



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Termin hvori undervisningen afsluttes: maj-juni 22
<b>Institution</b>	College 360
<b>Uddannelse</b>	EUX-Business
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B
<b>Lærer(e)</b>	Poul Sarto, Mathias Wordarka, Mogens Jensen, Karsten Lund
<b>Hold</b>	Bueux2b21

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Metode
<b>Titel 2</b>	Makroforhold
<b>Titel 3</b>	Interne forhold og strategi
<b>Titel 4</b>	Efterspørgselsforhold
<b>Titel 5</b>	Udbudsforhold
<b>Titel 6</b>	Marketingmix
<b>Titel 7</b>	Projektforløb
<b>Titel 8</b>	



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

<b>Titel 1</b>	Metode og markedsanalyse
<b>Indhold</b>	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX kapitel 1 + 2 + 9  Danmarks statistik/Dst.dk Euromonitor
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 15 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  Eleverne kan: <ol style="list-style-type: none"><li>1) redegøre for generel erhvervsøkonomisk metode</li><li>2) anvende databaser ved informationsindsamling om et marked</li><li>3) forklare de anvendte metoders formål og indhold</li><li>4) gennemføre simple markedsanalyser</li><li>5) Diskutere og vurdere de indsamlede informationers troværdighed</li></ol>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



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

<b>Titel 2</b>	Makroforhold
<b>Indhold</b>	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX: Kapitel 4
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 10 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  Eleverne kan: <ol style="list-style-type: none"><li>1) Redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst på det danske marked</li><li>2) Analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdensvilkår for virksomheder</li></ol>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



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

<b>Titel 3</b>	Interne forhold og strategi
<b>Indhold</b>	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX Kapitel 3 + 8:
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 20 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  Eleverne kan: <ol style="list-style-type: none"><li>1) Redegøre for modeller til beskrivelse og analyse af virksomhedens interne forhold</li><li>2) Redegøre for virksomhedens forretningsområder</li><li>3) Udarbejde en værdikædeanalyse og på baggrund heraf kunne bestemme virksomhedens kernekompetencer</li><li>4) På baggrund af virksomhedens interne forhold og makroforholdene på markedet udarbejde en swot-analyse</li><li>5) Diskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategi</li><li>6) Analysere en virksomheds muligheder for vækst ved intensivering på baggrund af viden om virksomhedens interne forhold</li></ol> Tværfagligt forløb med virksomhedsøkonomi og matematik omkring vækstpotentialet hos en selvvalgt virksomhed på baggrund af strategisk analyse af interne og eksterne forhold.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



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

<b>Titel 4</b>	Efterspørgselsforhold
<b>Indhold</b>	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX Efterspørgselsforhold: 7 + 10.
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 15 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  Eleverne kan: <ol style="list-style-type: none"><li>1) Redegøre for forskelle mellem konsument- og producentmarkedet</li><li>2) Diskutere forhold af betydning for afgrænsning og bestemmelse af et markeds størrelse</li></ol>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



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

<b>Titel 5</b>	Udbudsforhold
<b>Indhold</b>	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof  Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX Kapitel 5
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 10 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  Eleverne kan: <ol style="list-style-type: none"><li>1) Redegøre for virksomhedens marked</li><li>2) Forklare hvorledes afgrænsningen af virksomhedens marked har betydning for analysen af konkurrencesituationen</li></ol>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



<b>Titel 6</b>	Marketingmix
<b>Indhold</b>	<p>Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Anvendt litteratur: Afsætning B til EUX Kapitel 11 + 12 + 13 + 14 + 15 + 16</p> <p>Anvendt litteratur: Markedskommunikation kapitel: 1 + 2 + 3 + 12</p> <p>Tværfagligt projekt (Afsætning/VØ/Dansk/IT) om brug af kommunikation ved promotion, herunder virksomheders brug af CSR og andre officielle rapporter som kommunikationsmiddel.</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 20 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Eleverne kan:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Redegøre for produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix</li><li>2) Forklare specielle forhold for servicevirksomheder</li><li>3) Redegøre for en virksomheds branding- og mærkestrategi</li><li>4) Diskutere sammenhængen mellem produkt og målgruppevalg</li></ol>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Virtuelle arbejdsformer/skriftligt arbejde/opgavefremlæggelser/forelæsning



<b>Titel 7</b>	Projektforløb
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne har i deres projektforløb arbejdet med et selvvalgt afsætningsrelateret emne, bundet op på en konkret virksomhed. Eleverne har selv har skullet indhente al fornøden information fra virksomhederne ved virksomhedsbesøg og/eller andre kontaktformer eller lignende, for at leve op til bekendtgørelsens krav.</p> <p>Projekterne er individualiserede for at leve op til kravet om at det skal være i tråd med elevernes uddannelsesretninger på EUX (handel, kontor, detail, event, finans)</p> <p>Emne: Hovedspørgsmål: Hvordan er jeres virksomheds overlevelsesmuligheder i branchen?</p> <p>Underspørgsmål: Udarbejd en kort karakteristik af jeres valgte virksomhed og redegør for deres målgruppe.</p> <p>Analyser virksomhedens strategiske platform. Kom herunder ind på alle relevante konkurrenceforhold.</p> <p>Analyser kundernes købsadfærd.</p> <p>Vurder om den nuværende sammensætning af virksomhedens marketingsmix er hensigtsmæssig og hvordan virksomheden kan optimere deres marketingsmix.</p> <p>Projekterne er udarbejdet i grupper på max. 3 personer eller individuelt, for at give eleverne så meget selvstændig bestemmelse som muligt.</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid 20 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Kompetencer, læreplanens mål, progression  At eleverne egenhændigt kan opstille og udføre en tilfredsstillende analyse over virksomheders problemstillinger og fremsætte konkrete realistiske bud på løsningsforslag.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejdsform / skriftligt arbejde