

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August 2021 – maj 2022
Institution	Svendborg Erhvervsskole & Gymnasier
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Lars Buch
Hold	HHD – 2021-24

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion til afsætning
Titel 2	Makroforhold
Titel 3	Konsumentmarkedet
Titel 4	Interneforhold
Titel 5	Konkurrence
Titel 6	Strategi
Titel 7	Marketingmix
Titel 8	Segmentering
Titel 9	Markedsanalyse

Tit. 10	Brancheanalyse, konkurrence og positionering
Tit. 11	Produkt og serviceydelse
Tit. 12	Producentmarked
Tit.13	Marketingmix
Tit. 14	Virksomhedens internationale strategi
Tit. 15	Strategiske processer
Tit.16	Konkurrence
Tit. 17	Købsadfærd og segmentering
Tit.18	Markedsforhold, regioner og kulturelle forhold
Tit. 19	Standardiseret og differentieret af parametermixet
20	De 4 P'ere i internationalt perspektiv
21	Sammenhængende forløb

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

Titel 1	Introduktion til afsætning
Indhold	<p>Systime e-bog Introduktion til afsætning (GF)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Virksomheden - Ide og forretningsmodeller - Den interne situation - Den eksterne situation - Forbrugeradfærd - Målgruppe - Strategi

	Supplerende: Eksempler og opgaver
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst på marked • analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens vilkår for virksomheder
Væsentligste arbejdsformer	Gruppe Fremlæggels Tavle undervisning mm. Diskussion på klassen

Titel 2	Makroforhold
Indhold	<p>Kap 3 systeme e-bog 1 Marketing</p> <p>Omverdensmodellen PESTEL</p> <p>Supplerende: Udvalgte virksomheder (Albani, Kims, Lego, B&O, Tivoli, Hummel og ARLA) Opgaver</p>
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst på marked • analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdens vilkår for virksomheder
Væsentligste arbejdsformer	Gruppe Fremlæggels Tavle undervisning mm. Diskussion på klassen

Titel 3	Konsumentmarkedet
Indhold	<p>Købsadfærd. – Trojka kap 7 Marketing – systime kap 6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Behov - Købemotiver - Reference gruppe - Køberoller - Opinionsleder - Beslutningsproces <p>Supplerende: Ramt i købehjernen Forskellige øvelsesopgaver.</p>
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - redegøre for modeller og teorier til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsument. - analysere købsadfærden i en given situation.
Væsentligste arbejdsformer	<p>Tavleundervisning (Power Point/Overhead) 2 & 2 & gruppearbejde Diskussion på klassen</p>

Titel 4	Interne forhold
Indhold	<p>Interne forhold: Kap 2 systime Marketing Virksomhedsøkonomi – Systime - kap 21 og 23.</p> <p>Værdikæden – forskellige værdikæder Kernekompetence Konkurrencemæssige fordele Forretningsmodel Case om Select https://deg.dk/aktuelt/videoer-dm-i-teknologi-og-erhvervs-case/2014/ https://www.select-sport.com/da/</p> <p>Supplerende:</p>

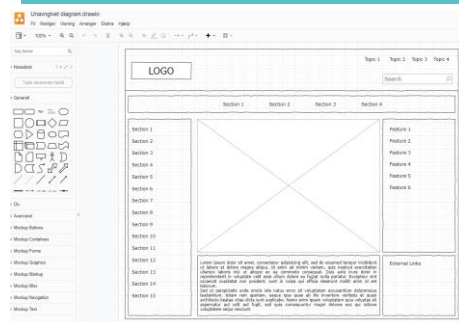
	Selvvalgte virksomheder de sammen som ved omverdensmodellenn.
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for modeller til analyse af virksomhedens interne forhold • udarbejde en værdikædeanalyse og på baggrund heraf kunne bestemme virksomhedens kernekompetencer • på baggrund af virksomhedens interne forhold og makroforholdene på markedet udarbejde en swot-analyse.
Væsentligste arbejdsformer	<p>Tavleundervisning (Power Point/Overhead)</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Diskussion på klassen</p>

Titel 5	Konkurrence
Indhold	<p>Marketing Systeme e-bog 1 kap 4 og 5</p> <p>Virksomhedsøkonomi Systeme kap 20</p> <p>Trojka kap 10, 2006</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurrenctragtmodellen/skydeskivemodellen. • Konkurrentanalyse • Konkurrencemæssigposition (markedsleder, udfordre, følger og niche) • Markedsandele <p>Blev gennemgået som en del af SO2 forløbet – Digitalisering</p>

