



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 1,2,4)</p> <p>Eleverne skal som optakt til/præsentation af faget få en forståelse for, hvorfor ”afsætning” er et fag af stor betydning for virksomhederne i dag. Dette illustreres i et tidsperspektiv ved præsentation af ”koncepterne”.</p> <p>Formålet med forløbet er herefter at introducere eleverne for de teorier, der kan anvendes til analyse af virksomhedens interne forhold. På baggrund af en analyse af virksomhedens interne forhold skal de kunne vurdere virksomhedens kernekompetencer (og siden anvende denne viden ved valg af strategier).</p> <p>Eleverne skal endvidere blive bevidstgjort om, at der i en virksomhed arbejdes på 3 niveauer (strategisk, taktisk og operativt niveau).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opnå kendskab til markedsføringskonceptet</li> <li>• Få viden om virksomhedens strategiske, taktiske og operative niveauer</li> <li>• analysere en virksomheds interne forhold til at vurdere kernekompetencer</li> <li>• opnå kendskab til afsætningsøkonomisk teori – og anvende teorierne i en virkelighedsnær kontekst</li> <li>• fremme evnen til at arbejde selvstændigt og helhedsorienteret med afsætningsøkonomiske problemstillinger</li> <li>• styrke evnen til at analysere relevante informationer</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Ca. 20 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 1,2,4)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedsføring set i et tidsperspektiv (koncepterne)</li> <li>• Styringsniveauer i en virksomhed</li> <li>• SWOT-analyse, muligheds-/trusselsmatrix, TOWS-analyse</li> <li>• Udvidet værdikæde og SCM</li> <li>• Produktlivscyklus (PLC)</li> <li>• Porteføljemodeller (Boston)</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Elementprincippet/deduktiv undervisning anvendes i starten af forløbet, idet eleverne præsenteres for de relevante modeller og afprøver deres relevans i forbindelse med mindre, afgrænsede opgaver – enten individuelt eller i grupper. Dermed får de en forståelse for, at teorierne kan bruges i en større sammenhæng (helhedsprincippet).</p> <p>Målet med, at eleverne skriver en individuel rapport er, at de allerede på et tidligt tidspunkt i forløbet skal blive bevidste om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• at den skriftlige dimension i faget ”Afsætning A” er væsentlig.</li> <li>• at faget ”Afsætning A” kræver en ”solid” arbejdsindsats.</li> <li>• Lærerforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Individuelt arbejde (i forbindelse med skrivning af rapport)</li><li>• Word (til rapportskrivning)</li><li>• Informationssøgning på skoda.emu.dk</li></ul>
--	--

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Virksomhedens omverden
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omverdensmodellen</li> <li>• 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.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Ca. 5 lektioner
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omverdensmodellen</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Som i første forløb (interne forhold) planlægges 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. undervisningsforløb, 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.</p> <p>Via rapportskrivningen konfronteres eleverne med ”virkeligheden” i danske virksomheder – og skal sætte denne ”virkelighed” i relation til de gennemgængede 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"> <li>- Lærereforedrag/klasseundervisning</li> <li>- samtaleundervisning</li> <li>- individuelt/par/gruppearbejde i forbindelse med mindre opgaver og rapportskrivning</li> <li>• Word (til rapportskrivning)</li> <li>• Informationssøgning på skoda.emu.dk, erhvervbladet.dk, markedsforing.dk og virksomheders hjemmesider</li> </ul>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Virksomhedens efterspørgselsforhold
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Ca. 30 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsument kontra producentmarkedet</li> <li>• Købsadfærd på konsumentmarkedet:</li> <li>• SOR modellen – herunder behov &amp; købemotiver</li> <li>• Købscenter</li> <li>• Købsadfærdstype</li> <li>• Beslutningsproces</li> <li>• Købsadfærd på producentmarkedet</li> <li>• Delmarkeder – karakteristika</li> <li>• Købstyper</li> <li>• Købscenter</li> <li>• Beslutningsproces</li> <li>• Segmenteringsprocessen</li> <li>• Segmenteringskriterier på konsumentmarkedet</li> <li>• Segmenteringskriterier på producentmarkedet</li> <li>• Målgruppevalg</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Målgruppestrategi</li><li>• Differentiering</li><li>• Positionering</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Lærerforedrag/klasseundervisning <ul style="list-style-type: none"><li>• Samtaleundervisning</li><li>• Gruppeundervisning</li><li>• Individuelt arbejde</li></ul>

