

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til afsætning
Forløbets indhold og fokus	Eleverne er blevet introduceret til fagets emner og overordnede metoder. Fokus har været at få en overordnet forståelse for fagets anvendelighed i praksis, samt at lære de basale faglige begreber, som knytter sig til de gennemgåede emner
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskab om fagets identitet og metoder• Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Ide og forretningsmodeller Den interne situation Den eksterne situation Forbrugeradfærd Målgruppen Strategi
Anvendt materiale.	Systeme, Marketing kap. 1: https://marketing.systeme.dk/?id=318 Artikler: Finans, marts 2021: Ecco tabte salg for 2 mia. kr. under pandemien: https://finans.dk/erhverv/ECE12838928/ecco-tabte-salg-for-2-mia-kr-under-pandemien/ TV Syd, 9. august, 2022: Rød maling mod Ecco-butik i København: https://www.tvsyd.dk/toender/roed-maling-mod-ecco-butik-i-koebenhavn
Arbejdsformer	Gruppearbejde, pararbejde og individuelt arbejde. Der er arbejdet med forståelse af begreber og deres anvendelse i praksis. Dette er foregået både som individuelle personlige skriveøvelser, små gruppediskussioner, mini-cases og klassesamtaler.

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med analyse af virksomhedens interne situation, herunder udarbejdelse af virksomhedskarakteristik, BMC, værdikæder og SWOT
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 udfordringer vedrørende afsætning • Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Den interne situation
Anvendt materiale.	Systime, Marketing, kapitel 2: https://marketing.systime.dk/?id=142
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde og pararbejde

Forløb 3	Den eksterne situation, konkurrenceforhold og brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejde med analyse af virksomhedens eksterne situation, herunder hvordan forhold i omverdenen kan analyseres, og hvordan de kan påvirke virksomhedens fremtidige afsætning.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst • Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber • Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold, samt vurdere informationernes relevans i en given sammenhæng • Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst
Kernestof	Omverdensforhold og branche- og konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	<p>Systime: Marketing kapitel 3 og 4 https://marketing.systime.dk/?id=1470 og https://marketing.systime.dk/?id=1500</p> <p>Supplerende materiale:</p> <p>Arla.dk, 5. marts, 2020: https://www.arla.dk/om-arla/nyheder/2020/pressrelease/arla-lancerer-tre-plantedrikke-og-et-nyt-brand-2978767/</p> <p>Jakob Brandt, 3. september 2020, Økologi.dk: https://nyheder.okologi.dk/mad-og-marked/plantedrikke-fra-naturli-er-under-pres-fra-kaedernes-egne-maerker</p> <p>arla.dk, 17. februar, 2021: https://www.arla.dk/om-arla/nyheder/2021/pressrelease/stor-nordisk-undersogelse-af-unges-madvaner-hver-tredje-unge-siger-at-de-spi-ser-efter-en-saerlig-diaet-3073877/</p> <p>Brands4kids – www.brands4kids.dk</p> <p>TV2, 17. januar 2023: Den svenske krone rasler ned, og det gør ondt værre i Danmark: https://nyheder.tv2.dk/business/2023-01-17-den-svenske-krone-rasler-ned-og-det-goer-ondt-vaerre-i-danmark</p> <p>Euromonitor, Januar 2023: Childrenswear in Sweden, Country Report https://www.boligsiden.dk/ejendomsmaegler</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, pararbejde og individuelt arbejde

Forløb 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med privat forbrugers adfærd og motiver i forbindelse med køb af varer og serviceydelser til privat brug.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 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
Kernestof	Købsadfærd på business to consumer og consumer to consumer-markedet
Anvendt materiale.	<p>Systime: Marketing: kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1510</p> <p>Andet materiale: Multiform: https://www.multiform.dk/</p> <p>Køkkenkøb: https://www.kokkenkob.dk/diverse/kokkener-i-prisgrupper/</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde og individuelt arbejde med arbejdsspørgsmål til bilagene og med inddragelse af relevante modeller og begreber

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

2. g herfra:

Forløb 5	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomhedens informationsindsamling af både primære og sekundære data. Der er arbejdet både med deskresearch, og eleverne har lavet deres egne små markedsanalyser, hvor de har prøvet at indsamle primære data. Der er således arbejdet med både kvantitative og kvalitative metoder, og hele markedsanalyseprocessen er gennemgået, herunder også kildekritik og mulighed fejlkilder.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• 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 markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng• udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder, samt datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	Systime, Marketing kap. 1: https://marketing.systime.dk/?id=412
Arbejdsformer	Klassegennemgang og gruppeprojekt, hvor eleverne har gennemført deres egen mini-markedsanalyse-

Forløb 6	Købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomheders adfærd og motiver i forbindelse med køb af varer, som skal anvendes i erhvervsmæssig sammenhæng, herunder hvordan B2B-markedet adskiller sig fra B2C.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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
Kernestof	Købsadfærd på business-to-business-markedet
Anvendt materiale.	<p>Systime, Marketing kap.7: https://marketing.systime.dk/?id=1519</p> <p>Andet materiale: Stoleshoppens hjemmeside: www.stoleshoppen.dk</p>
Arbejdsformer	Primært klasseundervisning samt et lille gruppearbejde om stoleshoppen.

