

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|---|
| Termin | Termin hvor undervisningen afsluttes: Sommer 2017 |
| Institution | Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning niveau A |
| Lærer(e) | Mette Wiege |
| Hold | 1a |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|----------------|---|
| Titel 1 | Virksomhedens interne forhold |
| Titel 2 | Virksomhedens omverden |
| Titel 3 | Virksomhedens efterspørgselsforhold |
| Titel 4 | Virksomhedens konkurrence |
| Titel 5 | Virksomhedens metode |
| Titel 6 | Studieområdets del 1 (SO 1) |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

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

[Retur til forside](#)

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 1 | Virksomhedens interne forhold. |
| Indhold | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 1, 2, 4).</p> <p>Eleverne skal som optakt til/præsentation af faget få en forståelse for, hvorfor ”afsætning” er et fag af stor betydning for virksomhederne i dag. Dette illustreres i et tidsperspektiv ved præsentation af ”koncepterne”.</p> <p>Formålet med forløbet er herefter at introducere eleverne for de teorier, der kan anvendes til analyse af virksomhedens interne forhold. På baggrund af en analyse af virksomhedens interne forhold skal de kunne vurdere virksomhedens kernekompetencer (og siden anvende denne viden ved valg af strategier).</p> <p>Eleverne skal endvidere blive bevidstgjort om, at der i en virksomhed arbejdes på 3 niveauer (strategisk, taktisk og operativt niveau).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opnå kendskab til markedsføringskonceptet. • Få viden om virksomhedens strategiske, taktiske og operative niveauer. • Analysere en virksomheds interne forhold til at vurdere kernekompetencer. • Opnå kendskab til afsætningsøkonomisk teori – og anvende teorierne i en virkelighedsnær kontekst. • Fremme evnen til at arbejde selvstændigt og helhedsorienteret med afsætningsøkonomiske problemstillinger. • Styrke evnen til at analysere relevante informationer. |
| Omfang | Anvendt uddannelsestid: August-september. |
| Særlige fokus-punkter | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 1, 2, 4).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedsføring set i et tidsperspektiv (koncepterne). • Styringsniveauer i en virksomhed. • SWOT-analyse, muligheds-/trusselsmatrix, TOWS-analyse. • Udvidet værdikæde og SCM. • Produktlivscyklus (PLC). • Porteføljemodeller (Boston). |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Elementprincippet/deduktiv undervisning anvendes i starten af forløbet, idet eleverne præsenteres for de relevante modeller og afprøver deres relevans i forbindelse med mindre, afgrænsede opgaver – enten individuelt eller i grupper. Dermed får de en forståelse for, at teorierne kan bruges i en større sammenhæng (helhedsprincippet).</p> <p>Målet med, at eleverne skriver en individuel rapport er, at de allerede på et tidligt tidspunkt i forløbet skal blive bevidste om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At den skriftlige dimension i faget ”Afsætning A” er væsentlig. • At faget ”Afsætning A” kræver en ”solid” arbejdsindsats. • Lærerforedrag/klasseundervisning. • Samtaleundervisning. |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver).• Individuelt arbejde (i forbindelse med skrivning af rapport).• Word (til rapportskrivning).• Informationssøgning på bl.a. skoda.emu.dk. |
|--|--|

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 2 | Virksomhedens omverden. |
| Indhold | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 5).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodellen. • Formålet med forløbet er, at eleverne får en forståelse for, at de strategier, en virksomhed benytter, bør vælges ud fra en analyse af både interne og eksterne forhold. Omverdensmodellen inddrages derfor. |
| Omfang | Anvendt uddannelsestid: Oktober. |
| Særlige fokus-punkter | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodellen. |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Som i første forløb (interne forhold) planlægges en del af undervisningen ud fra det deduktive princip, idet nogle af modellerne/teoriene først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til hver af teoriene. For at få progression i forhold til 1. undervisningsforløb, bliver eleverne dog også – for nogle af emnernes vedkommende – bedt om selv at læse om teoriene uden forudgående gennemgang/præsentation. De laver forståelses- og analyseopgaver, som bruges som oplæg til efterfølgende samtale på klassen/i mindre grupper.</p> <p>Via rapportskrivningen konfronteres eleverne med ”virkeligheden” i danske virksomheder – og skal sætte denne ”virkelighed” i relation til de gennemgængede teorier. Dette er i tråd med det induktive princip, hvor man går fra praksis til teori (teorien er dog her kendt på forhånd).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lærereforedrag/klasseundervisning. - Samtaleundervisning. - individuelt/par/gruppearbejde i forbindelse med mindre opgaver og rapportskrivning. <ul style="list-style-type: none"> • Word (til rapportskrivning). • Informationssøgning på bl.a. skoda.emu.dk og virksomheders hjemmesider. |

