



# Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	Maj-juni 2021
<b>Institution</b>	College360
<b>Uddannelse</b>	hhx
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning A
<b>Lærer(e)</b>	Nettie Hvam Pape
<b>Hold</b>	Hhx3g20

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Forløb 1</b>	Markedsanalyse
<b>Forløb 2</b>	Den interne situation
<b>Forløb 3</b>	Den eksterne situation
<b>Forløb 4</b>	Konkurrenceforhold og brancheforhold
<b>Forløb 5</b>	Købsadfærd
<b>Forløb 6</b>	Strategi og segmentering
<b>Forløb 7</b>	Marketingmiks og parametre
<b>Forløb 8</b>	Internationalisering
<b>Forløb 9</b>	Strategiske analyser
<b>Forløb 10</b>	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv
<b>Forløb 11</b>	Internationale parametre

<b>Forløb 12</b>	Opsummering og eksamensprojekt
----------------------	--------------------------------

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 1</b>	<b>Markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<p>Arbejde med indsamling af forskellige former for data - markedsanalyser.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tværfaglig med VØ - virksomhedsbesøg hos Dansand samt opfølgning herpå.</li> <li>- "Løvens Hule"</li> <li>- små opgaver</li> </ul>
<b>Omfang</b>	8 lektioner / 8 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Fagmål: 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 samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder. Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 2</b>	<b>Den interne situation</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduktion til "Toolcamp."</li> <li>- casearbejde med alle folkeskoler i Silkeborg.</li> <li>- Oplæg af diverse virksomheder. Her skal arbejdes med digitale prototyper, markedsføring og præsentationer.</li> <li>- "Vejen til Seier."</li> <li>- Længere forløb med fokus på de interne forhold i forskellige virksomheder.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	12 lektioner / 12 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<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>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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>

<b>Forløb 3</b>	<b>Den eksterne situation</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbejde med Toolcamp-event og konkurrence heraf.</li> <li>- Mange forskellige vinkler på den eksterne situation.</li> <li>- "Danske iværksætter eventyrer."</li> <li>- Tværfagligt med VØ - virksomhedsbesøg hos AKVA Waterbeds.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	10 lektioner / 10 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<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>

	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
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
<b>Forløb 4</b>	<b>Konkurrenceforhold og brancheforhold</b>
<b>Indhold</b>	- Foredrag med Plecto - Tværfagligt med en folkeskole og en innovationsklasse på virksomhedsbesøg hos Fort Østerlund. - Længere casearbejde med konkurrenceforhold.
<b>Omfang</b>	18 lektioner / 18 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	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 afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.  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 i samspil med andre fag.  Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.  Kernestof: Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelle opgaver. Par arbejde. Større casegrupper.
<b>Forløb 5</b>	<b>Købsadfærd</b>

<b>Indhold</b>	Forskellige arbejde med eksempler på købsadfærd - både i tidligere forløb samt nye virksomhedseksempler.
<b>Omfang</b>	5 lektioner / 5 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	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.  Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.  Kernestof:  Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelle opgaver.  Par arbejde.  Større casegrupper.
<b>Forløb 6</b>	<b>Strategi og segmentering</b>
<b>Indhold</b>	Eleverne har på skift ansvar for at "lege lærer" i pågældende time. Inkludere:  -elevoplæg - caseeksempler - en klasse opgave - klasseset
<b>Omfang</b>	10 lektioner / 10 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	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 afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.  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 i samspil med andre fag.

	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 7</b>	<b>Marketingmiks</b>
<b>Indhold</b>	<p>Online har eleverne arbejdet med en selvvalgt virksomhed.  På denne er inddraget udvalgt teori, fundet problemstilling og løsningsforslag hertil.</p> <p>Online oplæg.</p> <p>Skriftlig større rapport.</p> <p>Afsluttende prøve-eksamensoplæg i klasselokalet.</p>
<b>Omfang</b>	22 lektioner / 22 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<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  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>

	<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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 8</b>	<b>Internationalisering</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skrevet resumé af kapitler omkring internationalisering i bogen.</li> <li>- Case omkring virksomheden "Sprout."</li> </ul> <p>Kernestof:</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p>
<b>Omfang</b>	[Angiv anvendt uddannelsestid (undervisningstid og fordybelsestid opgøres i timer a 60 minutter. I 19)]
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Det virtuelle kontra det fysiske</li> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 9</b>	<b>Strategiske analyser</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kapitler i bogen er gennemgået på skift af eleverne (også som opsummering).</li> <li>- Case omkring Ilse Jacobsen.</li> </ul>



<b>Omfang</b>	[Angiv anvendt uddannelsestid (undervisningstid og fordybelsestid opgøres i timer a 60 minutter. I 19)]
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestof:  Strategi: Mission, vision og værdier  Strategi: Konkurrencestrategier  Strategi: Vækststrategier</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Det virtuelle kontra det fysiske</li> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 10</b>	<b>Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skriveøvelser omkring Wish.</li> <li>- Spilleuge med forskellige hjemmelavede spil og elevudarbejde spil.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	[Angiv anvendt uddannelsestid (undervisningstid og fordybelsestid opgøres i timer a 60 minutter. I 19)]
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Det virtuelle kontra det fysiske</li> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul> <p>Kernestof:  Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 11</b>	<b>Internationale parametre</b>

<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Påbegyndelse af større projekt med selvvalgt virksomhed.</li> <li>- Udarbejdelse af problemformuleringer.</li> <li>- Inddragelse af internationale parametre.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	[Angiv anvendt uddannelsestid (undervisningstid og fordybelsestid opgøres i timer a 60 minutter. I 19)]
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Det virtuelle kontra det fysiske</li> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul> <p>Kernestof: Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<b>Forløb 12</b>	<b>Opsummering og eksamensprojekt</b>
<b>Indhold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coronakrisens indvirkning – små film</li> <li>- Eksamensprojekt – fordybelse</li> <li>- Opsummering af teori via avisartikler og kryds &amp; tværs.</li> <li>- Cult på eksportmarkedet.</li> <li>- Case omkring IKEA.</li> <li>- Case omkring Bolia.</li> <li>- Case omkring JYSK.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	[Angiv anvendt uddannelsestid (undervisningstid og fordybelsestid opgøres i timer a 60 minutter. I 19)]
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Det virtuelle kontra det fysiske</li> <li>- At bliver gode til det skriftlige arbejde</li> <li>- Struktur og faglige metoder</li> <li>- Fordybelse</li> <li>- Mundtlighed og præsentationsteknikker</li> </ul> <p>Kernestof: Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p>

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