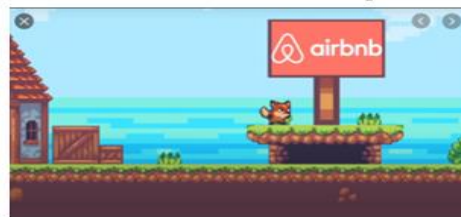
Studieområde 2 (SO2)

Digitalisering

Afsætning & Informatik



Reklamespil



Formalia – rammerne for opgaveløsningen

Tidsplan

I ugerne 1-5 2021 (4/1-21 – 5/2-21) skal I i alle afsætnings- og informatik lektioner arbejde med studieområdeforløb 2 (Digitaliserings-forløbet). I forløbet indgår 2 fag; **Informatik** og **Afsætning**. Det vil stå i jeres skemaer, at det er SO2 I skal arbejde med.

Aflevering af synopsis og notater: fredag d. 29 januar kl. 21:00

Frem læggelse: Uge 5

Grupper og planlægning af jeres arbejde

I skal arbejde i jeres makkergrupper i forløbet. Start med, at I alle læser opgaverne godt igennem, så I kan danne jer et overblik. Aftal dernæst hvordan I har tænkt jer at samarbejde i jeres gruppe.

Forløbets læringsmål:

- at I som gruppe/team lærer at løse en tværfaglig problemstilling
- at I effektivt bruger relevante metoder / værktøjer / teknikker fra de to fag
- at I kan søge, analysere og manipulere relevant fagligt information
- at I kan strukturere og formidle fagligt stof mundtligt og skriftligt

Kernestof fra information

- Dataflowdiagrammering af website brugerinteraktion
- Interaktionsdesign og brugervenlighed
- Webdesign og gestaltlove
- Planlægning og udarbejdelse af webshop IT system
- Webdesignmetoder, strukturdiagram, prototype, wireframes
- Scenarie og brugertest af webside
- Gamification, Gameplay og Scratch programmering ift. et reklamespil.

Kernestof fra afsætning

- Informationsindsamling, – nyt stof
- Konkurrenceforhold, Systime "Marketing" kap. 4 og trojka – nyt stof
- Omverdensforhold, Systime "Marketing" kap. 3 og noter - repetition

- Købsadfærd på konsumentmarkedet, Systime "Marketing" kap. 6 og noter – repetition
- Databaser: Infomedia, Euromonitor, Bisnode og Danmarks Statistik

Slutprodukter

I skal producere følgende:

- **AFSÆTNING:** aflevering af 1 dokument: én synopsis via UDDATA opgaver, der danner grundlaget for jeres mundtlige præsentation. Til den mundtlige præsentation skal I derudover forberede en Powerpoint med løsninger til alle spørgsmålne
- **INFORMATIK:** aflevering af fire dokumenter: 1) dokumentation for jeres IT system, dvs. et DRAW dokument af typen "Wireframemodel", 2) dokumentation for en købsproces, dvs. et DRAW dokument af typen "Flowchart", 3) et DRAW dokument med mindst 100 sammenhængende ord med forslag til forbedringer af det udleverede reklamespil, 4) SCRATCH .sb3 fil med jeres forbedrede reklamespil. Se flere afleveringsdetaljer i afsnittet "Opgaver". Aflevering i informatik sker både via UDDATA opgaver og i jeres Airtable logbøger.

Fremlæggelser

Fremlæggelserne forventes at vare ca. 20 minutter i alt – hvor I præsenterer i 10 minutter og læreren efterfølgende stiller enkelte spørgsmål. Karakterer og feedback gives med det samme. Der fremlægges alene for læreren. I får en tidsplan for fremlæggelserne senere.

Før fremlæggelsen åbner I dokumenterne synopsis, powerpoint og de 2 DRAW dokumenter, så vi ikke spiller hinandens tid. Hjælp hinanden i gruppen, så alle er klar inden I skal præsentere og svare på spørgsmål fra læreren.

Opgaver

Fælles Kick-off og SO2 lektion 1 AFSÆTNING

Baggrund for opgaverne

Når I løser opgaverne de kommende lektioner, skal I forestille jer, at I skal hjælpe en nystartet dansk virksomhed, som gerne vil have succes på det danske marked. I skal lave virksomhedens webshop og forbedre deres halvfærdige reklamespil. I skal også skaffe viden om virksomhedens målgruppe og deres købsadfærd samt om konkurrenterne og omverdenen generelt, for at kunne hjælpe virksomheden til at komme rigtig godt i gang.

