

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Sommer 2018
Institution	Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning niveau A
Lærer(e)	Anne Hedegaard Andresen
Hold	Hhx2017 – 2018 3C

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Titel 2	International distribution
Titel 3	Kulturelle forhold
Titel 4	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
Titel 5	Online Marketing, Big data & Forbrugeradfærd

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Indhold	<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"> • Markedsudvælgelsesmetoder • Virksomhedens internationalisering
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A bog, Trojka, bind 1 og 2, kap. 18,19,20, 22</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedens internationalisering og globalisering • Markedsudvælgelsesmetoder • Analyse af markedsforhold, herunder projekt om Canada som marked i fællesskab med faget engelsk.
Væsentligste arbejdsformer	<p>En del af undervisningen ud fra det deduktive princip, idet nogle af modellerne/teorierne først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til hver af teorierne. For at få progression i forhold til 1. år bliver eleverne dog også – for nogle af emnerne vedkommende – bedt om selv at læse om teorierne 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> <ul style="list-style-type: none"> • Lærerforedrag/klasseundervisning • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • Power point præsentation • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet

[Retur til forside](#)

Titel 2	International distribution
Indhold	<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"> • Distributionsanalyse • Distributionsformer med produktion i hjemlandet såvel som udlandet
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A, Trojka, bind 2, kap. 26</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributionsanalyse • Distributionsformer med produktion i hjemlandet • Distributionsformer med produktion i udlandet
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> <ul style="list-style-type: none"> • Lærerforedrag/klasseundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet

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

Titel 3	Kulturelle forhold
Indhold	<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"> •
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A, Trojka, bind 2, kap. 21</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opnå kendskab til hvilke forhold, der påvirker et lands kultur • De skal kunne systematisere kulturforskelle ved hjælp af forskellige kulturmodeller • De skal kunne vurdere forskellige kulturmodellens fordele og ulemper i forskellige sammenhænge
Væsentligste arbejdsformer	<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"> • at den skriftlige dimension i faget ”Afsætning A” er væsentlig. • at faget ”Afsætning A” kræver en ”solid” arbejdsindsats. • Lærerforedrag/klasseundervisning • Samtaleundervisning • Gruppeundervisning (i forbindelse med mindre opgaver) • Individuelt arbejde (i forbindelse med opgaver)

[Retur til forside](#)

Titel 4	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
Indhold	<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"> • Virksomhedens samlede parametermix • Virksomhedens markedsføringsplan
Omfang	Anvendt undervisningstid

Særlige fokuspunkter	Afsætning A, Trojka bind 2, kap. 23,24,25 (excl. Kap. 25 pp. 709-718),27,28,29,30 <ul style="list-style-type: none"> • International segmentering og målgruppevalg • Koordineret parametermix • Markedsføringsplanens generelle indhold
Væsentligste arbejdsformer	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. Der er benyttet diverse artikler med relation til emnet. <ul style="list-style-type: none"> • Lærerforedrag/klasseundervisning • Samtaleundervisning • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet

[Retur til forside](#)

Titel 4	Online marketing, big data og forbrugeradfærd
Indhold	<p>Supplerende materiale:</p> <p>Eleverne har arbejdet med online marketing med fokus på big data! Eleverne skal kunne redegøre for online marketing, big data og ændringen i forbrugeradfærd efter e-handel og big data større og større tilstedeværelse på marked. Eleverne skal kunne forklare både fordele og ulemper ved big data set ud fra et virksomhedsperspektiv, forbrugerperspektiv og samfundsperspektiv.</p> <p>Systeme: Digital dannelse</p> <p>https://digitalt.tv/privatliv-til-salg-dr-dokumentar-om-overvaagning-paa-nettet/</p> <p>https://www.dr.dk/nyheder/viden/tech/forsker-til-brinkmann-modstand-mod-overvaagning-er-noget-pjat</p> <p>https://www.dr.dk/nyheder/viden/tech/her-saetter-du-digitale-fodspor</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=NesTWikfpD0</p> <p>https://www.b.dk/globalt/facebook-skandale-vokser-87-millioner-menneskers-data-kan-vaere-delt-upassende</p> <p>https://videnskab.dk/teknologi/forskere-skal-afslore-farerne-ved-big-data</p>

	http://hval.dk/mitcfu/materialeinfo.aspx?mode=2&page=1&pageSize=6&search=privatliv%20til%20salg&orderby=title&SearchID=faa48a55-987d-4a46-a9f1-6d1bf4546b57&index=1
Omfang	Anvendt undervisningstid
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> • Big data • Online marketing • SEO, SEM, SoMe platforme, Google ads, Facebook Ads, content marketing • Forbrugeradfærd → online handel • Hvordan virksomheder bruger big data I deres markedsføring
Væsentligste arbejdsformer	<p>Undervisningen har taget udgangspunkt i eleverne selv. Der har været en del læreroplæg, men meget korte.</p> <p>Eleverne har været i centrum, og derfor har undervisningen været meget efter det induktive princip.</p> <p>Eleverne har kun arbejdet i grupper, og har derfra haft forskellige opgaver inden for disse emner. Forløbet har været udarbejdet med PBL som inspiration.</p>