[Retur til forside](#)

| | |
|-----------------------------|---|
| Titel 3 | Virksomhedens efterspørgselsforhold. |
| Indhold | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 6-10).</p> <p><i>Eleverne skal kunne vurdere og perspektivere købsadfærden på konsument- og producentmarkedet og anvende viden om denne ved tilrettelæggelse af virksomhedens strategi.</i></p> <p>Det betyder, at eleverne skal kunne forklare og tage stilling til sammenhængen mellem købsadfærden og virksomhedens valg af strategier med vægt på produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.</p> <p>Med udgangspunkt i en analyse af købsadfærden skal eleverne kunne vurdere, hvordan virksomheden kan anvende denne viden til valg af målgruppe samt fastlæggelse af virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.</p> <p><i>Eleverne skal kunne gennemføre markedsvalg og segmentering samt vurdere virksomhedens valg af målgrupper.</i></p> <p>Det betyder, at eleverne skal kunne identificere og vurdere kriterier for valg af marked.</p> <p>Dette kræver viden om de forskellige markedsudvælgelsesmetoder.</p> <p>Endvidere betyder det, at eleverne skal kunne gennemføre en segmentering af virksomhedens markeder nationalt og på baggrund heraf foretage begrundet valg af målgrupper. I forlængelse heraf skal eleverne kunne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi og positionering.</p> |
| Omfang | Anvendt uddannelsestid: November – marts. |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none"> • Konsument kontra producentmarkedet • Købsadfærd på konsumentmarkedet • SOR modellen – herunder behov & købemotiver • Købscenter • Købsadfærdstype • Beslutningsproces • Købsadfærd på producentmarkedet • Delmarkeder – karakteristika • Købstyper • Købscenter • Beslutningsproces • Segmenteringsprocessen • Segmenteringskriterier på konsumentmarkedet • Segmenteringskriterier på producentmarkedet • Målgruppevalg • Målgruppestrategi • Differentiering • Positionering. |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Væsentligste arbejdsformer | Lærereforedrag/klasseundervisning. Samtaleundervisning. Gruppearbejde. Individuelt arbejde. Projekt- og casearbejde. |
|-----------------------------------|--|

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 4 | Virksomhedens konkurrence. |
| Indhold | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 11).</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artikler/hjemmesider om danske virksomheder og brancher. <p><i>Eleverne skal selvstændigt kunne inddrage teorier og modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et givent marked.</i></p> <p>Det betyder, at eleverne skal have indsigt i relevante konkurrenceteorier og kunne argumentere for valg af model. Det kræver viden om de mekanismer, der skaber og påvirker konkurrenceforholdene. Eleverne skal kunne definere virksomhedens marked og identificere og vurdere konkurrenter samt vurdere, hvilke forhold der påvirker virksomheden og branchen.</p> |
| Omfang | Anvendt uddannelsestid: Marts – april. |
| Særlige fokuspunkter | <p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrencebegrebet. • Brancheanalyse. • Konkurrentanalyse. |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>En del af undervisningen ud fra det deduktive princip, idet nogle af modellerne/teoriene først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til hver af teoriene.</p> <p>De laver forståelses- og analyseopgaver i caseform, som bruges som oplæg til efterfølgende samtale på klassen/i mindre grupper. Derved inddrages dialogbaserede og problemarbejdende former.</p> <p>Forløbet afsluttes med en skriftlig individuel opgave.</p> <p>Via opgaveskrivningen konfronteres eleverne med ”virkeligheden” i danske virksomheder – og skal sætte denne ”virkelighed” i relation til de gennemgåede teorier. Dette er i tråd med det induktive princip, hvor man går fra praksis til teori (teorien er dog her kendt på forhånd).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lærerforedrag/klasseundervisning. • Samtaleundervisning. • Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver). • Individuelt arbejde (i forbindelse med skrivning af opgave). |

