

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj-juni 2017
Institution	Tønder Handelsgymnasium og Handelsskole
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Anne Hedegaard Andresen
Hold	EUX

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Del 1 - Metode
Titel 2	Del 2 – Makroforhold
Titel 3	Del 3 – Interne forhold og strategi
Titel 4	Del 4 – Internationalisering
Titel 5	Del 5 - Efterspørgselsforhold
Titel 6	Del 6 – Udbudsforhold
Titel 7	Marketingmix

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Del 1 – Metode
----------------	----------------

Indhold	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof</p> <p>Systeme, Afsætning B, kap. 1 & 2</p>
Omfang	<p>Anvendt uddannelsestid</p> <p>August</p>
Særlige fokuspunkter	<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"> • Overordnet viden om indsamlingsmetoder • Anvende de forskellige indsamlingsmetoder • Analysere og vurdere informationer om virksomheden <p>Eleverne skal kende til forskellige metode redskaber og kunne anvende dem til at indsamle, analysere og vurdere informationer i forhold til virksomheder</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning/fremlæggelse/gruppearbejde</p> <p>Klasseundervisning</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Fremlæggelser både gruppevis og enkeltvis</p>

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 2	Del 2 - Makroforhold
Indhold	Kernestof Systeme, Afsætning B, Kap. 3
Omfang	Anvendt uddannelsestid: September
Særlige fokuspunkter	Eleverne har skulle kunne forstå virksomhedens eksterne forhold, i forhold til de aspekter der påvirker virksomheden og kan påvirke virksomheden. Samt vurder hvordan skal virksomheder reagerer på disse eksterne forhold
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Opgaver

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	Del 3 – Interne forhold og strategi
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systeme, Afsætning B, Kap. 4 & 5
Omfang	Anvendt uddannelsestid Oktober
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression Eleverne skal kunne forstå virksomhedens interne forhold, ved både at kunne analysere og vurder dem. Ydere mål for eleverne har været at kunne redegøre, analysere og vurder forskellige strategier for virksomheder – både i forhold til den overordnet strategi, samt hvordan virksomheden kan skabe vækst fremover

Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde</p> <p>Klasseundervisning Skriftligt arbejde Elevbaseret erfaringsmateriale</p>
-----------------------------------	--

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Del 4 – Internationalisering
Indhold	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof: Systime, Afsætning B, Kap. 6</p>
Omfang	<p>Anvendt uddannelsestid</p> <p>Oktober</p>
Særlige fokuspunkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Målet for eleverne i forhold til dette forhold, har været at forstå motiverne bag ved at virksomheder vælger at internationalisere sig. Samt analysere og vurdere om virksomheder egentlig er parat til at eksportere.</p> <p>Endvidere har eleverne også haft det mål at kunne redegøre, analysere og vurdere hvordan virksomheder skal udvælge markeder, samt forstå de fordele og ulemper der kan være ved at anvende forskellige metoder til internationalisering</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform</p> <p>Klasseundervisning Skriftligt arbejde</p>

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Del 5 - Efterspørgselsforhold
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systime, Afsætning B, Kap. 7 & 9
Omfang	Anvendt uddannelsestid November
Særlige fokuspunkter	<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 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, nationalt på baggrund af begrundet valg af målgrupper. I forlængelse heraf skal eleverne kunne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi og positionering.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde</p> <p>Klasseundervisning Skriftligt arbejde Elevbaseret erfaringsmateriale Fremlæggelser</p>

--	--

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 6	Del 6 - Udbudsforhold
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systime, Afsætning B, Kap.10
Omfang	Anvendt uddannelsestid Januar
Særlige fokuspunkter	<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> <ul style="list-style-type: none"> • Markedsafgræsning • Konkurrentanalyse • Konkurrencemæssige positioner • Positionering • Porters Five forces
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde Klasseundervisning Skriftligt arbejde Elevbaseret erfaringsmateriale Fremlæggelser

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 7	Del 7 - Marketingmix
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systime, Afsætning B, Kap.11 - 18
Omfang	Anvendt uddannelsestid Februar – marts
Særlige fokuspunkter	<p>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"> • Virksomhedens samlede parametermix (de 4 p'er & de 7 p'er) • Virksomhedens markedsføringsplan
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"> • Foredrag om online marketing • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet

[Retur til forside](#)