

## Studieplan, Afsætning A

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj - juni 2024
<b>Institution</b>	Vestjydsk Handelsskole og handelsgymnasium, UCRS
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Bjørn Sommer
<b>Hold</b>	HH1/3B
<b>I-bøger</b>	Eleverne har haft tilgang til Systimes Marketing i-bøger som suppl. materiale

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Målgruppe og købsadfærd
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens omverden
<b>Titel 3</b>	Produkt
<b>Titel 4</b>	Pris
<b>Titel 5</b>	Distribution
<b>Titel 6</b>	Promotion
<b>Titel 6</b>	Markedsføringsbegreber
<b>Titel 7</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Titel 8</b>	Strategisk analyse (strategisk platform)
<b>Titel 9</b>	Virksomhedens internationalisering og globalisering
<b>Titel 10</b>	Virksomhedens omverden
<b>Titel 11</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Titel 12</b>	Konkurrenceforhold

<b>Titel 13</b>	Den konkurrencemæssige position
<b>Titel 14</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 15</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Titel 16</b>	Internationalisering og globalisering
<b>Titel 17</b>	Markedsudvælgelse og landeanalyse
<b>Titel 18</b>	Kulturelle forhold
<b>Titel 19</b>	Segmentering og målgrupper i internationalt perspektiv
<b>Titel 20</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Titel 21</b>	Repetition af parameterpensum og parameterstrategi
<b>Titel 22</b>	Internationalt produkt og produktudvikling i eksportsammenhæng
<b>Titel 23</b>	International prisfastsættelse på eksportmarkederne
<b>Titel 24</b>	International distribution
<b>Titel 25</b>	Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet
<b>Titel 26</b>	Dagens avis
<b>Titel 27</b>	Eksamensrelateret forløb – ”Vækstmarkeder”

