

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

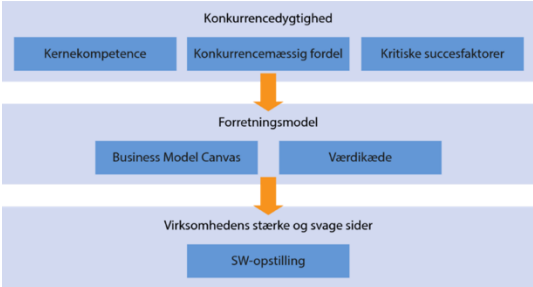
Termin	Juni 2020
Institution	Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Mia Møballe Oesen
Hold	2019hh1c

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Interne situation/forhold
Titel 2	Eksterne situation/forhold (<i>Enkelte områder er sket i perioden med COVID-19 nødundervisning</i>)

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

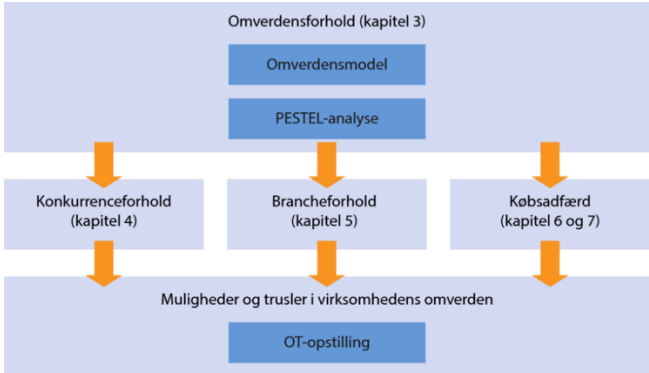
[Retur til forside](#)

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 opnår 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"> • Virksomhedskarakteristik • 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 arbejdet med forretningsmodeller. Analyserne kan føre til SW – den interne del af SWOT-analysen.</p> <p>Eleverne arbejdet med cases som Starbucks, Arla, Miinto</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 forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 2	Eksterne 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 opnår 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)</p> <p>Mere specifikt er kapitel 3 – 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.</p> 
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Kapitel 3: Virksomhedens eksterne situation: PESTEL, Omverdensanalyse og OT-opstilling • Kapitel 4: Konkurrenceforhold • Kapitel 5: Brancheforhold (<i>Nødundervisning COVID-19</i>) • Kapitel 6+7: Købsadfærd på producent og konsument (<i>Nødundervisning COVID-19</i>)
Væsentligste arbejdsformer	<p>Eleverne har trænet i at bruge 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.

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:

Eleverne arbejdet med opgaver og cases som Toms Gruppen, Johan Bülow, Fast-food markedet og Only play.

Væsentlige arbejdsformer anvendt ift. dette forløb:

- Klasseundervisning
- Klassesdialog
- Dataindsamling
- Rundefremfølgelser enkeltvis om de forskellige opgaver, som er udarbejdet enkeltvis eller som grupper
- Gruppeaflevering
- Power points
- Grupperarbejde i forbindelse med gennemgang af strategier i forhold til konkurrencemæssige position: Bilmarkedet
- Case arbejde

[Retur til forside](#)