<b>Titel 4</b>	Virksomhedens konkurrence
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1, kap. 11-12)</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artikler/hjemmesider om danske virksomheder og brancher</li> <li>• Brancheanalyser</li> </ul> <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>
<b>Omfang</b>	Ca. 20 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestof (fra Afsætning A-bog, Trojka, bind 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurrencebegrebet</li> <li>• Brancheanalyse</li> <li>• Konkurrentanalyse</li> <li>• Konkurrencemæssige positioner</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.</p> <p>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>Forløbet afsluttes med en skriftlig rapport.</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"> <li>• Lærerforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver)</li> </ul>

	• Individuelt arbejde (i forbindelse med skrivning af rapport)
--	--

<b>Titel</b>	Studieområdets del 1 (SO 1) Virksomhedsøkonomi, Afsætning og Matematik
<b>Faglige Kompetencemål</b>	<p><b>Eleverne skal inden for det erhvervsøkonomiske område kunne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redegøre for virksomhedens samspil med omverdenen.</li> <li>• Anvende viden om virksomhedens branche- og markedsforhold til at diskutere og vurdere virksomhedens strategiske muligheder.</li> <li>• Redegøre for problemstillinger i forbindelse med etablering af en virksomhed.</li> <li>• Anvende viden om en virksomheds organisatoriske forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens udviklingsmuligheder.</li> <li>• Anvende viden om en virksomheds afsætningsmæssige forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens parameterfastsættelse</li> <li>• Anvende viden om virksomhedens økonomiske forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens målopfyldelse.</li> <li>• Redegøre for historiske innovationer af samfundsmæssig betydning samt demonstrere praktisk indsigt i innovative processer og metoder til idégenerering.</li> </ul>
<b>Særfagligt indhold</b>	Følgende emner forudsættes afsluttet inden projektugen:
<b>Virksomhedsøkonomi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvad er en virksomhed?</li> <li>• Pris, Omkostninger, Budgettering</li> <li>• Din personlige situation</li> <li>• Forretningsplanen</li> <li>• Innovation, Virksomhedens struktur og Ledelse</li> </ul>
<b>Afsætning</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedens omverden</li> <li>• Konkurrenceanalyse</li> <li>• Virksomhedens strategiske planlægning</li> <li>• Virksomhedens segmentering og målgruppevalg</li> <li>• Virksomhedens parametermix</li> </ul>
<b>Matematik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simple matematisk analyse af et givet datamateriale.</li> <li>• Lineære funktioner og andengradsfunktioner anvendes som omkostningsfunktion, brutto og nettofortjeneste.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der udarbejdes grafer og begreberne nulpunkter, maksimum og minimum anvendes i en erhvervsøkonomisk sammenhæng.</li> </ul>
<b>Didaktik / arbejdsform</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppearbejde med den stillede opgave.</li> <li>• Eleverne gennemgår personlighedstest sidste time før projektugen. Gruppeinddeling på baggrund af testen.</li> <li>• Enkelt oplæg om innovation som intro i projektugen.</li> <li>• Underviserne fungerer som vejledere og indpiskere.</li> </ul>
<b>IT</b>	Der udarbejdes en powerpoint-præsentation. Excel anvendes til beregninger.
<b>Evaluering</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport.</li> <li>• Skriftlig prøve.</li> <li>• Eleverne fremlægger vha. powerpoint-præsentationen og cue-cards deres virksomhed for forældre og lærere.</li> <li>• Eleverne gennemfører evalueringsskema på It's Learning.</li> </ul>
<b>Materiale til Portefølje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notater fra foredrag om idégenerering</li> <li>• Rapporten</li> <li>• Besvarelse af matematikdelen</li> <li>• Powerpointen</li> <li>• Gruppe-dagbog</li> <li>• Resultat af personlighedstest</li> </ul>
<b>Rettearbejde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matematik – 20 min.</li> <li>• Virksomhedsøkonomi – 20min.</li> <li>• Afsætning – 20 min.</li> </ul>



