

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Termin, hvor undervisningen afsluttes: Maj 2019
Institution	Tønder Handelsskole
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Mette Wiege
Hold	EUX

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Del 1 – Metode og markedsanalyse
Titel 2	Del 2 – Den interne situation
Titel 3	Del 3 – Den eksterne situation
Titel 4	Del 4 – Konkurrence- og brancheforhold
Titel 5	Del 5 – Efterspørgselsforhold
Titel 6	Del 6 – Strategi
Titel 7	Del 7 – Segmentering, målgruppevalg og marketingmix

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Del 1 – Metode og markedsanalyse
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof Systime, Afsætning B til EUX 2017, kap. 2 & 9
Omfang	Anvendt uddannelsestid August 2018
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression <i>Eleverne skal kunne indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne forhold.</i> Informationsindsamling skal udgøre fundamentet emneområderne inden for afsætning, idet eleverne skal kunne analysere og vurdere informationer om virksomheden og dens omverden og anvende denne viden som beslutningsgrundlag i virksomheden. Viden om informationsindsamling <ul style="list-style-type: none"> • Overordnet viden om indsamlingsmetoder • Anvende de forskellige indsamlingsmetoder • Analysere og vurdere informationer om virksomheden Eleverne skal kende til forskellige metode redskaber og kunne anvende dem til at indsamle, analysere og vurdere informationer i forhold til virksomheder
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/fremlæggelse/gruppearbejde Klasseundervisning Gruppearbejde Fremlæggelser både gruppevis og enkeltvis

[Retur til forside](#)

[Retur til forside](#)

Titel 2	Del 2 – Den interne situation
Indhold	Kernestof Systime, Afsætning B til EUX 2017, Kap. 3
Omfang	Anvendt uddannelsestid: September – oktober 2018
Særlige fokuspunkter	Eleverne skal kunne forstå virksomhedens interne forhold, ved både at kunne analysere og vurdere dem. Centrale emner: Værdikæder Forretningsmodeller
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Gruppearbejde Opgaver Forløb med tysk: Opgaver til interne forhold samt produkt og promotion Adidas og Puma.

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

[Retur til forside](#)

Titel 3	Del 3 – Eksterne forhold
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof. Eleverne skal kunne forstå virksomhedens eksterne forhold, i forhold til de aspekter der påvirker virksomheden og kan påvirke virksomheden. Samt vurdere hvordan virksomheder skal reagere på disse eksterne forhold. Kernestof: Systime, Afsætning B til EUX, Kap. 4
Omfang	Anvendt uddannelsestid August – september – oktober 2018
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression

Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde Klasseundervisning Skriftligt arbejde
-----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Del 4 – Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof: Systime, Afsætning B til EUX 2017, Kap. 5</p> <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
Omfang	Anvendt uddannelsestid Oktober – november 2018
Særlige fokuspunkter	Kompetencer, læreplanens mål, progression
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform Klasseundervisning Skriftligt arbejde Forløb med Matas: Opgaver til eksterne forhold samt konkurrence- og vækststrategier.

[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. 6 & 7
Omfang	Anvendt uddannelsestid December 2018 – januar 2019
Særlige fokuspunkter	Kernestof <i>Eleverne skal kunne vurdere og perspektivere købsadfærden på konsument- og producentmarkedet og anvende viden om dette ved tilrettelæggelse af virksomhedens strategi.</i> 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. 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.
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 6	Del 6 – Strategi
----------------	------------------

Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systime, Afsætning B, Kap. 8
Omfang	Anvendt uddannelsestid September 2018
Særlige fokuspunkter	Mål for eleverne har været at kunne redegøre, analysere og vurdere forskellige strategier for virksomheder – både i forhold til den overordnede strategi, samt hvordan virksomheden kan skabe vækst fremover.
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 – Segmentering, målgruppevalg og marketingmix
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Systime, Afsætning B til EUX 2017, Kap.10 - 16
Omfang	Anvendt uddannelsestid Januar – maj 2019
Særlige fokuspunkter	<i>Eleverne skal kunne gennemføre markedsvalg og segmentering samt vurdere virksomhedens valg af målgrupper.</i> Det betyder, at eleverne skal kunne identificere og vurdere kriterier for valg af marked. Dette kræver viden om de forskellige markedsudvælgelsesmetoder. Endvidere betyder det, at eleverne skal kunne gennemføre en

	<p>segmentering af virksomhedens markeder, nationalt på baggrund af begrundet valg af målgrupper. I forlængelse heraf skal eleverne kunne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi.</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 (de 4 p'er & de 7 p'er) • Virksomhedens markedsføringsplan
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<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"> • Gruppeundervisning • Individuelt arbejde • Word • PowerPoint til præsentation • Informationssøgning på internettet <p>Forløb med tysk: Besøg i Flensborg + opgaver til marketingmix og målgruppe i forbindelse med selvvalgt butik.</p> <p>Afsluttende forløb med Zleep Hotels, hvor fagets kernestof indgår.</p>

[Retur til forside](#)