



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	November 2021 - Maj 2024
Institution	Campus Vejle
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætningsøkonomi A
Lærer(e)	Agnete Rubech Thøgersen
Hold	HHX 3K Marketing Management

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Markedsanalyse
Titel 2	Virksomhedens interne forhold og strategi
Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold
Titel 4	Efterspørgselsforhold: Konsumentmarkedet og producentmarkedet
Titel 5	Segmentering på BtC + BtB
Titel 6	Udbudsforhold: Virksomhedens konkurrenceforhold og branche
Titel 7	Marketingmix: Virksomhedens handlingsparametre (nationalt)
Titel 8	Strategi
Titel 9	Internationalisering
Titel 10	Marketingmix: Virksomhedens handlingsparametre (internationalt)
Titel 11	Markedsføringsplan
Titel 12	Eksamensprojekt - opgaveformulering



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

Titel 1	Markedsanalyse
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: "Marketing" Systime I-bog, Kap 1</p> <p>Diverse artikler + mindre cases om forskellige virksomheder/markeder</p> <p><u>De faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Datakilder- Databaser- Kvalitative og kvantitative metoder- Spørgeskemaudformning- Stikprøveudvælgelse- Fejlkilder- Markedsanalyseprocessen <p><i>Tværfagligt forløb med matematik</i> Databehandling og markedsanalyse</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Indsamle, analysere og vurdere informationer om en virksomheds omverden nationalt• Søgning og behandling af data fra Euromonitor <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, dialogundervisning, skriftligt arbejde / elevpræsentation

[Retur til forside](#)



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

Titel 2	Virksomhedens interne forhold og strategi
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap. 2</p> <p>Diverse artikler + mindre cases om forskellige virksomheder/markeder</p> <p><u>De faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Idé og mål• Værdikæde• SW-opstilling• Konkurrencemæssige fordele• Business Model Canvas <p>DR2, Fra Paraplyselger til milliardær, 2015 (iværksætter)</p> <p>DR, Løvens Hule 2022</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Indsamle, analysere og vurdere informationer om en virksomheds interne forhold• Kernekompetence, KSF <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, dialogundervisning, skriftligt arbejde / elevpræsentation

[Retur til forside](#)



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

Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap 3.</p> <p>Diverse artikler + mindre cases om forskellige virksomheder/markeder</p> <p><u>De faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Omverdensforhold• PESTEL• Omverdensmodellen• OT-opsamling
Særlige fokus-punkter	<ul style="list-style-type: none">• Indsamle, analysere og vurdere informationer om en virksomheds omverden nationalt samt vurdere konsekvenser for virksomhedens aktiviteter <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, dialogundervisning, skriftligt arbejde / elevpræsentation

[Retur til forside](#)



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

Titel 4	Efterspørgselsforhold: Konsumentmarkedet og producentmarkedet
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap. 6 + 7</p> <p>Diverse artikler, film + mindre cases</p> <p><u>De faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <p>Kapitel 6 - B2C</p> <ul style="list-style-type: none">• Markedstørrelse og -definition• Konsumentmarkedets karakteristika• Forbrugerens baggrund, behov, købemotiver og købsadfærdstyper• Beslutningsprocessen og deltagere• Segmentering og valg af målgrupper <p>Kapitel 7 - B2B</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomheders købsadfærd, købsbeslutningsproces• Valgkriterier på BtB delmarkeder• Beslutningsprocessen og deltagere• Faktorer der påvirker købsadfærden <p>TV2 Den rene varer, 2013 DR Løvens Hule 2022</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et marked <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, dialog og diskussionsundervisning, større opgaver, individuel og gruppe præsentation