Jeres nye virksomhed er en produktionsvirksomhed, der laver fysiske produkter og enten producerer produkterne selv eller bruger leverandører til at producere for sig.



Beskriv jeres nye virksomhed

- Start med at vælge én af følgende 3 brancher, som I kunne tænke jer at arbejde med. Jeres nye virksomhed vil altså være indenfor én af disse brancher:
 - 1) Sportstøj i Danmark
 - 2) Smykker i Vesteuropa
 - 3) Mobiltelefoner i Danmark


- Beskriv jeres virksomhed ved hjælp af de punkter der er i virksomhedskarakteristikken. Brug afsnit 2.1 i "Marketing" fra Systime som inspiration

- Giv jeres virksomhed et navn og lav et logo til dem

SO2 lektion 1 INFORMATIK: Lave dataflowdiagrammering og vurdering af interaktionsdesign / brugervenlighed

Hver gruppe skal undersøge / sammenligne interaktionsdesignet / brugervenlighed på følgende fire på forhånd udvalgte virksomheder, der hører under den type branche gruppen har valgt; enten sportstøj, smykker eller mobiltelefoner.

Sportstøj	Smykker	Mobiltelefoner
https://www.intersport.dk/	https://dk.pandora.net/da/	https://www.elgiganten.dk/
https://www.hummel.dk/	https://www.zalando.dk/	https://www.apple.com/dk/
https://www.lagersport.dk/	https://www.smykker.dk/	https://nordicelectronics.dk/
https://www.billigsport24.dk/	https://milasjewellery.dk/	https://www.mytrendyphone.dk/

Hver gruppe vælger én af 4 ovennævnte mulige virksomheder og diagrammerer scenariet "beskrivelse af købsproces" vha. et dataflowdiagram for den virksomhed gruppen har valgt. Brug ét DRAW dokumentark af typen "Flowchart"  og stop diagrammering af dataflowet lige inden indtastning af betalingskortoplysninger.

Skriv i samme DRAW dokument dernæst en vurdering på mindst 5-10 tekstlinjer om interaktionsdesignet / brugervenligheden i virksomheden

webshop med udgangspunkt i jeres kortlægning af virksomhedens indkøbsproces m.m., hvor i sammenligner med de 3 andre virksomheder.

Husk at gemme jeres DRAW dokument og lav også løbende en sikkerhedskopi.

SO2 lektion 2 - 5 AFSÆTNING

Hvordan er konkurrenceforholdene for jeres virksomhed og informationssøgning



- Lav en konkurrencetragt, hvor jeres produkt er udgangspunktet. Hvilke konkurrenter er der, og hvordan ligger de placeret i konkurrencetragten? Brug euromonitor til at finde konkurrenterne
- Hvordan er konkurrenceformen på markedet?

- Hvordan fordeler markedsandelene sig på markedet? Lav et lagkagediagram over andelene
- Hvordan er de konkurrencemæssige positioner på markedet?
- Undersøg, hvordan et par stykker af de vigtigste konkurrenterne indenfor jeres branche bruger deres hjemmesider. Er de godt bygget op? Fungerer de? Har de svage punkter?
-

SO2 lektion 2 INFORMATIK: Lav og gennemfør 2 brugertest til scenariet købsproces

Åben jeres DRAW dokument fra sidste lektion og tilføj følgende til dokumentet:

Lave mindst 2 brugertest til scenariet "beskrivelse af købsproces" for den virksomhed i arbejdede med i sidste lektion, hvor den eksisterende online webshop skal testes

Lad jer inspirere til hvordan jeres eget IT system kan gøres bedre

Hver gruppe giver 2 andre grupper en brugertest og gennemfører forløbet. Dernæst vendes processen om, og hver gruppe modtager nu to brugertest, fra de andre grupper, som de nu skal gennemføre. Tænk på jeres tidligere vurdering af interaktionsdesign og brugervenlighed, og tilføj hvad I finder relevant til jeres vurdering fra SO2 lektion 2. Hver gruppemedlem har en rolle; en giver instrukser, en til to observerer og tager notater.

Tilføj jeres notater vedrørende den feedback I får fra brugerne, når de gennemfører jeres brugertest i denne lektion:

Husk at gemme jeres arbejde i DRAW dokumentet dvs. jeres udarbejdede brugertest.

SO2 lektion 6 AFSÆTNING

Hvordan er omverdensforholdene for jeres virksomhed?