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

[Retur til forside](#)

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 5 | Virksomhedens metode. |
| Indhold | Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof. Kernestof: Trojka, Afsætning A Bind 1, kap. 3. Supplerende med aktuelle artikler fra aviser og fagblade. |
| Omfang | Anvendt uddannelsestid: Maj. |
| Særlige fokuspunkter | Kompetencer, læreplanens mål, progression. <i>Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne forhold.</i> Informationsindsamling skal udgøre fundamentet emneområderne Inden for afsætning, idet eleverne skal kunne analysere og vurdere informationer om virksomheden og dens omverden og anvende denne viden som beslutningsgrundlag i virksomheden. Viden om informationsindsamling: <ul style="list-style-type: none"> • Overordnet viden om indsamlingsmetoder • Anvende de forskellige indsamlingsmetoder • Analysere og vurdere informationer om virksomheden • Vurdere informationers validitet (kildekritik) • Præsentere markedsanalyse (konklusioner) vha. it-værktøjer. Disse kompetencer skal danne baggrund for ”Virksomhedens strategiarbejde”. Kompetencer: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problemløsningskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk Redskabskompetence Økonomisk Databehandlingskompetence. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning/projektarbejdsform/skriftligt arbejde. Klasseundervisning. Gruppearbejde. Fremlæggelser gruppevis. |

[Retur til forside](#)

| | |
|---|--|
| Titel | Studieområdets del 1 (SO 1) Virksomhedsøkonomi, Afsætning og Matematik. |
| Faglige Kompetencemål | <p>Eleverne skal inden for det erhvervsøkonomiske område kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redegøre for virksomhedens samspil med omverdenen. • Anvende viden om virksomhedens branche- og markedsforhold til at diskutere og vurdere virksomhedens strategiske muligheder. • Redegøre for problemstillinger i forbindelse med etablering af en virksomhed. • Anvende viden om en virksomheds organisatoriske forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens udviklingsmuligheder. • Anvende viden om en virksomheds afsætningsmæssige forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens parameterfastsættelse • Anvende viden om virksomhedens økonomiske forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens målopfyldelse. • Redegøre for historiske innovationer af samfundsmæssig betydning samt demonstrere praktisk indsigt i innovative processer og metoder til idégenerering. |
| <p>Særfagligt indhold</p> <p>Virksomhedsøkonomi</p> <p>Afsætning</p> <p>Matematik</p> | <p>Følgende emner forudsættes afsluttet inden projektugen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hvad er en virksomhed? • Pris, omkostninger, budgettering. • Din personlige situation. • Forretningsplanen. • Innovation, Virksomhedens struktur og ledelse. • Virksomhedens omverden. • Virksomhedens strategiske planlægning. • Virksomhedens segmentering og målgruppevalg. • Virksomhedens parametermix. • Simple matematisk analyse af et givet datamateriale. • Lineære funktioner og andengradsfunktioner anvendes som omkostningsfunktion, brutto og nettofortjeneste. • Der udarbejdes grafer og begreberne nulpunkter, maksimum og minimum anvendes i en erhvervsøkonomisk sammenhæng. |
| Didaktik / arbejdsform | <ul style="list-style-type: none"> • Gruppearbejde med den stillede opgave. • Underviserne fungerer som vejledere. |
| IT | Der udarbejdes en powerpoint-præsentation. Excel anvendes til beregninger. |
| Evaluering | <ul style="list-style-type: none"> • Rapport. |

| | |
|---------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Eleverne fremlægger vha. powerpoint-præsentationen og cue-cards deres virksomhed for forældre og lærere. |
| Materiale til Portefølje | <ul style="list-style-type: none">• Rapporten.• Besvarelse af matematikdelen.• Powerpoint-præsentationen. |
| Rettearbejde | <ul style="list-style-type: none">• Matematik – 20 min.• Virksomhedsøkonomi – 20min.• Afsætning – 20 min. |