



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	August 2025 – Maj 2026
<b>Institution</b>	Køge Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	EUX Business
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning niveau B –
<b>Lærer(e)</b>	Pia Junker
<b>Hold</b>	EUX2e

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Emne 1</b>	<a href="#">Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse</a>
<b>Emne 2</b>	<a href="#">Den interne situation</a>
<b>Emne 3</b>	<a href="#">Den eksterne situation</a>
<b>Emne 4</b>	<a href="#">Strategi</a>
<b>Emne 5</b>	<a href="#">Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet</a>
<b>Emne 6</b>	<a href="#">Marketing mix på business-to-consumer markedet</a>
<b>Emne 7</b>	<a href="#">Det afsluttende undervisningsforløb</a>



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb i emne 1

<b>Emne 1</b>	<b>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<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: <a href="https://afsbeux.systeme.dk/">https://afsbeux.systeme.dk/</a> kapitel 1+2 + 9</p> <p>Endvidere indgår artikler, analyser m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne <a href="#">Coop Analyse Coops madOmeter Forbrug - Danmarks Statistik</a></p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 15 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 2</b>	<b>Den interne situation</b>
<b>Indhold</b>	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> Virksomhedskarakteristik Værdikæde BMC Kernekompetencer &amp; KSfer SW-analyse Forretningsmodeller</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: <a href="https://afsbeux.systime.dk/">https://afsbeux.systime.dk/</a> 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 <a href="#">Business Model Canvas dansk</a> <a href="#">Værdikæde og internationalisering</a></p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 3</b>	<b>Den eksterne situation</b>
<b>Indhold</b>	<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: <a href="https://afsbeux.systemtime.dk/">https://afsbeux.systemtime.dk/</a> 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 <a href="#">Porters five forces</a></p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 4</b>	<b>Strategi</b>
<b>Indhold</b>	<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: <a href="https://afsbeux.systime.dk/">https://afsbeux.systime.dk/</a> kapitel 8</p> <p>Endvidere indgår artikler, <a href="#">Amazon kommer - verdens største netbutik   Se online her   DRTV (Porters Generiske Strategi (youtube.com))</a> <a href="#">Ansoff vækstmatrice (youtube.com)</a> m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne</p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints:</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 75 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 5</b>	<b>Segmentering, målgruppevalg og positionering på business-to-consumer markedet</b>
<b>Indhold</b>	<p>Emne har følgende kernestof, litteratur og præsentationsmateriale:</p> <p><u>Kernestof:</u> Segmenteringsprocessen Livsstilsanalyser Positionering <u>Anvendt litteratur:</u> Online bog: <a href="https://afsbeux.systime.dk/">https://afsbeux.systime.dk/</a> kapitel 10 <a href="#">Segmentering 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering (B)   Marketing – en grundbog i afsætning</a> kapitel 11</p> <p>Endvidere, YouTube film m.v. som en naturlig del af undervisningen og som skal supplere kernestofområderne <a href="#">Home Page</a> (Gallup Kompas) <a href="#">De 9 conzoom grupper &amp; 39 conzoom typer</a> <a href="#">Opgaver og cases til kapitel 11   Marketing – en grundbog i afsætning</a></p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 65 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 6</b>	<b>Marketing mix på business-to-consumer markedet</b>
<b>Indhold</b>	<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: <a href="https://afsbeux.systime.dk/">https://afsbeux.systime.dk/</a> kapitel 11 – 16 <a href="#">Stories for millioner: Sæson 1 – Autenticitet sælger   DRTV</a> (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>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 60 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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

<b>Emne 7</b>	<b>Det afsluttende undervisningsforløb</b>
<b>Indhold</b>	<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 <a href="#">Afsætning i grundforløbet   Marketing – en grundbog i afsætning</a> <a href="#">Forside   Afsætning B til EUX</a></p> <p><u>Præsentationsmateriale:</u> Egne PowerPoints</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid = 35 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Forløbet danner endvidere grundlag for perspektivering til den mundtlige eksamen i faget.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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](#)