



## Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	Juni 2022
<b>Institution</b>	Tønder Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	5737
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer</b>	Bo Børsen Hansen (BB)
<b>Hold</b>	2021hh2c

### Forløbsoversigt (5)

<b>Forløb 1</b>	Repetition + casearbejde
<b>Forløb 2</b>	Vækst- og konkurrencestrategier
<b>Forløb 3</b>	Projekt om digitale strategier
<b>Forløb 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Forløb 5</b>	Marketingmixet - nationalt

## Forløb 1: Repetition + casearbejde

<b>Forløb 1</b>	Repetition + casearbejde
<b>Indhold</b>	Repetition af 1. g Casearbejde med virksomheden Too Good To Go
<b>Omfang</b>	4 lektioner / 3 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Spørgsmål og svar. Gruppearbejde om case med fremlæggelse for læreren.

## Forløb 2: Vækst- og konkurrencestrategier

<b>Forløb 2</b>	Vækst- og konkurrencestrategier
<b>Indhold</b>	Kapitel 8 - Strategi Kapitel 10 - Strategiske alliancer (afsnit 10.1 - Vækststrategier og 10.2 Blue Ocean-strategi)
<b>Omfang</b>	18 lektioner / 13.5 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Gruppearbejde Afløringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser

## **Forløb 3: Projekt om digitale strategier**

<p><b>Indhold (1/2)</b></p>	<p>Pensum: Birte Ravn Østegaard m.fl. Marketing E-bog Kapo. 10 afsnit 10.4 og 10.5</p> <p>Forløb omkring digitale strategier</p> <p>Forløbet tager udgangspunkt i en af de forskellige virksomheder nedenfor, og undringsspørgsmålet er:</p> <p>Hvordan har case-virksomheden inkorporeret digitale strategier i deres virksomhed, og hvad er deres fremtidige strategiske muligheder/trusler?</p> <p>Formål Formålet med forløbet er, at I skal arbejde med jeres evner til faglige fordybelse og forståelse for teoretisk viden som I derved kan bruge som redskab til at analysere virkelighedsnære forhold.</p> <p>Endvidere trænes jeres evner inden for dataindsamling i form af teori og informationer omkring den valgte virksomhed.</p> <p>Forløbet vil desuden bidrage til jeres opnåelse af globale-, innovative-, digitale-, karriere- og studiemæssige kompetencer.</p> <p>Indhold/Materiale System- es I-bog: Marketing – en grundbog i afsætning til GF, B- og A-niveau og/eller Trojka: Afsætning B, 4 udgave.</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurrencestrategier</li> <li>• Købsadfærd</li> <li>• Omverdensmodellen</li> <li>• Vækststrategier</li> <li>• Digitale strategier</li> <li>• Big data</li> <li>• Parametermix</li> </ul> <p>Jeres opgaver bliver selv at finde en del supplerende stof ift. til digitale strategier i forbindelse med besvarelsen af forløbet. Endvidere skal I også selv finde informationer omkring jeres valgte case-virksomhed.</p> <p>Metode Arbejdsformer</p> <p>Undervisningen vil primært være gruppearbejde, hvor I arbejder sammen om at besvare problemformuleringen for jeres case-virksomhed.</p> <p>Hvis der ind imellem er problemer med at forstå teorien omkring digitale strategier, kan der være gennemgå ved tavlen, hvor jeg forklarer teorien.</p> <p>Selve opgaven Hvordan har case-virksomheden inkorporeret digitale strategier i deres virksomhed, og hvad er deres fremtidige muligheder/trusler?</p> <p>Som sagt skal I løse overstående problemformulering;</p> <p>Virksomheder I kan vælge i mellem: En virksomhed pr. gruppe (Det vil sige</p>
-----------------------------	--

<p><b>Indhold (2/2)</b></p>	<p>6 grupper i alt)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Matas</li> <li>• Magasin Du Nord</li> <li>• IBM</li> <li>• Nike</li> <li>• Adidas</li> <li>• Lego</li> </ul> <p>Arbejdsspørgsmål: (Find selv gerne på flere spørgsmål)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forklar hvad er content marketing (Uddybende og omfattende)</li> <li>• Forklar hvad er sociale medie strategi (Uddybende og omfattende)</li> <li>• Forklar hvad er SEO (Uddybende og omfattende)</li> <li>• Hvad er omnichannel (uddybende og omfattende)</li> <li>• Hvad er digital kundetilpasning?</li> <li>• Hvilken konkurrencestrategi anvender jeres case virksomhed, og passer det sammen med deres online strategi?</li> <li>• Tænk over folks købsadfærd ift. brugen af digitale strategier</li> <li>• Hvordan har jeres case virksomhed anvendt digitale strategier i forhold til deres kunder? Kom her ind på flere forskellige digitale strategier og kom med eksempler – som I kan fremvise i jeres fremlæggelse</li> <li>• Udfra jeres viden om vækststrategier og jeres nye viden om digitale strategier, kom med ideer og forslag til, hvordan virksomheden kan forbedre/ændre ift. digitale strategier! (Her er det meningen, at I skal inkorporere det, der sker i omverden/digitalt mv.). (Tænk her kreativt – hvad kan de ændre eller gøre anderledes ud fra forbrugeradfærd og omverdenen)</li> <li>• Eventuelt andet!</li> </ul> <p>Evalueringsopgave</p> <p>I vil løbende vil have en kort samtale med mig i forhold til jeres indsamling af data, forståelse af teori og besvarelse af problemformuleringen.</p> <p>I skal fremlægge jeres besvarelse kun for mig!</p> <p>I vil få mundtlig feedback, og jeres fremlæggelse tæller med i jeres standpunktskarakter.</p>
<p><b>Omfang</b></p>	<p>8 lektioner / 6 timer</p>
<p></p>	<p></p>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p></p>

## Forløb 4: Segmentering, målgruppevalg og positionering

<b>Forløb 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Indhold</b>	Kapitel 11 - Segmentering, målgruppevalg og positionering Kapitel 13 - Segmentering på producentmarkedet
<b>Omfang</b>	22 lektioner / 16.5 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Gruppearbejde Afløringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser

<b>Forløb 5</b>	Marketingmixet - nationalt
<b>Indhold</b>	Kapitel 14 - Marketingmix Kapitel 15 - Produkt Kapitel 16 - Serviceydelser Kapitel 18 - Pris Kapitel 20 - Distribution Kapitel 22 - Promotion
<b>Omfang</b>	42 lektioner / 31.5 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser