



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Juni 2024
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	5737
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer	Bo Børsen Hansen (BB)
Hold	2023hh3a

Forløbsoversigt (7)

Forløb 1	Metode
Forløb 2	Internationalt parametermix
Forløb 3	Marketingplanen både nationalt og globalt
Forløb 4	Repetition og eksamensprojekt om ditur.dk
Forløb 5	Internationalisering
Forløb 6	International segmentering og målgruppevalg

Forløb 1: Metode

Forløb 1	Metode
Indhold	<p>Birte Ravn Østergaard m.fl: System Marketing, E-bog, kap. 1</p> <p>Informat- ionsindsamling 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">• Overordnet viden om indsamlingsmetoder• Anvende de forskellige indsamlingsmetoder• Analysere og vurdere informationer om virksomheden• Vurdere informationers validitet (kildekritik)• Præsentere markedsanalyse (konklusioner) vha. it-værktøjer <p>Disse kompetencer skal danne baggrund for ”Virksomhedens strategiarbejde”</p> <p>Supplerende stof: Forløb convenience markedsanalyse</p>
Omfang	12 lektioner / 9 timer
Væsentligste arbejdsformer	Oplæg Gruppearbejde Aflevering af projekt om convenience

Forløb 2: Internationalt parametermix

Forløb 3	Internationalt parametermix
Indhold	<p>Birte Ravn Østergaard m.fl. : System Marketing, E-bog, kap. 17,19-21,23,24</p> <p>- segmentering og målgruppevalg internationalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standardiseret eller differentieret internationalt parametermix • Oplæg • Gruppearbejde • Skr. aflevering <p>Segmentering, målgruppevalg og International parametermix</p>
Omfang	64 lektioner / 48 timer
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"> • Lærereforedrag/klasseundervisning • Samtaleundervisning • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet • Studieture til Wegner tårnet og Møbelhuset vedr. aflevering om Carl Hansen & Søn • Studietur og opgave om Ribe Bryghus

Forløb 3: Marketingplanen både nationalt og globalt

Forløb 4	Marketingplanen både nationalt og globalt
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Markedsføringsplanens generelle indhold Birte Ravn Østergaard m.fl. : System Marketing, E-bog, kap 25 Gennemgang. Eksamensprojekt omditur.dk
Omfang	8 lektioner / 6 timer
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde Cases

Forløb 4: Repetition og eksamensprojekt om ditur.dk

Forløb 4	Repetition og eksamensprojekt om ditur.dk
Indhold	<p>Kompetencer, læreplanens mål</p> <p>Mål: Eleverne skal kunne identificere samt analysere virksomhedens problemstillinger og efterfølgende udarbejde løsningsforslag til disse, ved brug af relevante teorier og modeller.</p> <p>I forhold til at dette er et eksamensprojekt, sættes alle kompetencer i spil: Økonomisk Tankegangskompetence Økonomisk Modelleringskompetencer Økonomisk Problembehandlingskompetence Økonomisk Ræsonnementskompetence Økonomisk kommunikationskompetence</p> <p>Supplerende stof: Afsætning Eksamensprojekt 2021 3</p>
Omfang	18 lektioner / 13.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde</p> <p>Klasseundervisning Selvstændigt arbejde med fremlæggelse Skriftligt arbejde – udarbejdelse af rapport. Elevbaseret erfaringsmateriale</p>

Forløb 5: Internationalisering

Forløb 5	Internationalisering
Indhold	<ul style="list-style-type: none">• Birte Ravn Østergaard m.fl. : System Marketing, E-bog, kap 9 Eleverne skal kunne analysere virksomhedens eksportmotiver og globaliserings-modeller samt kunne gennemføre et markedsvalg på baggrund af forskellige markedsudvælgelsesmetoder <ul style="list-style-type: none">• Markedsudvælgelsesmetoder• Virksomhedens internationalisering
Omfang	10 lektioner
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• Power point præsentation• Informationssøgning på internettet

Forløb 6: International segmentering og målgruppevalg

Forløb 6	International segmentering og målgruppevalg
Indhold	Repetition af national segmentering og målgruppevalg International segmentering og målgruppevalg. Trojka praxis On line kap. 32
Omfang	6 lektioner
Væsentligste arbejdsformer	Der er benyttet diverse artikler med relation til emnet. <ul style="list-style-type: none">• Lærerforedrag/klasseundervisning• Samtaleundervisning• Gruppeundervisning• Individuelt arbejde• Word• Power point præsentation