<b>Titel 1</b>	Målgruppe og købsadfærd
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 18  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	2 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumentenheder</li> <li>- Segmenteringskriterier</li> <li>- Segmentering</li> <li>- Målgrupper</li> <li>- Positionering</li> <li>- Behov</li> <li>- Motiver</li> <li>- Købsadfærdstyper</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 2</b>	Virksomhedens omverden
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	3 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> Omverdensmodellen, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 3</b>	Produkt
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og 21  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	3 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkttyper</li> <li>- Produktegenskaber</li> <li>- Sortiment, emballage og service (kap.12)</li> <li>- Mærkevarestrategi</li> <li>- Branding</li> <li>- Produktudvikling</li> <li>- PLC</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 4</b>	Pris
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	4 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prisstrategier for eksisterende og nye produkter</li> <li>- Fundamentale hensyn ved prisfastsættelse</li> <li>- Efterspørgselskurve, priskrig</li> <li>- Prisdifferentiering</li> <li>- Prisfølsomhed/priselasticiteter</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 5</b>	Distribution
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	4 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distributionskanaler</li> <li>- Distributionsstrategier</li> <li>- Kædeformer</li> <li>- E-business</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 6</b>	Promotion
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 25 - 27  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 – Trojka
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promotionformer</li> <li>- Reklamemidler og medier</li> <li>- Reklameplanlægning</li> <li>- On-line markedsføring</li> <li>- Sales promotion</li> <li>- Public Relation (PR)</li> <li>- Product placement</li> <li>- Personligt salg</li> <li>- Direct marketing</li> <li>- Promotionstrategi</li> <li>- Markedskort</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 6</b>	Markedsføringsbegreber
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 2  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> Markedsføringskonceptet mv., hvoraf eleverne skal opnå forståelse for markedsføringsens historiske udvikling og sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedernes valg af markedsførings- og handlingsparameterstrategi.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 7</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6</p> <p>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 - Trojka</p>
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><b>Fokuspunkter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Værdikæde</li> <li>- Business Model Canvas</li> <li>- Kernekompetencer</li> <li>- SWOT</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 8</b>	Strategisk analyse (strategisk platform)
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6 - 7  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Styringsniveauer</li> <li>- Strategisk Platform</li> <li>- Idé og mål</li> <li>- Generiske strategier</li> <li>- Vækststrategier (intensivering)</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 9</b>	Virksomhedens internationalisering og globalisering
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 28  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	3 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eksportmotiver</li> <li>- Eksportberedskab</li> <li>- Internationaliseringsprocessen</li> <li>- Globalisering af virksomhedens værdikæde</li> <li>- Globalt samarbejde (netværk)</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 10</b>	Virksomhedens omverden
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> Omverdensmodellen/PESTEL, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 11</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 9  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	3 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> SOR Modellen, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedernes valg af kommunikationsstrategi.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 12</b>	Konkurrenceforhold
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 14  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider.
<b>Omfang</b>	3 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurrencetragt/skydeskivmodellen</li> <li>- Præferencer</li> <li>- Priskrydselasticiteter</li> <li>- Konkurrentanalyse</li> <li>- Konkurrentreaktioner</li> <li>- Porters brancheanalysemodel.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 13</b>	Den konkurrencemæssige position
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 15  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider.
<b>Omfang</b>	1 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Markedsleder</li> <li>- Markedsudfordrer</li> <li>- Markedsfølger</li> <li>- Markedsnicher</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 14</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 3 - 4  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	4 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Markedsanalyseprocessen (fase 1-5)</li> <li>- Datakilder</li> <li>- Indsamlingsmetoder</li> <li>- Spørgeskema udformning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 15</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 11  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Delmarkeder</li> <li>- Buy-grid modellen</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 16</b>	Internationalisering og globalisering
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 28 og 29  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Markedsudvælgelsesmetoder</li> <li>- Grundlæggende forhold</li> <li>- Specifikke produkt og markedsforhold</li> <li>- Internationaliseringsmodeller</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 17</b>	Markedsudvælgelse og landeanalyse
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 29 og 30  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afs. A2 - Trojka
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Markedsudvælgelsesmetoder</li><li>- Landeanalyse</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 18</b>	Kulturelle forhold
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 31  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturmodeller</li> <li>- Kulturforskelle</li> <li>- Kulturmanagement</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 19</b>	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 32</p> <p>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning 1 -2 - Systeme</p>
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><b>Fokuspunkter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumentenheder</li> <li>- Segmenteringskriterier</li> <li>- Segmentering</li> <li>- Målgrupper</li> <li>- Positionering</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 20</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 32  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> - VALS - Mosaic
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 21</b>	Repetition af parameterpensum og parameterstrategi
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 - 27  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Standardiseret parametermix</li><li>- Differentieret parametermix</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 22</b>	Internationalt produkt og produktudvikling i eksportsammenhæng
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og 34  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Standardiseret strategi</li> <li>- Differentieret strategi</li> <li>- Branding</li> <li>- Produktets livscyklus</li> <li>- Produktudvikling</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 23</b>	International prisfastsættelse på eksportmarkederne
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23 og 35  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prisfastsættelse på eksportmarkeder</li> <li>- Priseskalering</li> <li>- Prisstrategier på serviceprodukter</li> <li>- Valutaforhold</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 24</b>	International distribution
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 36  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- National og international distribution</li> <li>- Indirekte og direkte distribution</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 25</b>	Content Marketing
<b>Indhold</b>	Kernestof: Internt kompedium  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> - konceptet omkring content marketing  Eleven skal opnå forståelse for, hvorledes content marketing er en følelses- og værdimæssig anderledes måde at fremføre et budskab og dermed kendskab og salg til målgruppen.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis.

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 26</b>	Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 11 og 18  Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider
<b>Omfang</b>	1 uge
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Delmarkeder</li> <li>- Build up og break down tankegangen</li> <li>- Virksomhedens købsadfærd</li> <li>- Valgkriterier</li> <li>- Transaktions – og relationsmarkedsføring</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)

<b>Titel 27</b>	Gennemgående forløb: ”Dagens Avis”
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof: Afsætning A1 og A2 – Trojka</p> <p>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesidera</p>
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Fokuspunkter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anvende teori</li> <li>- Anvende relevante studiemetoder og produktivt</li> <li>- Reflektere og vurdere fagets faglige metode, muligheder og begrænsninger</li> <li>- Søge og behandle relevant information</li> <li>- Strukturere og formidle fagligt stof mundtligt og skriftligt</li> </ul> <p>Eleven skal opnå indsigt i virkelighedens verden, og kunne se sammenhængen mellem indlært teori og praksis.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes gruppevis og analysen munder ud i en mundtlig fremlæggelse

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 28</b>	Eksamensrelateret forløb: ”Vækstmarkeder”
<b>Indhold</b>	Kernestof: Afsætning A1 og A2, Trojka  Supplerende stof:
<b>Omfang</b>	2 uger
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Fokuspunkter:</b> - Forretningsmodel - Strategisk platform og strategier - Udfordringer og løsningsforslag
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes gruppevis og analysen munder ud i et dokument på tre til fem sider.