- Når man skal starte virksomhed op er det helt afgørende at vide, hvad er sker på det marked, man vil ind på. Nu kender I konkurrencesituationen, men kan der være andre ting, som I skal holde øje med? Er der muligheder og trusler i omverdenen, som I skal passe på – eller udnytte?

- Lav en analyse af vigtige forhold i omverdenen. Find nogle gode kilder (Infomedia eller euromonitor f.eks.) til at finde muligheder og trusler i omverdenen.

- Lav en SWOT opstilling ud fra jeres viden om jeres egen virksomhed samt den viden, I nu har om konkurrenterne og omverdenen



SO2 lektion 3 INFORMATIK: Planlægge og udarbejde webshop DEL 1

Gennemføre brainstorming, analyse og udfyld en overordnet kravspecifikation til jeres kommende IT system (webshop)

Ud fra den færdige kravspecifikation og jeres viden om interaktionsdesign, brugervenlighed og webdesignmetoder påbegynder I nu en modellering af jeres IT system. Brug ét DRAW dokumentark af typen "Wireframemodel" til at

- Lave jeres webshop IT system dvs. dokumentation og link til jeres Wix webshop. Dokumentationen skal indeholde 1) ét strukturdiagram, 2) et passende antal wireframes med kommentarer og 3) en tekst på mindst 200 sammenhængende ord med en vurdering af IT systems interaktionsdesign / brugervenlighed, hvor I sammenligner jeres IT system med mindst én af de i opgaven på forhånd udvalgte konkurrenter i markedet.

Husk at gemme jeres DRAW dokument og lav også løbende en sikkerhedskopi.

SO2 lektion 7 AFSÆTNING

Hvem er jeres virksomheds målgruppe – og hvordan opfører de sig, når de køber?



For at vide, hvordan I skal bygge jeres hjemmeside op er det meget vigtigt, at vide, hvem jeres målgruppe er og hvordan de opfører sig, når de køber.

- Find ud af, hvordan udviklingen i nethandel går (find en god kilde)
- Analyser, hvordan jeres målgruppe opfører sig, når de overvejer at købe jeres produkt. Brug som minimum følgende modeller:
 - Behov og købmotiver
 - Købstype og købsadfærdstype
 - Køberoller
 - Beslutningsprocessens faser
- Forklar, hvad jeres virksomhed kan bruge denne viden til i forbindelse med opbygningen af hjemmesiden

SO2 lektion 4 INFORMATIK: Planlægge og udarbejde webshop DEL 2

- Lav jeres dokumentation / modellering færdig i DRAW over jeres IT system
- Brug forsat relevante webdesignmetoder, strukturdiagram, wireframes med noter.
- Husk at gem jeres dokument og opdatere sikkerhedskopi

SO2 lektion 5 INFORMATIK: Lav dele af jeres IT system i

Wix DEL 1

- Opret en webshop vha. en Wix standardskabelon, og lav webshoppen ud fra jeres kravspecifikation og jeres udarbejdede IT SYSTEM i DRAW

SO2 lektion 6 INFORMATIK: Lav dele af jeres IT system i

Wix DEL 2


- Færdiggøre så meget så muligt af jeres Wix webshop ud fra jeres kravspecifikation og jeres udarbejdede IT SYSTEM i DRAW
- Gør jer tanker om muligheder og begrænsninger mht. brug af standardskabeloner og tag det med i jeres vurdering ved at skrive mindst 10 linjer om samme I jeres DRAW dokument.
- Husk at gem jeres dokument og opdatere sikkerhedskopi

SO2 lektion 7 INFORMATIK: Lav vurdering og forbedring af

Reklamespil

- Brug jeres viden om gestaltlove, interaktionsdesign / brugervenlighed, gameplay, målgruppe, spillertyper, spillermotivationsfaktorer og programmering.
- Redegør for, hvad der bør ændres i reklamespillet og hvorfor med mindst 100 sammenhængende ord i et WORD doc
- Gennemfør dernæst hele eller dele af jeres foreslåede ændringerne vha. scratch programmering i det udleverede Reklamespil
- Vedhæft gerne relevante klip / billeder i jeres WORD doc fra ændret SCRATCH kode i reklamespillet som dokumentation for hvad I har ændret
- Gem både WORD doc og SCRATCH filen og lav sikkerhedskopier af begge

SO2 lektion 8 og 9 FREMLÆGGELSER – tidsplan følger

	<p>Supplerende: Euromonitor Film: danske iværksætter</p> 
	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for de konkurrencemæssige positioner på markedet • analysere konkurrencesituationen på virksomhedens marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi, herunder positionering <p>-</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Tavleundervisning (Power Point/Overhead) 2 & 2 & gruppearbejde Diskussion på klassen</p>

