: Internationalisering

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Forløb 2</b>                   | Internationalisering   |
| <b>Indhold</b>                    | Kap 9<br><br>Noter:<br>Lave case 6.3 Læse kap. 7<br>Lav opg. 9.4, (9.5), 9.7 og 9.8<br>Lav opg. 9.3<br>skim kap. 25 marketingplan<br>Læs kap. 9 Lav Tjek- og Forståelsesopgaver kap. 9<br>Aflevere "Højskolerne" |
| <b>Omfang</b>                     | 26 lektioner / 19.5 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Kernestof:<br>Internationalisering: Kulturelle forhold<br>Internationalisering: Markedsudvælgelse<br>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> |  |

### Forløb 3: Strategi

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Forløb 3</b>                   | Strategi   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Kap. 10</p> <p>Spilindustrien/Danske Spil:<br/><a href="https://hval.dk/mitcfu/materialeinfo.aspx?mode=2&amp;page=4&amp;pageSize=6&amp;search=emneord:%20ludoman&amp;orderby=title&amp;114f412d-8987-919b294beab&amp;index=1">https://hval.dk/mitcfu/materialeinfo.aspx?mode=2&amp;page=4&amp;pageSize=6&amp;search=emneord:%20ludoman&amp;orderby=title&amp;114f412d-8987-919b294beab&amp;index=1</a></p> <p><a href="https://brandportal.falck.com/m/185c08eee9b855ab/original/Falck-Annual-Report-2019.pdf">https://brandportal.falck.com/m/185c08eee9b855ab/original/Falck-Annual-Report-2019.pdf</a></p> <p>Noter:<br/>Lav Opgave 10.12 og 10.13<br/>Opgave 10.1 og 10.2<br/>Case 9.2 Bolia<br/>Lav Opgave 10.10 og 10.11 Læs Afsn. 10.4<br/>Læs kap. 10 afsnit 10.2 og 10.3<br/>Læs afsnit 10.1 i kap. 10 (strategiske analyser)<br/>Læs afsn. 10.6 og case 10.4 inkl. artikler til casen</p> |
| <b>Omfang</b>                     | 20 lektioner / 15 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Kernestof:<br/>Den interne situation: Porteføljeanalyser<br/>Den interne situation: Forretningsmodeller<br/>Strategi: Mission, vision og værdier<br/>Strategi: Konkurrencestrategier<br/>Strategi: Vækststrategier</p>  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> |  |

## Forløb 4: Internationalisering: Segmentering og Målgruppevalg

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Forløb 4</b>                   | Internationalisering: Segmentering og Målgruppevalg   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Kap. 12</p> <p>Supplerende stof:<br/>Minerva</p> <p>Noter:<br/>Fremlægnings af case 12.1, 12.2 og 12.3 Husk at læse alle cases på forhånd<br/>Lav Tjek- og Forståelsesopgaver kap. 12<br/>Fremlægnings af opg. 12.4, 12.5, 12.6 og 12.7. Husk at læse opgaverne på forhånd<br/>Læs kap. 12<br/>Der er fremlægnings i Globaliseringsforløbet. Derfor arbejdes i dag med opgaverne 12.1, 12.2 og 12.3 i det første modul. I andet modul gennemgås opgaverne og der igangsættes nye opgaver til fremlægning</p> |
| <b>Omfang</b>                     | 14 lektioner / 10.5 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Kernestof:<br/>Internationalisering: Kulturelle forhold<br/>Internationalisering: Markedsudvælgelse<br/>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p>   |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | Opgaver, gruppearbejde, fremlæggelser, virtuelt   |

## Forløb 5: Segmentering på producentmarkedet

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Forløb 5</b>                   | Segmentering på producentmarkedet   |
| <b>Indhold</b>                    | Kap. 13<br><br>Supplerende stof:<br>NATURE FOOTWEAR vejl løsn<br><br>Noter:<br>Lav opgave 13.1-13.3<br>Aflevere Tværgående case 5 (Rains) ved modulets begyndelse. Husk også at uploade i uddata :-) Lav opg. 13.4 og 13.5<br>Fremlægning af Tværgående case 6 og case 12.5 Husk at læse begge cases på forhånd Læs/skim også kap. 13<br>Lav opg 13.6 |
| <b>Omfang</b>                     | 8 lektioner / 6 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | Kernestof:<br>Internationalisering: Kulturelle forhold<br>Internationalisering: Markedsudvælgelse<br>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller<br>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> |   |

## Forløb 6: Marketingmix

|          |              |
|----------|--------------|
| Forløb 6 | Marketingmix |
|----------|--------------|