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

Titel 5	Segmentering på BtC og BtB (nationalt + internationalt)
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap 11, 12, 13</p> <p>Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>Faglige mål + kerne-og supplerende stof</u></p> <p>Kernestof Kapitel 11 : - Segmenteringsprocessen - Livsstilssegmentering - Målgruppestrategi - Positionering. - Minerva - Gallup Kompas - Mosaic - SMOK</p> <p>Kapitel 12 : International segmentering - Internationale livsstilsmodeller</p> <p>Kapitel 13: Delmarkeder - Segmenteringsvariable</p> <p>Supplerende stof: - Diverse artikler og hjemmesider</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til udvælgelse af attraktiv målgruppe for virksomheden <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet. Fokus på segmentering i et nationalt perspektiv.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



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

Titel 6	Udbudsforhold: Virksomhedens konkurrenceforhold + Branche
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap. 4 + 5</p> <p>Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>Faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <p>Kapitel 4 – konkurrenceforhold</p> <ul style="list-style-type: none">- Markedsdefinition og -størrelse- Konkurrencebegrebet, konkurrentidentifikation, konkurrentanalyse, konkurrencemæssige positioner- Positionering <p>Kapitel 5 – Brancheforhold</p> <ul style="list-style-type: none">- Branchekarakteristik- Brancheanalyse <p>DR2, Danske Mad Men, Jolly Cola, 2011</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et marked• Markedsdefinition og branchedefinition• Virksomhedens strategiske muligheder <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



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

Titel 7	Marketingmix: Virksomhedens handlingsparametre og markedsføringsplan
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap. 14,15, 16, 18, 20, 22.</p> <p><u>Faglige mål + kerne- og supplerende stof</u></p> <p>Kapitel 14: Marketingmix – push-pull Kapitel 15: - Produkt - Kvalitet - Sortiment - Service - Emballage - Produktudvikling (herunder også PLC) - Mærke (herunder også private labels) Kapitel 16: - Servicepakken/-konceptet - Serviceleverancesystemet - De 7 P’er - oplevelsesøkonomi Kapitel 18: - Udbud/efterspørgsel - Pris-/kvalitetsstrategi - Prisfastsættelsesmetoder - Overordnet strategi for prisfastsættelse - Priselasticitet - Prisdifferentiering – Intropriser Kapitel 20: - Indirekte og direkte distribution - Kædeformer - Beliggenhed Kapitel 22: - Promotionstrategier - Promotionparametre - Reklameanalyse – herunder AIDA – push-pull medier Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>supplerende stof</u></p> <ul style="list-style-type: none">• DR2, Danske Mad Men, Cowey,2012• DR - Løvens Hule 2022
Særlige fokuspunkter	De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



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

Titel 8	Strategi
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: "Marketing" Systime I-bog, Kap 2 + 8 + 10</p> <p>Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>Faglige mål + kerne-og supplerende stof</u></p> <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">- Mission, vision og værdier- SWOT-opstilling- TOWS-matrix- Konkurrencestrategier- Vækststrategier (Diversifikation, Integration, strategisk alliance)- Blue Ocean strategi- Portefølgestrategi
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af en virksomheds strategiske muligheder <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



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

Titel 9	Internationalisering
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap 9</p> <p>Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>Faglige mål + kerne-og supplerende stof</u></p> <p>Kernestof</p> <ul style="list-style-type: none">- Kulturelle forhold- Markedsudvælgelse- Internationaliseringsmodeller- Virksomhedens eksportberedskab- Virksomhedens eksportmotiver <p>DR2- 2011 Kineserne kommer (TV udsendelse)</p>
Særlige fokus-punkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af en virksomheds forudsætning for internationalisering og vurdering af internationale markedsforholds attraktivitet <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



Titel 10	Marketingmix - Internationalt
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: "Marketing" Systime I-bog, Kap 17, 19, 21, 23, 24</p> <p>Diverse artikler + mindre cases</p> <p><u>Faglige mål + kerne-og supplerende stof</u></p> <p>Kernestof</p> <p>Produkt internationalt</p> <ul style="list-style-type: none">- Produktudvikling- Mærkestrategi- PLC <p>Pris internationalt</p> <ul style="list-style-type: none">- Prisfastsættelse på BtB- Prisfastsættelse på BtC- Pris/kvalitetsstrategi <p>Distribution internationalt</p> <ul style="list-style-type: none">- Markedsindtrængningsformer- Indirekte/direkte eksport- Kontrakter- Direkte investeringer- E-handel- <p>Promotion internationalt</p> <ul style="list-style-type: none">- Kommunikationsmodel- Medievalg- Neuromarketing- Content marketing
Særlige fokus-punkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af virksomheders marketingmixet internationalt <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



