



## Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	Juni 2024
<b>Institution</b>	Tønder Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	5737
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer</b>	Mia Møballe Knudsen Oesen (MO)
<b>Hold</b>	2023hh3d

## Forløbsoversigt (7)

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

## Førløb 1: Metode

<b>Førløb 1</b>	Metode
<b>Indhold</b>	<p>Birte Ravn Østergaard m.fl: System Marketing, E-bog, kap. 1</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 informations validitet (kildekritik)</li><li>• Præsentere markedsanalyse (konklusioner) vha. it-værktøjer</li></ul> <p>Disse kompetencer skal danne baggrund for ”Virksomhedens strategiarbejde”</p> <p>Supplerende stof: Førløb convenience markedsanalyse</p>
<b>Omfang</b>	12 lektioner / 9 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Oplæg Gruppearbejde Aflevering af projekt om convenience

## Forløb 2: Internationalt parametermix

<b>Forløb 3</b>	Internationalt parametermix
<b>Indhold</b>	<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"> <li>• Standardiseret eller differentieret internationalt parametermix</li> <li>• Oplæg</li> <li>• Gruppearbejde</li> <li>• Skr. aflevering</li> </ul> <p>Segmentering, målgruppevalg og International parametermix</p>
<b>Omfang</b>	64 lektioner / 48 timer
<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>• Lærereforedrag/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> <li>• Studieture til Wegner tårnet og Møbelhuset vedr. aflevering om Carl Hansen &amp; Søn</li> <li>• Studietur og opgave om Ribe Bryghus</li> </ul>

### Forløb 3: Marketingplanen både nationalt og globalt

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

## Forløb 4: Repetition og eksamensprojekt om ditur.dk

<b>Forløb 4</b>	Repetition og eksamensprojekt om ditur.dk
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	18 lektioner / 13.5 timer
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<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

<b>Forløb 5</b>	Internationalisering
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Birte Ravn Østergaard m.fl.</li> </ul> : 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"> <li>• Markedsudvælgelsesmetoder</li> <li>• Virksomhedens internationalisering</li> </ul>
<b>Omfang</b>	10 lektioner
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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. Der er benyttet diverse artikler med relation til emnet. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lærerforedrag/klasseundervisning</li> <li>• Samtaleundervisning</li> <li>• Gruppeundervisning</li> <li>• Individuelt arbejde</li> <li>• Word</li> <li>• Power point præsentation</li> <li>• Informationssøgning på internettet</li> </ul>

## Forløb 6: International segmentering og målgruppevalg

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