Titel 6	Strategi
Indhold	<p>Strategi : Kap 8 Marketing Systeme</p> <p>Ide og mål Generisk Ansoff-vækstmatrice SWOT</p>

	<p>Samt casevirksomheder – de sammen som er benyttede ved omverdensmodellen som eksempler til generisk strategi. .</p> <p>Opgaver og cases</p> <p>John og Nete</p>
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for forskellige strategimodeller og deres egenskaber og forudsætninger • redegøre for virksomhedens forretningsområder • diskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategi • analysere en virksomheds muligheder for vækst på baggrund af viden om virksomhedens interne forhold
Væsentligste arbejdsformer	<p>Tavleundervisning (Power Point/Overhead)</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Diskussion på klassen</p>

Titel 7	Marketingmix
Indhold	<p>Kernestof: Systime Marketingbog kap 14, 15, 16, 18, 20 og 22</p> <p>Trojka side 637</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt (klassifikationer, kvalitet, sortiment, mærkestrategi, branding og PLC-kurven) • Pris (prisstrategi, prisdifferentiering, prisfastsættelsesmetode og prisfastsættelse af nye produkter.) • Promotion (promotionsformer, Promotionbudskab og indhold, promotionsstrategi, kommunikationsprocessen og Push- og Pull strategi)

	<p>Supplerende stof: Billeder af udvalgte produkter fra hjemmet Opgaver fra bog om pris. Virksomhedsbesøg på Rynkeby</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • forklare specielle forhold for såvel servicevirksomheder som eksportvirksomheder • analysere en virksomheds branding- og mærkestrategi • diskutere sammenhængen mellem produkt og målgruppevalg • redegøre for pris som en del af en virksomhedens samlede • forklare specielle forhold for prisfastsættelse i såvel servicevirksomheder som eksportvirksomheder • analysere en virksomheds prisstrategi for såvel nye som eksisterende produkter • diskutere sammenhængen mellem pris og målgruppevalg • redegøre for distribution som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • redegøre for forskellige distributionsformer i detailhandelen, herunder ebusiness • redegøre for forskellige kædeformer i detailhandelen • analysere en virksomheds distributionsstrategi • diskutere sammenhængen mellem distribution og målgruppevalg • redegøre for promotion som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • redegøre for forskellige promotionformer og kommunikationsmodeller • forklare specielle forhold ved international markedsføring • analysere en virksomheds promotionsstrategi <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Grupperarbejde Præsentation</p>

Titel 8	Segmentering
Indhold	<p>Segmentering Kap 11 System Marketingsbog</p> <p>Kernestof. Livsstilmodeller</p> <ul style="list-style-type: none"> - kompass- fra Gallup - Minerva - Conzoom <p>Konsumentenhed Segmenteringskriterier Segmenter SMOK-modellen</p> <p>Supplerende: Opgaver og cases Kender du typen – dr-udsendelse Reklamer til segmenteringsanalyse.</p>
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - redegøre for formålet med at segmentere et marked - redegøre for forskelle mellem konsumentmarkedet anvende segmenteringsprocessen til segmentering og valg af målgrupper på såvel konsumentmarkedet - vurdere potentialet i en given målgruppe og diskutere valg af målgruppestrategi <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning (Power Point/Overhead)

	<p>Gruppearbejde Diskussion på klassen</p>
--	--

Titel 9	Markedsanalyse
Indhold	<p>Markedsanalyse Systime Marketingsbog kap 2</p> <p>Kernestof. Datakilder Databaser Kvalitative- og kvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse. Repræsentativt Markedsanalysesproces. Big data</p> <p>Supplerende: Opgaver og cases Netflix</p>
Omfang	Uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ anvende databaser ved informationsindsamling om et marked ▪ forklare de anvendte metoders formål og indhold <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Tavleundervisning (Power Point/Overhead) Gruppearbejde</p>

Titel 10	Brancheanalyse, konkurrence og positionering
Indhold	<p>Systime Marketingsbog kap 4, 5 og 8 Systime Virksomhedsøkonomi kap 20 Systime markedskommunikationsbog kap 2 og 9,1 Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Et marked • PESTEL • Konkurrencetragtmodellen • Generiskstrategi • Vækststrategi. • Præference • Konkurrenceanalyse • Konkurrencemæssig position • Brancheanalyse/Porters five forces • Positionering • Positioneringskort <p>Supplerende stof:</p> <p>Coca-cola blev holdt ude</p> <p>Positioneringsopgave Brancheanalyse opgave. Film om Johan Bülow</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<p>Redegøre for de konkurrencemæssige positioner på markedet Analysere konkurrencesituationen på virksomhedens marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi, herunder positionering Tværfagligt strategi forløb mellem VØ og afsætning.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen

	<ul style="list-style-type: none"> • Problembehandlingskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation

Titel 11	Produkt og serviceydelse
Indhold	<p>Systime kap 15 og 16 Systime Oplevelsesøkonomi kapitel 2</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt klassifikation • Sortiment • Mærkestrategi • Branding • Plc • Servicepakke • Serviceleverancesystem • De 7 P ere • oplevelsesøkonomi <p>Supplerende stof:</p> <p>Opgave til Serviceydelse</p> <p>Med udgangspunkt i et hotel. Hotel Sawoy fra TV2Play</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beskriv de 7 P'er for virksomheden • Analyser deres servicepakke • Analyser deres værdikæde • Analyser deres serviceleverance system • Vurdere, hvor man kan placere fitness inden for oplevelsesøkonomiens fire domæner.
Omfang	Anvendt uddannelsestid

Særlige fokuspunkter	<p>Redegøre for produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix</p> <p>Analysere en virksomheds branding- og mærkestrategi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Præsentation</p>

Titel 12	Producentmarked.
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>System Marketing kap 7</p> <p>Trojka</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delmarkeder - Købsadfærd (deltagere, købsadfærdstyper) - Beslutningsprocessen <p>Supplerende stof:</p> <p>Opgaver fra trojka.</p>
Omfang	Anvendt uddannelsesetid
Særlige fokuspunkter	<p>Eleverne skal kunne vurdere og perspektivere købsadfærden på producentmarkedet og anvende viden om denne ved tilrettelæggelse af virksomhedens strategi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Kommunikationskompetencen

Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation
-----------------------------------	---

Titel 13	Marketingmix
Indhold	<p>Kernestof: Systime Marketingbog kap 14, 15 16, 18, 20 og 22 Trojka side 637</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt og service er beskrevet i 16 • Pris (prisstrategi, priselasticitet, prisdifferentiering, prisfastsættelsesmetode og prisfastsættelse af nye produkter.) • Place (Distributionskanaler, distributionsstrategi, kædeformer og e-handel • Promotion (promotionsformer, Promotionbudskab og indhold, promotionsstrategi, kommunikationsprocessen og markeds kort, sociale medieplaforme/sociale medier/viral markedsføring, Push- og Pull strategi) <p>Supplerende stof: Opgaver i relation til EC – med markeds kort og opgave 5 i bryggericasen som skulle foldes fagligt ud og præsenteres.</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • forklare specielle forhold for såvel servicevirksomheder som eksportvirksomheder • analysere en virksomheds branding- og mærkestrategi • diskutere sammenhængen mellem produkt og målgruppevalg • redegøre for pris som en del af en virksomhedens samlede • forklare specielle forhold for prisfastsættelse i såvel servicevirksomheder som eksportvirksomheder • analysere en virksomheds prisstrategi for såvel nye som eksisterende produkter • diskutere sammenhængen mellem pris og målgruppevalg • redegøre for distribution som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • redegøre for forskellige distributionsformer i detailhandelen, herunder e-business • redegøre for forskellige kædeformer i detailhandelen • forklare specielle forhold vedrørende distribution for såvel servicevirksomheder som eksportvirksomheder • analysere en virksomheds distributionsstrategi • diskutere sammenhængen mellem distribution og målgruppevalg

	<ul style="list-style-type: none"> • redegøre for promotion som en del af en virksomhedens samlede marketingmix • redegøre for forskellige promotionformer og kommunikationsmodeller • forklare specielle forhold ved international markedsføring • analysere en virksomheds promotionsstrategi • diskutere sammenhængen mellem promotion og målgruppevalg <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Grupperarbejde Præsentation

Forløb 14	Virksomhedens internationale strategi
Forløbets indhold og fokus	Internationale forhold, hvor der har været set på forhold der påvirker eksport muligheder. Hvordan man skal eksportere. Hvordan udvælger virksomheden sit eksportmarked/land. Hvordan kommer man ind på marked og hvilke barrierer skal man være opmærksom på.
Faglige mål	<p>Eleverne skal kunne redegøre for en virksomheds eksportmotiver og eksportberedskab samt redegøre for virksomhedens internationaliseringsproces. Eleverne skal kunne redegøre for de forskellige metoder til markedsudvælgelse, herunder analysere fordele og ulemper ved de enkelte metoder og eleverne skal kunne foretage et begrundet markedsvalg for en given virksomhed</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Problemløsningskompetencen