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

Titel 11	Marketingplanen
Indhold	<p>Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard, Søren Seest Marquart: ”Marketing” Systime I-bog, Kap 25</p> <p>Marketingplan</p> <ul style="list-style-type: none">- Budgettering af marketingindsats- Effektmåling- Planlægning af marketingindsats <p>Eksamensprojekt – opgavebeskrivelse er tilføjet nederst i dokumentet</p>
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Teorier/modeller til vurdering af marketingindsatsen <p>De økonomiske mål og kompetencer er alle inddraget i forløbet</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasse-, diskussions- og dialogundervisning, mindre opgaver



Eksamensrettet forløb i afsætning

Intro til opgaven

Det eksamensrettede forløb har til formål at repetere AØ pensum, herunder den interne situation, den eksterne situation, konkurrenceforhold/ brancheforhold, forbrugeradfærd, målgruppevalg, strategi, internationalisering og marketing mix. Derudover skal I bruge jeres besvarelser til den mundtlige eksamen i faget. I skal arbejde med den Lakrids by Büllows, hvor I selv skal indsamle empiri på nettet, databaser og aviser.

Opgave:

Udarbejd en præsentation af Lakrids by Büllows på det danske marked, hvor I besvarer følgende punkter:

1. Karakteriser virksomheden.
2. Analyser Lakrids by Büllow interne situation, med det formål at komme frem til virksomhedens kernekompetencer, konkurrencemæssige fordele og kritiske succesfaktorer.
3. Analyser de forhold i Lakrids by Büllows omverden, der påvirker virksomhedens udvikling.
4. Analyser den danske slikbranche.
5. Analyser danskernes forbrugsadfærd ved køb af slik.
6. Analyser Lakrids by Büllows internationalisering.
7. Fastlæg Lakrids by Büllows målgruppe/målgrupper på det danske marked.
8. Analyser Lakrids by Büllows marketingmix.
9. Diskuter Lakrids by Büllows fremtidige strategiske muligheder på det danske marked.
10. Udvalg et ovenfor diskuteret strategisk tiltag og udarbejd en markedsføringsplan og et kreativt produkt for implementering af dette tiltag.

Der lægges vægt på inddragelse af relevant teori og modeller fra pensum og brug af kilder.

Opgavekrav:

- Opgaven udarbejdes i grupper af 3 – 4 personer og skal være færdig og klar til fremlæggelse efter Påske
- Alle grupper skal fremlægge (kun for mig). Fremlæggelsen, spørgsmål samt feedback vil tage 30 min. pr. gruppe. Jeg lægger en tidsplan ud til jer, når I har dannet grupper.
- I skal udarbejde en P.P. præsentation, som skal afleveres i Lodus
- I må ikke have computer med til selve fremlæggelsen, det er derfor vigtigt at I får udarbejdet cue cards og får øvet jer på jeres fremlæggelse.



Tidsplan

D 20/2	introduktion til forløbet, gruppedannelse, opstart og indsamling af empiri
D 26/2	Opgavebesvarelse – intern analyse
D 27/2	Opgavebesvarelse – intern analyse
D 4/3	Opgavebesvarelse – ekstern analyse
D 6/3	Opgavebesvarelse – ekstern analyse
D 7/3	Opgavebesvarelse – ekstern analyse
	SOP + Påskeferie
D 2/4	Intro til markedsføringsplan
D 4/4	Opgavebesvarelse – markedsføringsplan og kreativt produkt
D 5/4	AFLEVERING AF PROJEKT PÅ LODUS
	Fremlæggelse
	Fremlæggelse
	Fremlæggelse

God arbejdslyst