Forløb 7	Strategi
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med virksomhedens strategier med afsæt i SWOT, TOWS, Mission – vision – værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier, Bowmans strategiske ur, samt porteføljeanalyse
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Strategi: Mission, vision og værdier; Konkurrencestrategier; Vækststrategier
Anvendt materiale.	<p>Systime, Marketing kap. 8: https://marketing.systime.dk/?id=1529</p> <p>Systime, Marketing kap. 10.3: https://marketing.systime.dk/?id=1481</p> <p>Andet materiale: Coloplasts hjemmeside: https://www.coloplast.dk/kontakt-coloplast-danmark/hvem-er-vi/om-coloplast/</p> <p>Coloplasts årsrapport 2021/2022: https://www.coloplast.com/Documents/Investor_relations/Annual_report/Arssrapport-2021-22.pdf</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde og gruppearbejde med Boston-analyse af Coloplast.

Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med målgruppebeskrivelse, derefter segmentering, segmenteringsvariable, segmenteringsprocessen, livsstilsvariable mv. Derefter målgruppevalg, herunder SMOK, og positionering.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
Anvendt materiale.	<p>Systime, Marketing kap. 12: https://marketing.systime.dk/?id=1563</p> <p>Andet materiale:</p> <p>Horesta, 18. juni, 2021: https://www.horesta.dk/presseklip/2021/juni/nye-maal-grupper-og-stigende-efterspoergsel-campingbranchen-rykker-paa-outdoor-boom/</p> <p>Conzoom: https://conzoom.dk/danmark/</p> <p>DK-Camps hjemmeside: https://www.dk-camp.dk/</p> <p>4 forskellige campingpladsers hjemmeside:</p> <p>https://www.marshcamp.dk/</p> <p>http://www.enderupskovcamping.dk/priser.html</p> <p>https://esbjergcamping.dk/</p> <p>https://www.hyggelake.com/</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde samt gruppearbejde med segmentering af campingmarkedet.

Forløb 9	Marketingmix, herunder de 4 P'er og serviceprodukter
Forløbets indhold og fokus	Virksomhedens marketingmix for såvel produktions- som service- og handelsvirksomheder er behandlet. De 4 P'er er gennemgået, og i forbindelse med serviceprodukter er de 7 P'er gennemgået.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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	Marketingmixet nationalt
Anvendt materiale.	<p>Systeme, Marketing kap. 14 (Marketingmixet): https://marketing.systeme.dk/?id=1600</p> <p>Systeme, Marketing kap. 15 (Produkt): https://marketing.systeme.dk/?id=1580</p> <p>Systeme, Marketing kap. 16 (Serviceydelse): https://marketing.systeme.dk/?id=1583</p> <p>Systeme, Marketing kap. 18 (Pris): https://marketing.systeme.dk/?id=1589</p> <p>Systeme, Marketing kap. 20 (Distribution): https://marketing.systeme.dk/?id=1592</p> <p>Systeme, Marketing kap. 22 (Promotion): https://marketing.systeme.dk/?id=1595</p> <p>Andet materiale:</p> <p>Sofakompagniet stormer frem: Berlingske Business, 30. august, 2015: http://www.business.dk/detailhandel/sofakompagniet-stormer-frem</p> <p>Sofakompagniet tør ha' en holdning til smag: TV Midtjylland, 1. november 2018: http://tv-midtsjaelland.dk/?newsid=11878</p> <p>Sofakompagniet lancerer ny kollektion særligt skabt til små hjem: Boligmagasinet, 9. januar, 2019: https://boligmagasinet.dk/indretning/shopping/sofakompagniet-lancerer-ny-kollektion-saerligt-skabt-til-smaa-hjem</p> <p>Sofakompagniet ændrer navn – skal målrette satsning på det internationale marked: Wood Supply, 12. august, 2019: https://www.wood-supply.dk/article/view/671134/sofakompagniet-aendrer-navn-skal-malrette-satsning-pa-det-internationale-marked</p> <p>Sofacompanys hjemmeside: https://sofacompany.com/da-dk/</p> <p>Apollo Rejsers hjemmeside: https://www.apollorejser.dk/hoteller/apollos-service</p>

	Her er et bud på danskernes nye rejsetrends: Standby.dk, 25 januar 2022: https://standby.dk/her-er-bud-paa-danskernes-nye-rejsetrends/
Arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt arbejde, pararbejde og gruppearbejde.

Forløb 10	Internationalisering
Forløbets indhold og fokus	Introduktion til virksomhedens internationaliseringsproces, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, internationaliseringsmodeller og markedsudvælgelse. Emnet fortsættes i 3. g.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag
Kernestof	Internationalisering: Internationaliseringsmodeller og markedsudvælgelse
Anvendt materiale.	Systeme, Marketing kap. 9: https://marketing.systeme.dk/?id=1537
Arbejdsformer	Klasseundervisning og individuelle opgaver – emnet er behandlet på det introducerende niveau.