[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 suppleringsmateriale 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 informationers 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Økonomisk Tankegangskompetence</li> <li>Økonomisk Modelleringskompetencer</li> <li>Økonomisk Problembehandlingskompetence</li> <li>Økonomisk Ræsonnementskompetence</li> <li>Økonomisk Redskabskompetence</li> <li>Økonomisk Databehandlingskompetence</li> </ul>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<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 fokus-punkter</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](#)

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Sommer 2018
<b>Institution</b>	Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning niveau A
<b>Lærer(e)</b>	Bo Børsen Hansen
<b>Hold</b>	Hhx20173B

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>Titel 2</b>	International distribution
<b>Titel 3</b>	Kulturelle forhold
<b>Titel 4</b>	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning A bog, Trojka, bind 1 og 2</p> <p>Eleverne skal kunne analysere virksomhedens eksportmotiver og globaliseringsmodeller samt kunne gennemføre et markedsvalg på baggrund af forskellige markedsudvælgelsesmetoder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedsudvælgelsesmetoder</li> <li>• Virksomhedens internationalisering</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Anvendt undervisningstid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Afsætning A bog, Trojka, bind 1 og 2, kap. 18,19,20, 22</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedens internationalisering og globalisering</li> <li>• Markedsudvælgelsesmetoder</li> <li>• Analyse af markedsforhold, herunder projekt om Canada som marked i fællesskab med faget engelsk.</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 emnerne 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>• Lærereforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning</li> <li>• Individuelt arbejde</li> <li>• Word</li> <li>• Power point præsentation</li> <li>• Projekt om Canada i samarbejde med faget engelsk</li> <li>• PowerPoint til præsentation</li> <li>• Informationssøgning på internettet</li> </ul>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	International distribution
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne skal kunne gennemføre en distributionsanalyse og på baggrund heraf kunne anbefale specifikke distributionsformer for en virksomhed i det internationale marked.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distributionsanalyse</li> <li>• Distributionsformer med produktion i hjemlandet såvel som udlandet</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Anvendt undervisningstid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Afsætning A, Trojka, bind 2, kap. 26</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distributionsanalyse</li> <li>• Distributionsformer med produktion i hjemlandet</li> <li>• Distributionsformer med produktion i udlandet</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> <p>Gæsteforelæsninger:</p> <p>1) Direktør for Dansk-Tyske Handelskammer: Reiner Perau</p>

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Kulturelle forhold
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne skal opnå forståelse for at ting, personer og adfærd opfattes forskelligt i forskellige lande, samt at disse forskelle forårsages af kulturelle forskelle.</p> <p>Endvidere skal de opnå indsigt i, hvordan man kan arbejde positivt med disse forskelle, og hvad virksomheden kan gøre for at arbejde med kulturen og ikke imod.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Anvendt undervisningstid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Afsætning A, Trojka, bind 2, kap. 21</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opnå kendskab til hvilke forhold, der påvirker et lands kultur</li> <li>• De skal kunne systematisere kulturforskelle ved hjælp af forskellige kulturmodeller</li> <li>• De skal kunne vurdere forskellige kulturmodellens fordele og ulemper i forskellige sammenhænge</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Elementprincippet/deduktiv undervisning anvendes i starten af forløbet, idet eleverne præsenteres for de relevante modeller og afprøver deres relevans i forbindelse med mindre, afgrænsede opgaver – enten individuelt eller i grupper. Dermed får de en forståelse for, at teorierne kan bruges i en større sammenhæng (helhedsprincippet). Målet med, at eleverne skriver en individuel rapport er, at de allerede på et tidligt tidspunkt i forløbet skal blive bevidste om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• at den skriftlige dimension i faget ”Afsætning A” er væsentlig.</li> <li>• at faget ”Afsætning A” kræver en ”solid” arbejdsindsats.</li> <li>• Lærerforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver)</li> <li>• Individuelt arbejde (i forbindelse med opgaver)</li> </ul>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
<b>Indhold</b>	<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"> <li>• Virksomhedens samlede parametermix</li> <li>• Virksomhedens markedsføringsplan</li> </ul>
<b>Omfang</b>	Anvendt undervisningstid
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Afsætning A, Trojka bind 2, kap. 23,24,25 (excl. Kap. 25 pp. 709-718),27,28,29,30</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International segmentering og målgruppevalg</li> <li>• Koordineret parametermix</li> <li>• Markedsføringsplanens generelle indhold</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>