



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 121
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	5737
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer	Bo Børsen Hansen (BB)
Hold	2020hh2b

Forløbsoversigt (8)

Forløb 1	Repetition + casearbejde
Forløb 2	Vækst- og konkurrencestrategier
Forløb 3	Projekt om digitale strategier
Forløb 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 5	Marketingmixet - nationalt
Forløb 6	Repetition + casearbejde
Forløb 7	Vækst- og konkurrencestrategier
Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering

Forløb 1: Repetition + casearbejde

Forløb 1	Repetition + casearbejde
Indhold	Repetition af 1. g Casearbejde med virksomheden Too Good To Go
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	Spørgsmål og svar. Gruppearbejde om case med fremlæggelse for læreren.

Forløb 2: Vækst- og konkurrencestrategier

Forløb 2	Vækst- og konkurrencestrategier
Indhold	Kapitel 8 - Strategi Kapitel 10 - Strategiske alliancer (afsnit 10.1 - Vækststrategier og 10.2 Blue Ocean-strategi)
Omfang	18 lektioner / 13.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser

Forløb 3: Projekt om digitale strategier

Forløb 3	Projekt om digitale strategier
----------	--------------------------------

<p>Indhold (1/2)</p>	<p>Pensum: Birte Ravn Østegaard m.fl. Marketing E-bog Kapo. 10 afsnit 10.4 og 10.5</p> <p>Forløb omkring digitale strategier</p> <p>Forløbet tager udgangspunkt i en af de forskellige virksomheder nedenfor, og undringsspørgsmålet er:</p> <p>Hvordan har case-virksomheden inkorporeret digitale strategier i deres virksomhed, og hvad er deres fremtidige strategiske muligheder/trusler?</p> <p>Formål Formålet med forløbet er, at I skal arbejde med jeres evner til faglige fordybelse og forståelse for teoretisk viden som I derved kan bruge som redskab til at analysere virkelighedsnære forhold.</p> <p>Endvidere trænes jeres evner inden for dataindsamling i form af teori og informationer omkring den valgte virksomhed.</p> <p>Forløbet vil desuden bidrage til jeres opnåelse af globale, innovative, digitale-, karriere- og studiemæssige kompetencer.</p> <p>Indhold/Materiale System- es I-bog: Marketing – en grundbog i afsætning til GF, B- og A-niveau og/eller Trojka: Afsætning B, 4 udgave.</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrencestrategier • Købsadfærd • Omverdensmodellen • Vækststrategier • Digitale strategier <ul style="list-style-type: none"> • Big data • Parametermix <p>Jeres opgaver bliver selv at finde en del supplerende stof ift. til digitale strategier i forbindelse med besvarelsen af forløbet. Endvidere skal I også selv finde informationer omkring jeres valgte case-virksomhed.</p> <p>Metode Arbejdsformer</p> <p>Undervisningen vil primært være gruppearbejde, hvor I arbejder sammen om at besvare problemformuleringen for jeres case-virksomhed.</p> <p>Hvis der ind imellem er problemer med at forstå teorien omkring digitale strategier, kan der være gennemgå ved tavlen, hvor jeg forklarer teorien.</p> <p>Selve opgaven Hvordan har case-virksomheden inkorporeret digitale strategier i deres virksomhed, og hvad er deres fremtidige muligheder/trusler?</p> <p>Som sagt skal I løse overstående problemformulering;</p> <p>Virksomheder I kan vælge i mellem: En virksomhed pr. gruppe (Det vil sige</p>
-----------------------------	---

<p>Indhold (2/2)</p>	<p>6 grupper i alt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matas • Magasin Du Nord • IBM • Nike • Adidas • Lego <p>Arbejdsspørgsmål: (Find selv gerne på flere spørgsmål)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forklar hvad er content marketing (Uddybende og omfattende) • Forklar hvad er sociale medie strategi (Uddybende og omfattende) • Forklar hvad er SEO (Uddybende og omfattende) • Hvad er omnichannel (uddybende og omfattende) • Hvad er digital kundetilpasning? • Hvilken konkurrencestrategi anvender jeres case virksomhed, og passer det sammen med deres online strategi? • Tænk over folks købsadfærd ift. brugen af digitale strategier • Hvordan har jeres case virksomhed anvendt digitale strategier i forhold til deres kunder? Kom her ind på flere forskellige digitale strategier og kom med eksempler – som I kan fremvise i jeres fremlæggelse • Ud fra jeres viden om vækststrategier og jeres nye viden om digitale strategier, kom med ideer og forslag til, hvordan virksomheden kan forbedre/ændre ift. digitale strategier! (Her er det meningen, at I skal inkorporere det, der sker i omverden/digitalt mv.). (Tænk her kreativt – hvad kan de ændre eller gøre anderledes ud fra forbrugeradfærd og omverdenen) • Eventuelt andet! <p>Evaluering</p> <p>I vil løbende vil have en kort samtale med mig i forhold til jeres indsamling af data, forståelse af teori og besvarelse af problemformuleringen.</p> <p>I skal fremlægge jeres besvarelse kun for mig!</p> <p>I vil få mundtlig feedback, og jeres fremlæggelse tæller med i jeres standpunktskarakter.</p>
<p>Omfang</p>	<p>4 lektioner / 3 timer</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	

Forløb 4: Segmentering, målgruppevalg og positionering

Forløb 4	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kapitel 11 - Segmentering, målgruppevalg og positionering Kapitel 13 - Segmentering på producentmarkedet
Omfang	22 lektioner / 16.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser

Forløb 5: Marketingmixet - nationalt

Forløb 5	Marketingmixet - nationalt
Indhold	Kapitel 14 - Marketingmix Kapitel 15 - Produkt Kapitel 16 - Serviceydelser Kapitel 18 - Pris Kapitel 20 - Distribution Kapitel 22 - Promotion
Omfang	42 lektioner / 31.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser VIGTIGT: UNDERVISNING FOREGÅET PÅ TEAMS VIRTUELT INDTIL CA. 15.3.

Forløb 6: Repetition + casearbejde

Forløb 6	Repetition + casearbejde
Indhold	Repetition af 1. g Casearbejde med virksomheden Too Good To Go
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	Spørgsmål og svar. Gruppearbejde om case med fremlæggelse for læreren.

Forløb 7: Vækst- og konkurrencestrategier

Forløb 7	Vækst- og konkurrencestrategier
Indhold	Kapitel 8 - Strategi Kapitel 10 - Strategiske alliancer (afsnit 10.1 - Vækststrategier og 10.2 Blue Ocean-strategi)
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser

Forløb 8: Segmentering, målgruppevalg og positionering

Forløb 8	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Kapitel 11 - Segmentering, målgruppevalg og positionering Kapitel 13 - Segmentering på producentmarkedet
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Afleveringer (gruppevis og enkeltvis) Casearbejde og fremlæggelser