

Undervisningsplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2024
Institution	Gymnasiet HHX Skjern
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Christian Abildskov Thomsen
Hold	HHX21A

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens internationalisering og globalisering
Titel 2	Analyse af markedsforhold
Titel 3	Segmentering og valg af målgrupper på eksportmarkedet
Titel 4	Kulturelle forhold
Titel 5	Standardisering eller differentiering af parametermixet
Titel 6	Produkt i nationale – og internationale sammenhænge
Titel 7	Den globaliserede værdikæde
Titel 8	Pris i internationale sammenhænge
Titel 9	Segmentering på producentmarkedet (B2B)
Titel 10	Købsadfærd på producentmarkedet (B2B)
Titel 11	Promotion på producentmarkedet
Titel 12	Promotion i nationale – og internationale sammenhænge
Titel 13	Eksamensprojekt – Markedsføringsplan for selvvalgt virksomhed (i praksis)

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb) [Retur til forside](#)

Titel 1	Virksomhedens internationalisering og globalisering
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Vurdering af virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab.</p> <p>Centrale begreber:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eksportmotiver - Eksportparathed - Eksportbarrierer - Internationaliseringsmodeller
Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuelle beregningsøvelser, gruppediskussion og -opgaver

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 2	Analyse af markedsforhold
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Indsamling og tolkning af analysepunkter (makro - og - mikrovariable) i relation til en virksomheds markedsudvælgelse</p> <p>At indsamle relevant data om udvalgt(e) markede(r) og ad derved danne sig et beslutningsgrundlag for virksomhedens valg af eksportmarkeder.</p>
Omfang	8 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, Gruppearbejde , individuel opgaveløsning

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	Segmentering og målgruppe ifm eksport/Internationalisering
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Fokusområder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - - Segmenteringskriterier på det internationale konsumentmarked - - Segmenteringskriterier på det producent konsumentmarked
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt fælles opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Kulturelle forhold
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kulturteorier og - modeller - Kulturforskelle - Kulturmanagement
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Standardisering eller Differentiering af parametermixet ifm eksport
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Introduktion til standardiserede og differentierede parameterstrategier samt deres anvendelse ifm eksport/internationalisering</p>
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

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

Titel 6	Produkt i (inter-)nationale sammenhænge
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centrale områder: <ul style="list-style-type: none"> - Produktparameteren i nationale sammenhænge - Boston porteføljeanalyse - Porteføljestrategi - Internationalisering af produktparameteren - International produktstrategi - Serviceydelse i internationalt perspektiv - Branding strategi - Produktets livscyklus i international sammenhæng - Produktudvikling
Omfang	8 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

Titel 7	Den globaliserede værdikæde
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Place parameteren - Den globaliserede værdikæde - Distributionsanalyse - Distributionsformer med produktion i hjemlandet; indirekte/direkte eksport - Distributionsformer med produktion i udlandet; kontrakt arrangement /direkte investering - Valg af distributionsform
Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

[Retur til forside](#)

Titel 8	Prisparametret i international sammenhæng
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Den nationale prisparameter - Prisfastsættelse og prisstrategier for hhv. fysiske og serviceprodukter på eksportmarkederne - Pris eskalering - Betaling og finansiering; herunder undgåelse af valutakursrisiko - BundlingSMP
Omfang	6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 9	Segmentering på producentmarkedet
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delmarkeder - Segmenteringsvariable - Build up tankegangen (udgangspunkt i kundens behov) - Break Down tankegangen (udgangspunkt i virksomhedens produkt)

Omfang	7 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 10	Købsadfærd på B2B-markedet
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supply chain Management(SCM) - Delmarkeder (Industrielle marked, off. marked og mellemandlermarkedet) - Producentmarkedets karakteristika - Forhold som påvirker købekraften (eksterne forhold, organisatoriske forhold, sociale forhold, individuelle forhold) - Købsadfærden (Købstyper (nykøb, modificeret genkøb, rutinekøb), Købscenter, beslutningsprocessen (buy-grid)) - Producentmarkedets valgkriterier - Transaktionsmarkedsføring kontra relationsmarkedsføring - Markedsføring på producentmarkedet - Producentmarkedet i praksis; Strategisk samarbejde og partnerskabe
Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 11	Promotion på B2B
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedsføringplanlægning i praksis på producent markedet - Content marketing på producentmarkedet
Omfang	2 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 12	Promotion i internationale sammenhænge
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Promotion parameteren med fokus på kommunikationsmodellen og AIDA - Cross cultural promotion - Kommunikationsmodellen på internationale markeder; promotion ift kulturelle forskelle - Markedsføringsplanlægning i praksis på det internationale marked
Omfang	7 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.

Titel 13	Eksamensprojekt
Indhold	<p>Anvendt litteratur: Afsætning A14. udgave© 2017 Lene Jenrich, Lise Aarasin, Helle Villum Christensen og Trojka Gads Forlag</p> <p>Udarbejdelse af markedsføringsplan for eksamensrelevant virksomhed.</p>
Omfang	10 timer
Væsentligste arbejdsformer	Undervisning i plenum, individuel samt gruppebaseret opgaveløsning.