

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj-juni 2017
Institution	Tønder Handelsgymnasium og Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Anne Hedegaard Andresen
Hold	1D

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomheden som begreb
Titel 2	Virksomhedens interne forhold
Titel 3	Virksomhedens makroforhold
Titel 4	Virksomhedens efterspørgsel
Titel 5	Virksomhedens udbud

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Virksomheden som begreb
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof Trojka, Afsætning A Bind 1, kap. 1 & 2 Generelt om virksomheder fra den afsætningsøkonomiske vikling Redegøre og analysere forskellige typer af virksomheder, samt forklare virksomhedskoncepter

Omfang	Anvendt uddannelsestid August
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression <i>Eleverne skal kunne redegøre og analysere for de forskellige virksomhedstyper, samt vurderer virksomhedskoncepter.</i>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde Klasseundervisning Gruppearbejde Fremlæggelser både gruppevis og enkeltvis

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 3	Virksomhedens Makroforhold
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: September
Særlige fokuspunkter	<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/teorierne først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til hver af teorierne. For at få progression i forhold til 1. undervisningsforløb, bliver eleverne dog også – for nogle af emnernes vedkommende – bedt om selv at læse om teorierne uden forudgående gennemgang/præsentation. De laver forståelses- og analyseopgaver, som bruges som oplæg til efterfølgende samtale på klassen/i mindre grupper.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lærerforedrag/klasseundervisning - samtaleundervisning - individuelt/par/gruppearbejde i forbindelse med mindre opgaver og rapportskrivning

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Virksomhedens efterspørgsel
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. Endvidere betyder det, at eleverne skal kunne gennemføre en segmentering af virksomhedens markeder, såvel nationalt som internationalt og på baggrund heraf foretage begrundet valg af målgrupper. I forlængelse heraf skal eleverne kunne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi og positionering.</p>
<p>Omfang</p>	<p>Anvendt uddannelsestid Oktober – januar</p>
<p>Særlige fokuspunkter</p>	<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
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde</p> <p>Klasseundervisning Selvstændigt arbejde med fremlæggelse Skriftligt arbejde – aflevering Fremlæggelser</p>

--	--

[Retur til forside](#)

Titel 5	Virksomhedens udbud
Indhold	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 11-12)</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artikler/hjemmesider om danske virksomheder og brancher • Brancheanalyser <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. Endvidere skal eleverne kunne vurdere virksomhedens konkurrencemæssige position samt sætte denne i relation til virksomhedens strategi.</p>
Omfang	Februar - marts
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrencebegrebet • Brancheanalyse • Konkurrentanalyse • Konkurrencemæssige positioner
Væsentligste arbejdsformer	<p>En del af undervisningen ud fra det deduktive princip, idet nogle af modellerne/teorierne først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til hver af teorierne. De laver forståelses- og analyseopgaver, som bruges som oplæg til efterfølgende samtale på klassen/i mindre grupper. Derved inddrages dialogbaserede og problemarbejdende former.</p> <p>Forløbet blev afsluttet med en aflevering, samt en tværgående opgave med søstrene grene</p> <p>Denne gang har eleverne mulighed for at vælge, om de vil skrive rapporten individuelt/parvis/gruppevis</p>

	<p>Via rapportskrivningen 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 rapport)
--	---