

Studieplan, Afsætning A – HHX

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj - juni 2024
Institution	Vestjydsk Handelsskole og handelsgymnasium, UCRS
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bjørn Sommer
Hold	HHX23

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Målgruppe og købsadfærd
Titel 2	Virksomhedens omverden
Titel 3	Produkt
Titel 4	Pris
Titel 5	Distribution
Titel 6	Promotion
Titel 6	Markedsføringsbegreber
Titel 7	Virksomhedens interne forhold
Titel 8	Strategisk analyse (strategisk platform)

Titel 1	Målgruppe og købsadfærd
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	2 uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none"> - Konsumentenheder - Segmenteringskriterier - Segmentering - Målgrupper - Positionering - Behov - Motiver - Købsadfærdstyper
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 2	Virksomhedens omverden
Indhold	Kernestof: Systeme – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	3 uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: Omverdensmodellen, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne.
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	Produkt
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	3 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Produkttyper- Produktegenskaber- Sortiment, emballage og service (kap.12)- Mærkevarestrategi- Branding- Produktudvikling- PLC
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Pris
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	4 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Prisstrategier for eksisterende og nye produkter- Fundamentale hensyn ved prisfastsættelse- Efterspørgselskurve, priskrig- Prisdifferentiering- Prisfølsomhed/priselasticiteter
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Distribution
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	4 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Distributionskanaler- Distributionsstrategier- Kædeformer- E-business
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 6	Promotion
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 – Trojka
Omfang	2 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Promotionformer- Reklamemidler og medier- Reklameplanlægning- On-line markedsføring- Sales promotion- Public Relation (PR)- Product placement- Personligt salg- Direct marketing- Promotionstrategi- Markedskort
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 6	Markedsføringsbegreber
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	1 uge
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: Markedsføringskonceptet mv., hvoraf eleverne skal opnå forståelse for markedsføringens historiske udvikling og sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedernes valg af markedsførings- og handlingsparameterstrategi.
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 7	Virksomhedens interne forhold
Indhold	Kernestof: Systime – ”Marketing – en grundbog i afsætning” Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 - Trojka
Omfang	2 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Værdikæde- Business Model Canvas- Kernekompetencer- SWOT
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

Titel 8	Strategisk analyse (strategisk platform)
Indhold	Kernestof: Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
Omfang	2 uger
Særlige fokuspunkter	Fokuspunkter: <ul style="list-style-type: none">- Styringsniveauer- Strategisk Platform- Idé og mål- Generiske strategier- Vækststrategier (intensivering)
Væsentligste arbejdsformer	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse