# **Undervisningsbeskrivelse Afsætning C**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Juni 2024 |
| **Institution** | EUX-gymnasiet Niels Brock |
| **Uddannelse** | EUD/EUX GF2 |
| **Fag og niveau** | Afsætning C |
| **Lærer** | Daniela Scoppa |
| **Hold** | 21k |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 1** | Virksomhedsforståelse |
| **Tema 2** | Efterspørgsel |
| **Tema 3** | Udbud |
| **Tema 4** | Marketing Mix |
| **Tema 5** | Kundeservice & -betjening |
| **Tema 6** | Dokumentationsopgaven |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 1** | **Virksomhedsforståelse** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Det primære fokus er på virksomhedens interne forhold og eksterne forhold.  For at skabe sammenhæng til fagets faglige progression under hele uddannelsen, gøres eleverne bekendt med bærende koncepter og modeller, som først rigtig udfoldes på det studieforberedende år. |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Referere til forskellige traditionelle & digitale forretningsmodeller * Redegøre for forskellige traditionelle & digitale forretningsmodeller * Redegøre for begreberne virksomhedens idé, vision og værdier * Redegøre for en virksomheds forretningskoncept * Forklarer distributionskædens elementer og opbygning * Redegøre for begrebet Channel Marketing * Redegøre for SWOT-modellens indhold og opbygning * Der undervises i de væsentligste forskelle mellem B2C- og B2B-markedet * Give konkrete eksempler på forhold, der indgår i en SWOT-model * Referere til og redegøre for købeloven * **Kompetencer:** * Danne den grundlæggende forretningsforståelse og få indblik i de fundamentale interne og eksterne forhold, der kan have en betydning for en virksomhed * Lære at koble teori sammen med praktik gennem opgaveløsning |
| **Kernestof** | * Forretningsmodeller & -Koncepter * Distributionskæden * SWOT * Lovgivning |
| **Anvendt materiale** | * ca. 7 moduler * Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 1 + 2 + 3 + 4 +5 + 6* * Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægsbaseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 2** | **Efterspørgsel** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til de fire forhold, der kendetegner et marked.  De væsentligste forskelle mellem B2C- og B2B-markedet repeteres. Der arbejdes med købsadfærd på BTC og BTB markedet. Dog med større detaljeringsgrad og behandling af købsadfærd på B2C-markedet.  Der arbejdes med segmentering på  B2C-markedet med fokus på bl.a. livstilsmodeller som Conzoom & Gallup Kompas samt BTB segmentering. |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Redegøre for et marked * Redegøre for kendetegnene for konsumentmarkedet (B2C) * Redegøre for kendetegnene for producentmarkedet (B2B) * Referere til og anvende metoder til at segmentere og vælge operationelle målgrupper * Redegøre for forbrugernes behov og Maslows behovspyramide * Redegøre for forbrugernes købemotiver og øvrig købsadfærd * Segmenteringsprocessen   **Kompetencer:**   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling ved brug af digitale værktøjer. * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * Anvende relevante metoder, modeller og værktøjer til at segmentere markeder og vælge en operationel målgruppe i en given situation * Anvende metoder til at beskrive købsadfærd og trends i forhold til et konkret produkt eller virksomhed * Skelne mellem delmarkeder på B2B-markedet, ift. købsadfærd og valgkriterier. |
| **Kernestof** | * Markeder * Segmentering og Målgruppevalg på  B2C-markedet og som supplerende stof BTB. * Købsadfærd på hhv. B2C- & B2B-markedet |
| **Anvendt materiale** | · ca. 9 moduler  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 5 + 7 + 8*  · Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægsbaseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 3** | **Udbud** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til, hvordan virksomheden kan identificere sine konkurrenter, og dermed få kendskab til de konkurrenceforhold, den er underlagt. Når virksomheden har fastlagt, hvem de nærmeste konkurrenter er, kan deres styrker og svagheder analyseres, og dette lægger op til, hvordan virksomheden kan skille sig ud fra konkurrenterne og skabe sig en klar profil. |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Redegøre for konkurrencesituationen med tilhørende modeller * Redegøre for de forskellige markedsformer, herunder præferencer og antal udbydere * Redegøre for opdeling af markedet (effektiv, latent marked) * Redegøre for indholdet af en konkurrentanalyse * Redegøre for begrebet markedsposition   **Kompetencer:**   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at beskrive & analysere konkurrencesituationen for et konkret produkt eller virksomhed * Differentiere mellem forskellige markedsformer (monopol, duopol, fuldkommen konkurrence) og konkurrencemæssige positioner * Forståelse af begrebet disruption |
