



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-juni 2022
Institution	College360
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Nettie Hvam Pape
Hold	Hhx3i

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Forløb 1	Markedsanalyse
Forløb 2	Den interne situation
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløb 4	Konkurrenceforhold og brancheforhold
Forløb 5	Købsadfærd
Forløb 6	Strategi og segmentering
Forløb 7	Marketingmiks og parametre
Forløb 8	Internationalisering
Forløb 9	Strategiske analyser
Forløb 10	Segmentering, målgruppe og internationale perspektiv
Forløb 11	Internationale parametre

Forløb 12	Opsummering og eksamensprojekt
----------------------	--------------------------------

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Markedsanalyse
Indhold	Arbejde med indsamling af forskellige former for data - markedsanalyser. - "Løvens Hule" - små opgaver - genfortællinger af områder 2-og-2 Start-up forløb med egen virksomhed gennem kap. 2,3,4 og 6 Rollebyt/lege lærer for en dag
Omfang	8 lektioner / 8 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold, samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng. Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder samspil med andre fag. Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning. Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder. Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne.
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 2	Den interne situation
Indhold	- case omkring restaurant Flammen - hurtig skrivning - opgave omkring selvvalgt virksomhed til præsentationer - Længere forløb med fokus på de interne forhold i forskellige virksomheder. "Velkommen til virkeligheden"
Omfang	12 lektioner / 12 timer

Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder. Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst. Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber. Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst. Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag. Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>

Forløb 3	Den eksterne situation
Indhold	- Arbejde videre med selvvalgt virksomhed i projektførløb
Omfang	10 lektioner / 10 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p>

Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 4	Konkurrenceforhold og brancheforhold
Indhold	<p>- Længere casearbejde med konkurrenceforhold.</p> <p>- Arbejde med resumé af områder</p>
Omfang	18 lektioner / 18 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 5	Købsadfærd
Indhold	<p>Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd</p> <p>- både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler.</p> <p>- case omkring byrullupper</p> <p>- hurtig skrivning</p>

Omfang	5 lektioner / 5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Kernestof: Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 6	Strategi og segmentering
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - elevoplæg - caseeksempler - en klasse opgave med Dancake - Legofriends opgave - klasseset <p>Case omkring Ecco kap. 8</p> <p>Samarbejde med smykkevirksomheden Alexander Berling</p>
Omfang	10 lektioner / 10 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante faktorer.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere deres betydning.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier</p>

	Strategi: Vækststrategier Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Væsentligste arbejdsformer	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
Forløb 7	Marketingmiks
Indhold	Online har eleverne arbejdet med en Bellinger case. På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil. Online oplæg. Skriftlig større rapport. Forløb med JYSK ”Reklamemand” Tværfagligt projekt med matematik omkring markedsundersøgelse Video med prisfastsættelse og artikler Fri kreativ opgave med fri fantasi til at bruge hele bogen.
Omfang	22 lektioner / 22 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder. Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst. Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber. Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante faktorer. Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere dem. Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag. Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning. Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold

	<p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 8	Internationalisering
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - Skrevet resumé af kapitler omkring internationalisering i bogen. - Case omkring virksomheden "Sprout." - Øve eksamensartikler <p>Kernestof: Internationalisering: Kulturelle forhold Internationalisering: Markedsudvælgelse Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p>
Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 9	Strategiske analyser
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitler i bogen er gennemgået på skift af eleverne (også som opsummering). - Elever i lærerrollen - Case omkring Ilse Jacobsen.
Omfang	5. semester
Særlige fo-	

kuspunkter	<p>Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier</p> <ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.</p>
Forløb 10	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - Skriveøvelser omkring Wish. - Spilleuge med forskellige hjemmelavede spil og elevudarbejdede spil. - Kryds & tværs - Kahoot - Jeopardy øvelser
Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.</p>
Forløb 11	Internationale parametre
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - Påbegyndelse af større projekt med BESTSELLER (med VØ-faget)

	<ul style="list-style-type: none"> - Udarbejdelse af problemformuleringer. - Inddragelse af internationale parametre.
Omfang	5. semester
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 12	Opsummering og eksamensprojekt
Indhold	<ul style="list-style-type: none"> - Virksomhedsbesøg hos BESTSELLER - Eksamensprojekt – fordybelse – BESTSELLER - Opsummering af teori via avisartikler og kryds & tværs. - Cult på eksportmarkedet. - Case omkring Bolia. - Case omkring JYSK.
Omfang	6. semester
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none"> - At bliver gode til det skriftlige arbejde - Struktur og faglige metoder - Fordybelse - Mundtlighed og præsentationsteknikker <p>Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation: Værdikæder Den interne situation: Porteføljeanalyser Den interne situation: Forretningsmodeller Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt</p>

	<p>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>