**Undervisningsbeskrivelse**

**Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Juni 2024 |
| **Institution** | Varde Handelsskole og Handelsgymnasium |
| **Uddannelse** | Hhx |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer****e-mailadresse** | Navn Pia Kaae HansenE-mailadresse Ph@vardehs.dk |
| **Hold** | HHX3B1 |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Semester** | **Periode** | **Titel** | **Undervisningsforløb/emner** |
|  |  | **Titel 1** | Introduktion |
|  |  | **Titel 2** | Metode |
|  |  | **Titel 3** | Den interne situation |
|  |  | **Titel 4** | Den eksterne situation |
|  |  | **Titel 5** | Strategi |
|  |  | **Titel 6** | Internationalisering |
|  |  | **Titel 7** | Segmentering, målgruppe og positionering |
|  |  | **Titel 8** | Marketing mix |
|  |  | **Titel 9** | Marketing plan/eksamensprojekt |
|  |  | **Titel 10** |  |
|  |  | **Titel 11** |  |
|  |  | **Titel 12** |  |

[Retur til forside](#Retur)

**Oversigt over gennemførte flerfaglige forløb – disse hentes via hjemmesiden**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Semester** | **Periode** | **Titel** | **Undervisningsforløb/emner** |
| **1** |  | **Titel 1** | Økonomisk grundforløb - privatøkonomi |
| **1** |  | **Titel 2** | Marked, kultur og kommunikation |
| **4** |  | **Titel 3** | Erhvervscase |
|  |  | **Titel 4** |  |
|  |  | **Titel 5** |  |
|  |  | **Titel 7** |  |
|  |  | **Titel 8** |  |
|  |  | **Titel 9** |  |
|  |  | **Titel 10** |  |
|  |  | **Titel 11** |  |
|  |  | **Titel 12** |  |

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Introduktion |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof:**Introduktion til afsætning (GF)Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof:***Forløb om detail:*Gennemgang af Kap 2 og 5 fra bogen visuel markedsføringEks. fra Ganni og VeromodaTV Madmagasinet supermarkedspsykologi, DR1, 03.03.2015Artikel: Dansk detailhandel er en kritisk syg patient, Jyllands Posten 25. juni 2020  |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid15 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisning, gruppearbejde, feldarbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | Metode  |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 1 MarkedsanalyseLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof**Elevers egen undersøgelse - både kvalitativ og kvantitativSamt fremlæggelse af resultater for virksomheden |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid19 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progressionSamfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitativeog komparative analysemetoderSamfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primæreog sekundære samt interne og eksterne |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeField researchklasseundervisninggruppearbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | Den interne situation |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof:**Kap 2 - Den interne situationLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof:****Tema om jysk** Film om jysk – mad men i reklamebranchen**Tema om disruption**Uber,AirBnB, BlaBla Car (Go more)https://deleoekonomi.systime.dk/?id=137Kap 5, 5.1, 5.2 og 4.2 |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid9 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progressionKernestof:Den interne situation: VærdikæderDen interne situation: PorteføljeanalyserDen interne situation: Forretningsmodeller |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisningGruppearbejdeSkriftligt arbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | Den eksterne situation |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 3 - Den eksterne situationKap 4 - KonkurrenceforholdKap 5 - Branche forholdKap 6 - Købsadfærd på konsumentmarkedetKap 7 - Købsadfærd på producentmarkedetLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof***Tema om Ure – den eksterne situation*© Euromonitor International 2021. Top 10 Global Consumer Trends 2022Film: DR2 elsker dyre ure Artikler: Ejer har sat fart på luksuriøs Aarhus-urmager, Børsen nov 21Når rustfrit stål bliver guld værd Børsen okt 21Helt tæt på de eksklusive ure *Tema om Carlsberg - 5 forces* Diverse artikler om CarlsbergBEER IN DENMARK - ANALYSIS, Country Report | May 2021, Euromonitor*Købsadfærd* Dokumentar: Shop amok - De unge modebæster, DR kultur 18.09 2019Diverse artikler: Børsen, 09. Maj 2022 - Detailkæmper raser over "usaglige" prishopLeverandører svarer igen: "Jeg kan simpelthen ikke genkende problematikken"Artikler om biler |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid27 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progressionDen eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globaltDen eksterne situation: Branche- og konkurrenceforholdKøbsadfærd |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisning, dialogbaseretIndividuelt og gruppearbejdeRollespilSkriftligt arbejde |