	<ul style="list-style-type: none"> • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Kommunikationskompetencen
Kernestof	<p>Kernestof:</p> <p>Eksportmotiver: Eksportbarrierer og eksportberedskab. Internationaliseringsprocessen (Uppsala, Born Global og reborn)</p> <p>Markedsudvælgelse: Tilfældigemetode Nærmarkedsmetoden Tragtmodellen</p>
Anvendt materiale.	<p>Systeme Marketing kap 91. til 9.4</p> <p>Opgave fra systeme. Supplerede opgaver Gammel eksamensopgave fra Hummel. Eksamens opgave BoConcept</p>
Arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation</p>

Forløb 15	Strategiske processer
Forløbets indhold og fokus	Der har været fokus på de forskellige strategiske modeller, hvor der er brugt relevante cases dertil.

Faglige mål	<p>Eleverne skal selvstændigt kunne inddrage teorier og modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et givent marked.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelleringskompetencen • Databehandlingskompetencen • Redskabskompetencen
Kernestof	<p>Afsætning , Systime kap 10 Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tows • Vækst strategi • Portefølje modeller • Blue ocean • Bæredygtighed. <p>Supplerende stof: Rep. Opgave om FCK</p>
Anvendt materiale.	<p>Kap 10 i systime</p> <p>Relevante opgaver derom.</p>
Arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation</p>

Forløb 16	Købsadfærd og segmentering
Forløbets indhold og fokus	<p>Udvidet købsadfærd med fokus på SOR-modellen.</p> <p>Fokus på segmentering på B2B marked, hvordan finder man det rette markede ud fra en given situation på B2B marked.</p>

Faglige mål	<p>Eleverne skal kunne vurdere og perspektivere købsadfærden på konsument- og producentmarkedet og anvende viden om denne ved tilrettelæggelse af virksomhedens strategi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Kernestof	<p>Kernestof: Marketing, systeme kap 6, 11 og 12</p> <ul style="list-style-type: none"> - Den udvidede SOR-model - Livsstilssegmentering - Adfærdssegmentering - Build-up tankegang - Break-down tankegang - Kilde kritik - Delmarkeder - Købsadfærd (deltagere, købsadfærdstyper) - Beslutningsprocessen - deleøkonomi
Anvendt materiale.	<p>Systeme. Kap 6, 11 og 12 Systeme deleøkonomi kap 2.2</p>
Arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation</p>

Forløb 17	Markedsforhold, regioner og kulturelle forhold
Forløbets indhold og fokus	Hvilke kulturelle barrierer skal man være opmærksom på når man skal ind i en nye region eller land.

Faglige mål	<p>Eleverne skal kunne analysere og vurdere de forhold der kunne opstå både som fordele og ulemper der kunne opstå ved at eksportere eller operere i andre lande/kultur og hvad man skal tage forbehold for</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Ræsonnementskompetencen
Kernestof	<p>Kernestof: kap 9 systeme Afsætning, systeme kap</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlæggende forhold - Kulturelle forhold - Kultur forskelle - Hofstedes
Anvendt materiale.	Kap 9 i systeme
Arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation</p>

Forløb 18	Standardiseret og differentiering af parametermixet
Forløbets indhold og fokus	Her ses på parametermixet i et mere internationalt perspektiv – om man kan bedst muligt optimere det – dels i form af salg/markedsandels/omkostninger

Faglige mål	<p>Elven skal kunne analysere og vurdere, hvilke parameterstrategier, dels ud fra markeds – og kulturelle forhold, der måtte være på de områder hvor virksomheden operer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Kernestof	<p>Kernestof: Systeme bog kap 24</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parametermix - Parameterstrategier - Differentieret og standardiseret strategier
Anvendt materiale.	Systeme kap 24
Arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation

Forløb 19	De 4 Pere i et internationalt perspektiv
Forløbets indhold og fokus	Her ses på de 4 Pere i et internationalt perspektiv.

