

Undervisningsplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2024
Institution	Gymnasiet HHX Skjern
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Christian Abildskov Thomsen
Hold	HHX22C

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Markedsanalyse (i praksis)
Titel 2	Metode
Titel 3	Virksomhedens interne forhold - Strategisk Platform & Analyse
Titel 4	Virksomhedens interne forhold - Forretningsmodel & Værdikæde
Titel 5	Virksomhedens eksterne forhold - Konkurrenceforhold og konkurrencemæssige positioner
Titel 6	Virksomhedens eksterne forhold - Købsadfærd på B2C & Baggrundsforhold
Titel 7	Marketingmix på B2C
Titel 8	Segmentering, Målgruppevalg - Differentiering & Positionering
Titel 9	Strategi - Konkurrence & Vækst
Titel 10	
Titel 11	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb) [Retur til forside](#)

Titel 1	Markedsanalyse (i praksis)
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Field & Desk research - Udvælgelse af respondenter - Dataindsamlingsmetoder - Markedsanalysetyper - Spørgeskemaet - Markedsanalyseproces
Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuelle beregningsøvelser, gruppediskussion og -opgaver

[Retur til forside](#)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb) [Retur til forside](#)

Titel 2	Metode
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Introduktion til:</p> <ul style="list-style-type: none"> Datakilder og indsamlingsmetoder Sekundære og Primære data Big Data Anvendelse Kildekritik og Repræsentativitet
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, Gruppearbejde , individuel opgaveløsning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	Virksomhedens interne forhold - Strategisk Platform & Analyse
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Styringsniveauer - Virksomhedens idé og vision - Porteføljeanalyse - Analyse af virksomhedens stærke/svage sider, samt muligheder/trusler
Omfang	9 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt fælles opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Virksomhedens interne forhold - Forretningsmodel & Værdikæde
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kritiske succesfaktorer - Kernekompetence - Værdikæden - Business Model Canvas
Omfang	8 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Virksomhedens eksterne forhold - Konkurrence
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarosin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurrenceforhold og konkurrencemæssige positioner - Konkurrentidentifikation - Brancheanalyse - Konkurrentanalyse
Omfang	8 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

Titel 6	Virksomhedens eksterne forhold - Købsadfærd på B2C & Baggrundsforhold
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarosin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - SOR-modellen - Typer af køb - Købsadfærdstyper - Beslutningsprocessen samt -deltagere - Customer Journey
Omfang	8 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

Titel 7	Marketingmix på B2C
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarosin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produkt – sortiment, kvalitetsdimensioner, emballage egenskaber - Pris – prisstrategier, psykologiske priser - Place – distributionsstrategier, kædetyper - Promotion – positioneringsplatform esp, usp, isp.

Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

Titel 8	Segmentering, Målgruppevalg - Differentiering & Positionering
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarosin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMP - Segmenteringsproces og -kriterier - Konsumentenhed, Segment og Målgruppe - Målgruppevurdering(SMUK) - Strategi - Persona
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 9	Strategi - Konkurrence & Vækst
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarosin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurrencetrekant - Generiske strategier - Red & Blue Ocean - CSR - Ansoff Vækststrategier
Omfang	7 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.