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | Strategi |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 8 – StrategiKap 10 – Strategi Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof**“What is strategy an illustrated guide to Michael E Porter”, Joan Magretta, Harvard Business Review PressStrategisk lærred – Cirque de Soleil |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid16,5 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisningIndividuelt- og gruppe arbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | Internationalisering |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 9 – InternationaliseringLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof***Tema om Japan** Film: Kærlighed og sex i Japan, DR2 25. aug 2019
* Consumer\_Types\_in\_Japan
* Consumer\_Overview\_in\_Japan
* Mærker i Japan bl.a. KitKat, <https://www.d8aspring.com/eye-on-asia/5-marketing-success-stories-in-japan>
* Japansk etikette, Af Kristian Ditlev Jensen
* Markedsrapport Japan / Dansk Erhverv og EKF – Danmarks Eksportkredit • December 2018
* Japan Hofstede
 |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progressionInternationalisering: Kulturelle forholdInternationalisering: MarkedsudvælgelseInternationalisering: Internationaliseringsmodeller |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisning,PlancherVirtueltGruppearbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | Segmentering, målgruppe og positionering |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 11 Segmentering, målgruppe og positioneringKap 12 Segmentering internationaltKap 13 Segmentering BtBLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof**[www.conzoom.dk](http://www.conzoom.dk)6 typer mælkekøbere, <https://www.arla.dk/globalassets/arla-dk/om-arla---oversigt/om-arla/til-studerende/maelketyper_mm_dec09.jpg>Valg af målgruppe - Marketing - Lars Grove Mortensen,<https://www.youtube.com/watch?v=ydh21UkTvO8> Segmentering - Marketing analytiker - Lars Grove Mortensen,  <https://www.youtube.com/watch?v=2TNP7tt6g1E> |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid18 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisningGruppearbejdePlancher |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | Marketing mix |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 14 – 24 marketingmix nationalt og internationaltLærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof****Produkt:***Tema om oplevelsesøkonomi** Oplevelseshjul
* Visit West Denmark, <https://www.visitwestdenmark.dk/>
* Brands under Corona

*Tema om gambling** Diverse artikler

*Tema om rebranding – Barbie*Diverse artikler:* Det er Barbies verden
* MIN MOR VS
* SKAL VI LEGE MED BARBIE\_ (e9081e13)
* Bye bye Barbie World (e9c3edb4)
* Barbie blev fældet af geopolitisk censur i Det Syd (e9c3ec25)
* Barbie er bandlyst i Kuwait og møder modstand i Libanon
* GIRLPOWER\_ Barbie på dybt vand (e9c2db91)
* IKONET BARBIE (e9b77d64)

Podcast – Genstart – Barbies MakeoverFilm: Barbie**Promotion***Tema om digital markedsføring** Digital markedsføring - Handlerummet - https://handlerummet.dk/
* Film: Shop amok - De unge modebæster, drkultur 18.09 2019
* Naturli

*Tema om neuromarketing** Dokumentar: Ramt i købehjernendgiver:DR1, Magasinet pengen, 2011, den 05-10-2011, 25 min.
* Dokumentar: “Neuromarketing” DR2, 2013. 30.03.13, 57 min
* Is There a Buy Button Inside the Brain: Patrick Renvoise at TEDxBend, 20. maj 2013, https://www.youtube.com/watch?v=\_rKceOe-Jr0
* Tekst: Neuromarketing og den irrationelle forbruger

*Tema- Internationalt marketingmix** Japan (se nr 6 internationalisering)
* Arla- diverse artikler
 |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeKlasseundervisning, Virtuel undervisning, Foredrag, Gruppearbejde, Casearbejde |

[Retur til forside](#Retur)

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

[Retur til forside](#Retur)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 8** | Marketingplan / eksamensprojekt  |
| **Indhold** | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof**Kernestof**Kap 25 - Marketingplan Lærebog: Marketing, Michael Bregendahl, Morten Haase,,René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (red.), systime**Supplerende stof**Emne: Bæredygtighed.Eleverne har arbejdet med en selvvalgt virksomhed og selv fundet tekster.Der er i udarbejdet en poster som skriftligt produkt.**Opgaveformulering:**Lav en marketingplan for en selvvalgt virksomhed med fokus på virksomhedens anvendelse af bæredygtighed.  |
| **Omfang** | Anvendt uddannelsestid30 timer |
| **Særlige fokuspunkter** | Kompetencer, læreplanens mål, progression |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejdeCasearbejde – PBLGruppearbejde |

[Retur til forside](#Retur)