

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Sommer 2019
Institution	Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning niveau A/B
Lærer(e)	Anne Hedegaard Andresen
Hold	Hhx2021 1B

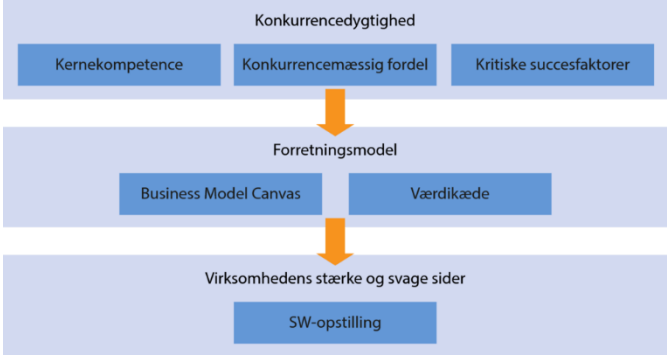
Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Interne situation/forhold
Titel 2	Eksterne situation/forhold
Titel 3	Virksomhedens strategi

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Interne situation/forhold
Indhold	<p>Marketing, Systime.dk (læreplan 2017) Afsætning A bog, Trojka, bind 1: udgave 4</p> <p>I forhold til dette forløb er der tages udgangspunkt i følgende figur for at eleverne får en holistisk tankegang ift. at analysere virksomheders interne situation/forhold + den strategiske tankegang bag analysen af den interne situation (Her tænkes der ift. SW-opstilling + 2g erhvervs-case)</p>

	
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Værdikæder – udvidet værdikæde, forenklet værdikæde for en produktionsvirksomhed, handelsvirksomhed og servicevirksomhed kombineret med de sekundære aktiviteter fra den udvidet værdikæde • Virksomhedens kernekompetence og konkurrencemæssige fordele i forbindelse med værdikæden • Business Model Canvas – forretningsmodel • SW-opstilling
Væsentligste arbejdsformer	<p>Eleverne har trænet i at bruge modellerne til at analysere virksomhedens interne forhold igennem en værdikædeanalyse og herpå kunne bestemme virksomhedens kernekompetencer, samt forretningsmodeller. Analyserne kan føre til SW – den interne del af SWOT-analysen.</p> <p>Eleverne arbejdet med cases som Starbucks, Arla, AirBnB, Stryhn A/S</p> <p>Væsentlige arbejdsformer anvendt ift. dette forløb:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Klassedialog • Dataindsamling • Individuelt arbejde i form af aflevering • Power points • Gruppearbejde • Case arbejde

[Retur til forsiden](#)

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

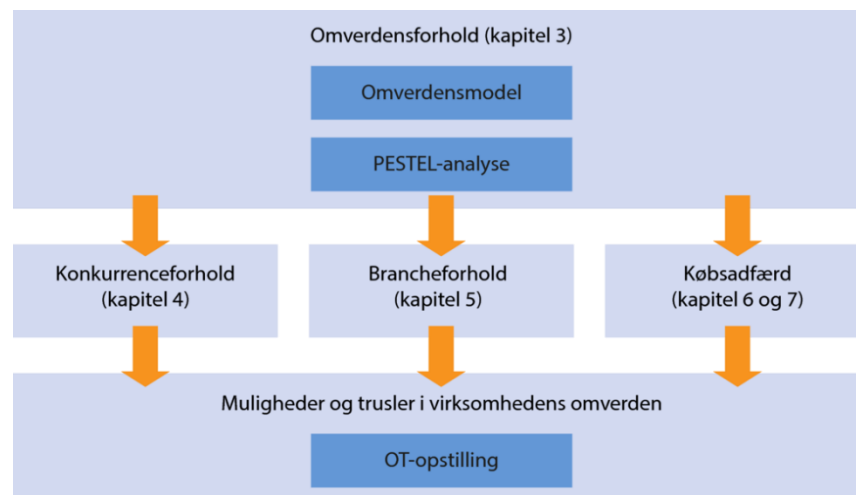
[Retur til forsiden](#)

Titel 1	Interne situation/forhold
Indhold	Marketing, Systime.dk (læreplan 2017)

Afsætning A bog, Trojka, bind 1: udgave 4

I forhold til dette forløb er der tages udgangspunkt i følgende figur for at eleverne får en holistisk tankegang ift. at analysere virksomheders eksterne situation/forhold + den strategiske tankegang bag analysen af den eksterne situation (Her tænkes der ift. OT opstilling + 2g erhvervs-case)

Mere specifikt er kapitel 4 – 7 blevet inddraget som en del under virksomhedens eksterne forhold for, at eleverne får den holistiske tilgang til at, når man kigger på virksomhedens eksterne forhold, så kigger man også på konkurrenter, købsadfærd og branchen generelt. Disse forhold er desuden også en del af analysen af virksomhedens omverden – så derfor er de bevidst blevet inddraget under denne del også. Så eleverne derved forstår at teorierne hænger sammen og deres relation til hinanden.



Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 3: Virksomhedens eksterne situation: PESTEL, Omverdensanalyse • Kapitel 4: Konkurrenceforhold • Kapitel 5: Brancheforhold • Kapitel 6: Købsadfærd på producent og konsument • OT-opstilling (Kapitel 3)
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne har trænet i at bruger modellerne til at analysere virksomhedens eksterne forhold igennem en omverdensanalyse eller PESTEL-analyse. Hermed har eleverne senere i forløbet kunne inddrage teorierne fra købsadfærd, konkurrenter og brancheforhold i deres analyser af virksomhedens omverden eller PESTEL-analyse.

	<p>Eleverne er desuden blevet gjort opmærksomme på, at en PESTEL-analyse og omverdensmodellen er to sider af samme sag, dog med forskellige fokus. Så eleverne må gerne lave en PESTEL-analyse for at analysere virksomhedens eksterne forhold, men der skal de kombinere den med en analyse af branchen og målgruppen.</p> <p>Eleverne er desuden blevet trænet i at omverdensmodellen indeholder alle elementerne fra de overstående kapitler, og kan bruges som en holistisk model til at integrere alle aspekterne i forhold til at analysere en virksomheds eksterne forhold, og derud fra at opstille en OT – som en del af en SWOT:</p> <p>Eleverne arbejdet med cases som Johan Bülow, Isenkræmmer branchen, kosmetikbranchen, Søstrene Grene i forbindelse med købsadfærd</p> <p>Væsentlige arbejdsformer anvendt ift. dette forløb:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Klassesdialog • Induktivt arbejde – 2 og 2 i forbindelse med gennemgang af købsadfærd på producentmarked • Dataindsamling • Rundefremlæggelser i grupper omkring PESTEL-analyse med Johan Bülow som case • Gruppeaflevering • Power points • Gruppearbejde i forbindelse med gennemgang af strategier i forhold til konkurrencemæssige position: Coca cola, Harboe, Pepsi og Hancock cola • Case arbejde
--	---

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Strategi
Indhold	<p>Marketing, Systime.dk (læreplan 2017) Afsætning A bog, Trojka, bind 1: udgave 4</p> <p>Eleverne har her taget afsæt i kapitel 8: Strategi – men har kun nået SWOT og TOWS</p>
Omfang	Anvendt undervisningstid

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT – interne og eksterne forhold • TOWS – strategisk planlægning tiltag ud fra virksomheders SWOT
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Eleverne har her fået en grafisk illustration omkring, hvad en SWOT-opstilling bygger på. Forklaringen af en SWOT har taget udgangspunkt i de to tidligere forløb: <i>Virksomhedens interne situation og virksomhedens eksterne situation</i>.</p> <p>Her har eleverne fået en forståelse af, at en SWOT er udarbejdet ud fra en analyse af virksomhedens interne situation (værdikæde, BMC, kernemæssige fordele og kernekompetencer) og virksomhedens eksterne situation (omverdensmodellen, PESTEL-analyse, konkurrenceforhold, brancheforhold og købsadfærd)</p> <p>Eleverne har derefter arbejdet med IKEA som case. Her skulle de selv indsamle data omkring virksomheden i forbindelse med at udarbejde en SWOT-opstilling.</p> <p>På baggrund af SWOT-opstilling har eleverne arbejdet med TOWS-opstilling, som viser mulige strategiske tiltag i forhold til deres interne og eksterne situation.</p> <p>Her har eleverne derefter ud fra den fælles SWOT – udarbejdet en TOWS - opstilling for IKEA, og derved fundet mulige strategiske tiltag i forhold til SO, WO, ST og WT</p> <p>Andre væsentlige arbejdsformer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klasseundervisning • Gruppearbejde • Klassedialog • Klasse gennemgang ved at skrive på tavlen

[Retur til forside](#)