| **Kernestof** | * Konkurrenceforhold, herunder konkurrentidentifikation og -analyse * Markedsandel og positionering * Markedsformer * Disruption (digital dag) |
| **Anvendt materiale.** | · ca. 4 moduler  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 9*  · Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægsbaseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling * Digitalt forløb |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 4** | **Marketing Mix** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Introduktion til de fire parametre, der udgør den simple version af marketingmixet, også betragtet som virksomhedens værditilbud, som virksomheden præsenterer for markedet.  Der arbejdes med, hvordan det konkrete marketingmix skal målrettes konkrete målgrupper Marketingmixet anses som virksomhedens konkurrenceparametre. |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Redegøre for forskellige kvalitetsegenskaber, emballage og sortiment * Give eksempler på service * Redegøre for en mærkevare og et handelsmærke * Redegøre for de forskellige kædetyper * Redegøre for placering * Redegøre for metoder til prisfastsættelse * Redegøre for psykologiske priser * Forklare, hvordan begrebet prismatch fungerer og anvendes * Identificere en virksomheds grundlæggende promotionaktiviteter (online/offline) i forhold til målgruppen   **Kompetencer:**   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at kunne drøfte en virksomheds markedsføring * Anvende viden om en virksomheds målgruppe til at udarbejde marketingmix (online/offline) for et konkret produkt eller virksomhed * Analysere en virksomheds branding &  CSR-aktiviteter |
| **Kernestof** | * Produkt * Pris * Placering * Promotion * Online markedsføring * Branding & CSR |
| **Anvendt materiale** | · ca. 7 moduler  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 10 - 13*  · Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægsbaseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 5** | **Kundeservice- og betjening** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til servicebegrebet og, hvad der indgår i den såkaldte ”gode service”. . |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Identificere god service * Anvende viden om service god service  – både offline og online * Redegøre for servicekoncepter og servicepakken   **Kompetencer:**   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende viden om service til at udarbejde forslag til god service (online/offline) før, under og efter købet med udgangspunkt i en konkret virksomheds målgruppe. * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at drøfte effekten af en virksomheds serviceaktiviteter. |
| **Kernestof** | * Servicekoncept og servicepakke * On- & Offline kundebetjening |
| **Anvendt materiale** | · ca. 1 moduler  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 14*  · Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægsbaseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 6** | **Dokumentationsopgaven** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Som led i undervisning i grundfaget Afsætning C skal eleverne arbejde selvstændigt med en brancherelevant case.  Formålet med denne dokumentationsopgave er at vise, at de har gennemført undervisning i faget. Dokumentationsopgaven er individuel.  Eleven udvælger en virksomhed.  Der udarbejdes besvarelser til 7 delopgaver, som dækker fagets kernestof.  Dokumentationsopgaven indgår som element i grundfagseksamen i Afsætning til juni, såfremt faget udtrækkes. |
| **Faglige mål** | **Faglige mål:**   * Fagets metoder og modeller anvendes til belysning af konkrete problemstillinger.   **Kompetencer:**   * Kunne arbejde selvstændigt med en brancherelevant case, herunder ifm. informationsindhentning, -bearbejdning & rapportering * Kunne udarbejde dokumentation til individuelle arbejdsprocesser |
| **Kernestof** | * Brancherelevante cases * Fagets kernestof |
| **Anvendt materiale.** | · ca. 2 moduler  · fordybelsestid 15 timer  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX*  · Fagets rum på skolens digitale platform  *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Selvstændigt arbejde * Individuelle afleveringer |

|  |  |
| --- | --- |
| **Diverse** | **Repetition og opfølgning** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Som led i undervisning i grundfaget Afsætning C samles der op på diverse faglige stof. |
| **Anvendt materiale.** | · ca. 3 moduler  · Gyldendal i-bog:  *Afsætning F-C til EUD/EUX*   * Fagets rum på skolens digitale platform * *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Selvstændigt og gruppearbejde * Løbende opsamling i klassen |