



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-juni 2022
Institution	College360
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Nettie Hvam Pape
Hold	Hhx1g

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

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 Grundforløb – Start-up med kap. 2,3 og 6 – egen virksomhed
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. Opgave omkring Perchs -the-handel kap. 2 + 3
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	<p>- Arbejde videre med selvvalgt virksomhed i projektforbøb</p> <p>TOMS gruppen kap.3</p> <p>-</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 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> <p>Egen valgte virksomhed - projekt</p> <p>Bubl.us som opsummering på kapitler</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>

	Større casegrupper.
Forløb 5	Købsadfærd
Indhold	<p>Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd - både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler.</p> <p>- case omkring bryllupper - hurtig skrivning</p> <p>”Reklamemand” ”Min første million”</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:</p> <p>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	<p>-elevoplæg - caseeksempler - en klasse opgave med Dancake - Legofriends opgave - klassetest</p> <p>Aflevering om Normal Urban gym Fri kreativ opgave med fri fantasi til at bruge hele bogen.</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 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: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 7	Marketingmiks
Indhold	<p>Online har eleverne arbejdet med en Bellinger case. På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil.</p> <p>Online oplæg.</p> <p>Skriftlig større rapport.</p>
Omfang	22 lektioner / 22 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:</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføljeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p> <p>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>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>