

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj-juni 2017
<b>Institution</b>	Tønder Handelsgymnasium og Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Bo Børsen Hansen
<b>Hold</b>	2B

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens metode og strategiske planlægning
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
<b>Titel 3</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>***</b>	***

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens metode og strategiske planlægning
<b>Indhold</b>	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof Trojka, Afsætning A Bind 1, kap. 3 &amp; 13</p> <p>Supplerende Løbende supplerer med aktuelle artikler fra aviser og fagblade.</p>
<b>Omfang</b>	<p>Anvendt uddannelsestid August-september</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p><i>Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne forhold.</i></p> <p>Informationsindsamling skal udgøre fundamentet emneområderne indenfor afsætning, idet eleverne skal kunne analysere og vurdere informationer om virksomheden og dens omverden og anvende denne viden som beslutningsgrundlag i virksomheden.</p> <p>Viden om informationsindsamling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Overordnet viden om indsamlingsmetoder</li> <li>• Anvende de forskellige indsamlingsmetoder</li> <li>• Analysere og vurdere informationer om virksomheden</li> <li>• Vurdere informations validitet (kildekritik)</li> <li>• Præsentere markedsanalyse (konklusioner) vha. it-værktøjer</li> </ul> <p>Disse kompetencer skal danne baggrund for ”Virksomhedens strategiarbejde”</p> <p>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.</p>

	<p>Kompetencer: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problembehandlingskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk Redskabskompetence Økonomisk Databehandlingskompetence</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde</p> <p>Klasseundervisning Gruppearbejde Fremlæggelser både gruppevis og enkeltvis</p>

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 2)</p> <p>Eleverne skal kunne fastlægge virksomhedens samlede parametermix på baggrund af virksomhedens interne og eksterne forhold.</p> <p>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"> <li>• Virksomhedens samlede parametermix</li> <li>• Virksomhedens markedsføringsplan</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid: Oktober-februar
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Afsætning A, Trojka bind 2, kap. 14-17.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordineret parametermix</li> <li>• Markedsføringsplanens generelle indhold</li> <li>• Oplæg ved Lars Laursen om virtuel markedsføring samt filmprojekt</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<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"> <li>• Lærerforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning</li> <li>• Individuelt arbejde</li> <li>• Word</li> <li>• PowerPoint til præsentation</li> <li>• Informationssøgning på internettet</li> </ul>

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof: Trojka, Afsætning A, bind 2, kap. 18</p> <p>Supplerende stof Avisartikler af internationalt tilsnit</p>
<b>Omfang</b>	<p>Anvendt uddannelsestid Marts-april</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Mål: Eleverne skal kunne identificere baggrunde og motiver for virksomhedens internationalisering samt analysere virksomhedens internationaliseringsproces med brug af relevante modeller</p> <p>Kompetencer: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problembehandlingskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk kommunikationskompetence</p> <p>Progression: Undervisningen tilrettelægges således, at der gås fra lærerstyret til elevansvars-baseret indlæring</p>

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde  Klasseundervisning Selvstændigt arbejde med fremlæggelse Skriftligt arbejde Elevbaseret erfaringsmateriale

[Retur til forside](#)