



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	August 2025 – Maj 2026
Institution	Køge Handelsskole
Uddannelse	EUX Business
Fag og niveau	Afsætning niveau B
Lærer(e)	Mia Ellman
Hold	EUX2a

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Emne 1	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse
Emne 2	Den interne situation
Emne 3	Den eksterne situation
Emne 4	Strategi
Emne 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet
Emne 6	Marketing mix på business-to-consumer markedet
Emne 7	Det afsluttende undervisningsforløb



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 1

Emne 1	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> Afsætningsøkonomiske kompetencer At kommunikere i afsætning Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Databaser Markedsanalyseprocessen</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 1+2 + 9</p> <p>Endvidere indgår artikler, analyser m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne Coop Analyse Coops madOmeter Forbrug - Danmarks Statistik</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 15 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomhedens udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. I det omfang det er muligt skal eleverne kunne inddrage kompetence fra andre fag f.eks. samfundsfag og informationsteknologi.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, makkeropgaver, gruppearbejde samt få alene opgaver, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 2

Emne 2	Den interne situation
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> Virksomhedskarakteristik Værdikæde BMC Kernekompetencer & KSfer SW-analyse Forretningsmodeller</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 3</p> <p>Endvidere indgår artikler, gamle eksamensopgaver m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne. Eleverne ligeledes arbejdet individuelt med "speaket powerpoints"</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p> <p><u>Film:</u> Diverse Youtube film Business Model Canvas dansk Værdikæde og internationalisering</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomheder udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. I det omfang det er muligt skal eleverne kunne inddrage kompetence fra andre fag. Ligeledes kan engelsk indgå med faglige tekster på engelsk.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer. Fokus har været på virksomhedskarakteristik, værdikæderne og præsentationer individuelt som speaket powerpoints.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 3

Emne 3	Den eksterne situation
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> OT-analyse Muligheds- og trussel matrix PESTEL-analyse Konkurrencesituationen Konkurrentanalyse Positionering Brancheanalyse Porters 5 Forces Købsadfærd på B2C Købsadfærd B2B</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 4 + 5 + 6 + 7</p> <p>Endvidere indgår artikler, film m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne.</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p> <p><u>Film:</u> Diverse Youtube film Porters five forces</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomhedens udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. I det omfang det er muligt skal eleverne kunne inddrage kompetence fra andre fag f.eks. samfundsfag. Ligeledes kan engelsk indgå med faglige tekster på engelsk.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer. Under dette kernestof



	har der været en del fokus på elevernes arbejde med individuelle "speakerpoints"
--	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 4

Emne 4	Strategi
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> SWOT analyse Konkurrencestrategier Vækst strategier Generiske strategier</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 8</p> <p>Endvidere indgår artikler, Amazon kommer - verdens største netbutik Se online her DRTV (Porters Generiske Strategi (youtube.com)) Ansoff vækstmatrice (youtube.com) m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints:</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 75 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomhedens udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. I det omfang det er muligt skal eleverne kunne inddrage kompetence fra andre fag f.eks. engelsk hvor der kan indgå faglige tekster og data på engelsk.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer (makkeropgaver/ gruppearbejde) både on-line og analog undervisning på forskellige taksonomiske niveauer.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 5

Emne 5	Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> Segmenteringsprocessen Livsstilsanalyser Positionering <u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 10 Segmentering 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering (B) Marketing – en grundbog i afsætning kapitel 11</p> <p>Endvidere, YouTube film m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne Home Page (Gallup Kompas) De 9 conzoom grupper & 39 conzoom typer Opgaver og cases til kapitel 11 Marketing – en grundbog i afsætning</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 65 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomheder udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. Speciel fokus har været på gruppearbejde med Imerco's kunder og de forskellige segmenteringsmodeller.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 6

Emne 6	Marketing mix på business-to-consumer markedet
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> De 7 P'er Mærkestrategi PLC kurven Oplevelsesøkonomi Prisstrategi, -fastlæggelsesmetoder, -differentiering Distributionsstrategi E- og M-handel Promotionstrategi Sociale medier Marketingmix Markedsføringsplan</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: https://afsbeux.systime.dk/ kapitel 11 – 16 Stories for millioner: Sæson 1 – Autenticitet sælger DRTV (Influencer marketing)</p> <p>Endvidere indgår artikler, film m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Formålet med undervisningen er at udvikle elevernes evne til at arbejde selvstændigt, innovativt og i faglige samspil med problemstillinger vedrørende afsætning.</p> <p>Eleverne skal gennem arbejde med virksomhedens udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle virkelighedsnære afsætningsøkonomiske problemstillinger. I det omfang det er muligt skal eleverne kunne inddrage kompetence fra andre fag. Ligeledes kan engelsk indgå med faglige tekster på engelsk.</p>
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer.



Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 7

Emne 7	Det afsluttende undervisningsforløb
Indhold	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Beskrivelse:</u> Undervisningsforløbet tager udgangspunkt i Lego, hvor der været fokus på en virksomhedskarakteristik og konkurrent analysearbejde, købsadfærd og markedsanalyse. Emnet indgår som et punkt der skal perspektiveres til ved en evt. mundtlig eksamen. Produktet var en powerpoint, der blev præsenteret for en intern censor samt klassens faste undervisere.</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bøger fra Systime Afsætning i grundforløbet Marketing – en grundbog i afsætning Forside Afsætning B til EUX</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
Omfang	Anvendt uddannelsestid = 35 timer
Særlige fokus-punkter	Forløbet danner endvidere grundlag for perspektivering til den mundtlige eksamen i faget.
Væsentligste arbejdsformer	I undervisningen var fokus på selvstændige elevaktiverende arbejdsformer, således at eleverne progressivt får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer.

[Retur til forside](#)