Faglige mål	<p>Elven skal kunne analysere og vurdere, hvilke parameterstrategier og sammensætning i af disse i en international kontekst - der skal bruge i en virksomheden for at begå sig på det international marked.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tankegangskompetencen • Modelleringskompetencen • Ræsonnementskompetencen • Databehandlingskompetencen • Kommunikationskompetencen • Redskabskompetencen
Kernestof	<p>Kernestof: Systeme bog kap 17, 19, 21, 23 og 25</p> <p>Produkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kvalitet • Mærker/brand (navne) • Sortiment • Service • PLC • Produktudvikling <p>Pris</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priseskalering • Pris-kvalitetsstrategi • Valutaforhold • Prisfastsættelse for serviceprodukter. • Bundling <p>Distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indirekte eksport • Strategisk alliance • Eksportgrupper • Underleverandørkontrakter • Trejdepartsvirksomhed • Handels eksportør • Eksportagent • Indkøbskontor • Piggybacking <ul style="list-style-type: none"> • Direkte eksport • Tredjepartssalgsagent • Egne sælger • Eget salgsselskab Direkte til slutbrugeren.

	<ul style="list-style-type: none"> • Eksportsamarbejde <p>Promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmodel • Int. Promotionsformer • Int. Promotionsstrategi <p>Markedsføringsplan.</p> <p>Supplerende stof Blogger influenser Hummer eksamensopgave.</p> <p>Artikel</p>
Anvendt materiale.	<p>Systime bog kap 17, 19, 21, 23 og 25</p> <p>Supplerende stof Blogger influenser</p>
Arbejdsformer	<p>Klasseundervisning Gruppearbejde Præsentation</p>

Forløb 1	Sammenhængende forløb
-----------------	-----------------------

Forløbets
indhold og fokus

Eksamensforløb Afsætning A – 2024 Motions-/fitnessbranchen og Kompan

Opgaven til eleverne:

Opstilling af problem

”Er der et marked for Kompans forretningsområde Fitness & Sport, i et europæisk- eller nordamerikansk land osv. og hvordan kan/skal virksomheden trænge ind på det valgte marked?”

Fortolkning af problem

Hvordan kan man fortolke og undersøge problemerne

Det er nødvendigt, at I overvejer følgende:

- Hvilke informationer har I allerede?
- Hvilke informationer har I yderligere brug for, og hvor skal de findes?
- Hvordan ønsker I at løse problemstillingen?

Problemstillingen kræver, at en del af kernestoffet bringes i spil og at relevante modeller og begreber anvendes. Det er jeres opgave at udvælge, hvad der er relevant.

Kernestof

Interne og eksterne forhold, Branche- og konkurrenceforhold, Internationalisering, Strategi, Købsadfærd på B2C/B2B-markedet, Segmentering, Marketingmix og Marketingplan på det internationale marked.

Supplerende stof

- Virksomhedens websites
- Diverse artikler om virksomheden og branchen
- Databaser, statistikker, offentlig tilgængelige analyser
- Videoklip, tv-udsendelser eller lignende

Formulering af arbejdsspørgsmål

Hvilke arbejdsspørgsmål (underspørgsmål) er nødvendige at stille, for at problemstillingen kan besvares?

Arbejdsspørgsmålene skal udformes, så I kan udarbejde et notat til virksomhedens ledelse, som opsamler resultaterne af:

- En analyse af virksomhedens interne forhold og eksportberedskab
- En analyse af det valgte marked, herunder de

	<ul style="list-style-type: none"> • Generelle markedsforhold, som har betydning for Kompans indtrængning på markedet • Specifikke produkt- og markedsforhold • En vurdering af, hvorvidt I mener markedet er attraktivt for Kompan • Forslag til mål for Kompans indtrængning på marked. • Begrundede forslag til strategier virksomheden skal anvende på det valgte marked • En handlingsplan for Kompans etablering på det valgte marked <p>Besvarelse af arbejdsspørgsmål I selvvalgte grupper eller par skal I besvare ovenstående problemstilling.</p> <p>Produkt: Et kort notat som skal afleveres til virksomhedens ledelse, som vil drøfte jeres forslag på det næste direktionmøde SAMT en planche, der viser de væsentligste analyser, resultater, forslag og handlingsplan. Notat, litteraturliste og billede af planche uploades på uddata. Planchen afleveres til LBU som medbringer denne til eksamen</p> <p>Der skal oprettes et arbejdsdokument på googledocs, hvor LBU har adgang til, så der løbende kan gives feedback</p> <p>Feedback: Der gives feedback i form af hjælp til processen De skriftlige produkter bedømmes ikke</p> <p>Tid 6 moduler.</p>
Faglige mål	Se forløb og indhold
Kernestof	Se forløb og indhold
Anvendt materiale.	Se forløb og indhold
Arbejdsformer	Se forløb og indhold