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <p><b>Indhold (1/2)</b></p> | <p>Kap. 17<br/> <a href="https://hval.dk/mitcfu/materialeinfo.aspx?mode=-1&amp;page=1&amp;pageSize=6&amp;search=emneord:%20marketing&amp;classes=VU&amp;orderby=datodesc&amp;SearchID=8e60-407a-9c22-aa9d9fb0e94c&amp;index=1">https://hval.dk/mitcfu/materialeinfo.aspx?mode=-1&amp;page=1&amp;pageSize=6&amp;search=emneord:%20marketing&amp;classes=VU&amp;orderby=datodesc&amp;SearchID=8e60-407a-9c22-aa9d9fb0e94c&amp;index=1</a></p> <p><a href="https://www.dr.dk/drtv/program/barbie_-_sexsymbol-eller-feminist_91438">https://www.dr.dk/drtv/program/barbie_-_sexsymbol-eller-feminist_91438</a></p> <p>Kap. 19</p> <p>Kap. 21</p> <p>Kap. 23<br/> <a href="http://kommunikationskartellet.dk/neuromarketing-har-dit-brand-god-klang/">http://kommunikationskartellet.dk/neuromarketing-har-dit-brand-god-klang/</a></p> <p>Kap. 24</p> <p>Supplerende stof:<br/> OplægDiskBarbie</p> <p>Noter:</p> <p>Kære alle. Håber i har haft en god ferie og har nydt en pause fra skærmen. Vi mødes kl. 10.30 på Teams til gennemgang af Tjek- og forståelsesopgaver kap. 21</p> <p>Case 21.2 gennemgås. Derefter arbejdes med: - at læse kap. 23 (Promotion) - at løse opgave 23.1, 23.3, 23.7 og 23.8 Ovenstående gennemgås mandag den 15/3 - måske endda på skolen :- ) I må arbejde sammen i grupper af 2-3 personer</p> <p>Gennemgang af opgave 21.2, 21.5 og 21.7 Vi mødes på Teams 9.50</p> <p>I arbejder med case 19.1 når det passer jer. Håber Superbowl har været fed :- ) Vi mødes på Teams i morgen, tirsdag kl. 14.15 gennemgår casen</p> <p>Kære alle. Godt nytår! Jeg håber i er kommet godt ind i det. Sammen skal vi nu klare os igennem de første 2 uger af 2021 - virtuelt. Vi begynder med det første af de 4 p'er og den del heraf som hører under niveau A: Produkt i kap. 17, som vi skal arbejde med de næste moduler. Hvis i kigger på SOR-modellen kan i se, hvordan Produkt figurerer i det store billede som et af de værktøjer, som virksomheden selv har mulighed for at ændre på i bestræbelserne på at tjene penge. Forskellen på B-niveau og A-niveau er, at på A-niveauet tænkes der internationalt.</p> <p>Læs/skim kapitel 17 til i dag.</p> <p>Vi mødes på Teams kl. 14.15 til gennemgang af case 19.1</p> <p>Upload Tjek- og Forståelsesopgaver til kap. 17 i uddata i mappen: "Afs-050121" senest kl. 14.55</p> <p>Gennemgang af opg. 19.1 og 19.2 Vi mødes på Teams kl. 9.50 - og så er der vist noget med noget med noget "virtuel funk/hiphop/sjov og ballade-danse undervisning" kl. 10.50 som vi har fået et link til. Vel mødt til det hele :-)</p> <p>Vi mødes på Teams og i har læst/skimmet kap.19 Pris, som jeg vil gennemgå og som vi skal arbejde med de næste par uger</p> <p>Læs kap. 21 til i dag. I har til 10.30 inden vi går på :- ) Jeg har et par SOP-vejledninger i modulets begyndelse. Vi mødes på Teams kl. 10.30 og gennemgår Kap. 21 og siger god ferie :-)</p> <p>Lav opgave 17.1, 17.2 og 17.4 til i dag, hvor de gennemgås. Vi begynder modulet med, at i lige får 10 min. til at læse mine kommentarer til jeres besvarelse af afleveringsopgaven Rains igennem. Kommentarer finder i i jeres mail. Vi gennemgår opgaven på Teams.</p> <p>Læs kap. 23 (Promotion) Lave opgave 23.1, 23.3, 23.7 og 23.8 Ovenstående</p> |
|-----------------------------|---|



|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Indhold (2/2)</b>              | <p>de gennemgås i dag - måske endda på skolen :-)</p> <p>opgave 19.3 og 19.4 gennemgås Herefter opstart af case 19.1 Lagkagehuset - en gammel kending :-)</p> <p>Den case arbejdes der også med på mandag hvor vi, på grund af Superbowl, undlader at mødes på Teams :-)</p> <p>God fornøjelse!</p> <p>Læs kap. 24</p> <p>I skal arbejde med opg. 19.1 og 19.2 i dag, og have dem klar til næste gang. Vi mødes IKKE på Teams i dag, da jeg har været nødt til at planlægge nogle SOP-vejledninger med Tove og nogle af jer i dette modul.</p> <p>God arbejdslyst.</p> <p>Lav Tjek- og forståelsesopgaver kap. 19, som gennemgås</p> <p>Lav opg. 21.8 og 21.10 Vi mødes på Teams kl. 9.50</p> <p>Læs Kap. 25</p> |
| <b>Omfang</b>                     | 52 lektioner / 39 timer  |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Kernestof:</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>  |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> | <p>Virtuel undervisning under lock down</p> <p>Opgaveløsning</p>   |

## Forløb 7: Marketingplan/Eksamensprojekt

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Forløb 7</b>                   | Marketingplan/Eksamensprojekt   |
| <b>Indhold</b>                    | <p>Kap. 25</p> <p>Supplerende stof:<br/>Eksamensprojekt3b2-2021<br/>EksamenIntro3b2-2021</p> <p>Noter:<br/>I skal arbejde med jeres eksamensopgave i afsætning. I må tage hjem og lave opgaven</p>  |
| <b>Omfang</b>                     | 34 lektioner / 25.5 timer   |
| <b>Særlige fokuspunkter</b>       | <p>Fagmål:<br/>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning<br/>; nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder<br/>identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst<br/>anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber<br/>udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst<br/>indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng<br/>fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag<br/>udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning</p> <p>Kernestof:<br/>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder<br/>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne<br/>Den interne situation: Værdikæder<br/>Den interne situation: Porteføljeanalyser<br/>Den interne situation: Forretningsmodeller<br/>Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt<br/>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold<br/>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder<br/>Strategi: Mission, vision og værdier<br/>Strategi: Konkurrencestrategier<br/>Strategi: Vækststrategier<br/>Internationalisering: Kulturelle forhold<br/>Internationalisering: Markedsudvælgelse<br/>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller<br/>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt<br/>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt<br/>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p> |
| <b>Væsentligste arbejdsformer</b> |   |