

Titel 1	Konkurrencemæssige positioner.
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof. Kernestof: Trojka, Afsætning A Bind 1, kap. 12. Supplerende: Løbende supplerings med aktuelle artikler mv.
Omfang	Anvendt uddannelsestid: August
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression. Eleverne skal kunne vurdere virksomhedens konkurrencemæssige position samt sætte denne i relation til virksomhedens strategi. Kompetencer: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problembehandlingskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk Redskabskompetence Økonomisk Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/skriftligt arbejde/gruppearbejde / fremlæggelser.

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

[Retur til forside](#)

Titel 2	Virksomhedens strategiske planlægning.
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof. Kernestof: Trojka, Afsætning A Bind 1, kap. 13. Supplerende: Løbende supplerings med aktuelle artikler mv.
Omfang	Anvendt uddannelsestid: Oktober - november
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression. Eleverne skal kunne identificere, analysere og anvende forskellige virksomhedsstrategier med henblik på at kunne fastlægge en virksomheds strategiske muligheder og på baggrund heraf fremadrettet strategivalg. Kompetencer: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problembehandlingskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk Redskabskompetence Økonomisk Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/skriftligt arbejde/gruppearbejde / fremlæggelser.

[Retur til forside](#)

Titel 3	Virksomhedens samlede parametermix.
Indhold	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 2). Eleverne skal kunne fastlægge virksomhedens samlede parametermix på baggrund af virksomhedens interne og eksterne forhold. På baggrund heraf skal eleverne kunne lave en markedsføringsplan for virksomheden, det vil sige, eleverne skal være i stand til at kunne overskue en virksomhed i alle dens facetter.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedens samlede parametermix
Omfang	Anvendt uddannelsestid: September + december-marts
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A, Trojka bind 2, kap. 14-17.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koordineret parametermix • Markedsføringsplanens generelle indhold
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. For at få progression i forhold til 1. år 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. Derved inddrages dialogbaserede og problemløsende former.</p> <p>Der er benyttet diverse artikler med relation til emnet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lærerforedrag/klasseundervisning • Samtaleundervisning • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet <p>I forbindelse med emnet promotion har eleverne arbejdet med et projekt, der handlede om unges anvendelse af e-boks/borger.dk, hvor de skulle udarbejde forslag til en promotionskampagne for Tønder Kommune.</p>