

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2020
Institution	Tønder Handelsgymnasium & Handelsskole
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning niveau A
Lærer(e)	Mia Møballe Oesen
Hold	2019bafa32 3D

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Titel 2	Kulturelle forhold
Titel 3	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Virksomhedens internationalisering
Indhold	<p>Afsætning A bog, Trojka, Marketing (Læreplan 2017), Systime.dk</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: August – december 2019
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A bog, Trojka, bind 1 og 2, kap. 19, 20, 22 Marketing, Systime.dk, kapitel 9</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedens internationalisering og globalisering • Markedsudvælgelsesmetoder • Analyse af markedsforhold
Væsentligste arbejdsformer	<p>En del af undervisningen er ud fra det deduktive princip, idet nogle af modellerne/teoriene først gennemgås for klassen, hvorefter de arbejder med mindre/afgrænsede opgaver til teoriene. For at få progression i forhold til 1. og 2. 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 problemarbejdende 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 • Gruppefremlæggelser • Informationssøgning på internettet

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 2	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>
Omfang	Anvendt undervisningstid: December 2019 – Januar 2020
Særlige fokuspunkter	<p>Afsætning A, Trojka, bind 2, kap. 21</p> <p>Marketing, systime.dk, kapitel 9.6</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 kulturmodellernes fordele og ulemper i forskellige sammenhænge <p>Til slut i forløbet, har det været muligt at arbejde med en ”kultur” case – hvor eleverne i grupper skal agere et land og afholde forretningsmøder med hinanden. Hertil er det vigtigt at alle elever i grupperne har en forståelse for landet de skal repræsentere, samt at forstå deres forhandlingscase.</p>
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) • Gruppesamarbejde om ”Kultur” forretningscasen

[Retur til forside](#)

Titel 3	Virksomhedens samlede parametermix og markedsføringsplan
Indhold	<p>Kernestof fra Marketing, Systime.dk, kapitel 12-25.</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 • Eksamensprojekt om Søstrene Grene
Omfang	<p>Anvendt undervisningstid: Januar – maj 2020</p> <p>Dette er en del af nødundervisningen i forhold til COVID-19 situationen.</p>
Særlige fokus-punkter	<ul style="list-style-type: none"> • International segmentering og målgruppevalg • Koordineret parametermix • Markedsføringsplanens generelle indhold
Væsentligste arbejdsformer	<p>En del af undervisningen er 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. og 2. 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 • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet <p>Gruppearbejde i forbindelse med eksamensprojektet</p>