

Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 2025
Institution	Det Blå Gymnasium Tønder
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Mia Oesen
Hold	2022hh2b
Litteratur	Marketing – en grundbog i afsætning, systime.dk

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Forløb 1	Virksomhedens interne situation
Forløb 2	Virksomhedens eksterne situation
Forløb 3	SWOT og Vækststrategier
Tværfagligt forløb	Tværfagligt forløb SO5 Matematik og Afsætning

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

[Retur til forside](#)

Forløb 1	Virksomhedens interne situation
Indhold	<p>Formålet med forløbet:</p> <p>For at få overblik over virksomhedens situation vil virksomheden ofte analysere de interne forhold. Det er de forhold, som virksomheden selv har kontrol over. Til at analysere en virksomheds interne forhold benytter vi forretningsmodeller, værdikæden og SW-opstillingen. Kapitlet omhandler også virksomhedens konkurrencedygtighed, som omfatter kernekompetence, konkurrencemæssige fordele og kritiske succesfaktorer.</p> <p>Kapitler og afsnit der hører under forløbet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 2. Den interne situation • https://marketing.systime.dk/?id=142 <p>Eventuelt kan man under forretningsmodeller inddrage teori fra kapitel 10 omkring digitale forretningsmodeller</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 10: strategiske analyser • https://marketing.systime.dk/?id=1763 <p>Den overordnet mening:</p> <p>Meningen er at eleverne skal kunne inddrage viden fra forløb 3 i 1g, og anvende det i deres interne analyser. Dette skulle gøre det muligt for dem at udarbejde mere fyldestgørende værdikæde analyser, BMC analyser og SW-opstillinger.</p>
Omfang	10 moduler
Væsentligste arbejdsformer	<p>Veksling mellem induktiv og deduktiv introduktioner efterfulgt af forskellige øvelser</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Klasseundervisning</p> <p>Små lege, hvor eleverne skal kunne huske elementer fra sidste undervisningsgang</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Forløb 2	Virksomhedens eksterne situation
Indhold	<p>Formålet med forløbet: Eksterne forhold er aktiviteter, der foregår uden for virksomhedens mure, og som virksomheden derfor ikke har nogen eller kun ringe indflydelse på. Interne forhold omhandler aktiviteter, som foregår inden for virksomhedens mure, og som virksomheden derfor mere eller mindre selv kan justere eller ændre.</p> <p>Kapitler og afsnit der hører under forløbet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 3: Eksterne forhold • https://marketing.systime.dk/?id=1489 • Kapitel 4: Konkurrenceforhold • https://marketing.systime.dk/?id=1500 • Kapitel 5: Brancheforhold • https://marketing.systime.dk/?id=1503 • Kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarked • https://marketing.systime.dk/?id=1510 • Kapitel 7: Købsadfærd på producentmarked • https://marketing.systime.dk/?id=1519
Omfang	15 moduler
Væsentligste arbejdsformer	<p>Fortrinsvis induktiv undervisning, dog med enkelte moduler med deduktiv undervisning</p> <p>Gruppearbejde Fremlæggelser Afleveringer og træning af skriftlig eksamen</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	SWOT og Vækststrategier
Indhold	<p>Formålet med forløbet om SWOT At få koblet den interne situation og den eksterne situation sammen, og derved få eleverne til at forstå, hvad for nogle tiltag skal virksomheden måske være opmærksomme på i fremtiden.</p> <p>Kapitler og afsnit der hører under forløbet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 8: Strategi (SWOT & TOWS) • https://marketing.systime.dk/?id=1682 • https://marketing.systime.dk/?id=404 <p>Formålet med forløbet om Vækststrategier Eleverne skal gerne kunne forstå de forskellige vækststrategier og forstå, hvordan man kan skabe vækst ved at anvende alle de forskellige 5 overordnet vækststrategier, som virksomheder kan benytte sig af</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eleverne skal kunne redegøre for intensivering, integration, diversifikation, strategisk alliance og frasalglukning. • Eleverne skal kunne analysere virksomheders brug af vækststrategier • Eleverne skal kunne komme med fremtidige muligheder for vækst ved at anvende de forskellige vækststrategier • Eleverne skal opbygge en holistisk tilgang til brugen af vækststrategier i samarbejde med • markedspostion, konkurrencestrategi og marketingmix og målgruppe. • Eleverne skal kunne diskutere og vurdere, hvilke vækststrategier der vil opnå den mest optimale vækst for virksomheden med inddragelse af alle de andre teorier. <p>Kapitler og afsnit der hører under forløbet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 8: Strategi (Vækststrategier) • https://marketing.systime.dk/?id=139 • Kapitel 10: Strategiske analyser (vækststrategier) <p>Overordnet mening Give eleverne en mere holistisk tilgang til virksomheden og hvordan man skaber vækst ved at indtænke alt det de har lært fra de foregående forløb.</p>
Omfang	Februar – marts

Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde på tværs i klassen Projektarbejde Selvstændigt gruppearbejde Oplæg Fremlæggelser i grupper
---------------------------------------	--

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Forløb 4	Tværfagligt forløb SO5 Matematik og Afsætning
Indhold	<p>Formålet med forløbet: Her skal eleverne igennem SO5 i samspil med matematik og til dette forløb, arbejdes der med metode og markedsanalyse. Desuden skal eleverne ud og arbejde med at indsamle data igennem et spørgeskema og arbejde med strategiske løsninger for virksomheder.</p> <p>Forløbet ligger lidt op til, at man skal arbejde med erhvervs-case senere på året.</p> <p>Kapitler og afsnit til forløbet: https://marketing.systeme.dk/?id=412</p>
Omfang	2 moduler
Væsentligste arbejdsformer	Deduktive introduktioner efterfulgt af forskellige øvelser Gruppearbejde Klasseundervisning

[Retur til forside](#)