

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	August til juni 2021/2022 Forløb 1 – forløb 8 August til juni 2022/2023 Forløb 8 fortsat - 14 August til juni 2023/2024 Forløb 15 - 19
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1321-EF2223-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Forløb 3	Den interne situation Delsvis vikar pga sygdom
Forløb 4	Den eksterne situation Vikar pga sygdom
Forløb 5	Konkurrenceforhold Vikar pga sygdom
Forløb 6	Brancheforhold
Forløb 7	Købsadfærd på BtC markedet og Købsadfærd på BtB markedet
Forløb 8	Strategi

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Forløbets indhold og fokus	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318
Faglige mål	Eleverne er blevet introduceret til faget og har på et indledende niveau stiftet bekendskab med en virksomhed, virksomhedstyper og hvad der kan påvirke en virksomheds afsætning. Eleverne har dermed på et indledende niveau stiftet kendskab til følgende faglige mål fra lærerplanen august 2017: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere spinkel viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder forsøge at forklare sammenhængen mellem få relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle og gengive informationer om en virksomheds markedsforhold i lokalområdet/Danmark samt vurdere – formidle informationer om afsætning inden for grundforløbets rammer i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	Den interne og eksterne situation på et indledende niveau
Anvendt materiale.	Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318 Ca 15 lektioner a 45 min. 11,25
Arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Der blev arbejdet med tilhørende opgaver som blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse og parfremlæggelser.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode i samarbejde med studiekompetencer
Forløbets indhold og fokus	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression:</p> <p>Eleverne er præsenteret for faget og dets modeller og metode, og fik indblik i hvordan der arbejdes metodisk. Så fokus på modeller, og brugen heraf, samt de afsætningsfaglige kompetencer som arbejdes med i et samfundsvidenskabeligt fag som Afsætning. Desuden er eleverne introduceret til skrivekompetencer og kildekritik. Dette arbejde er også indarbejdet i undervisningen udover grundforløbet.</p> <p>Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence</p>
Faglige mål	– stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller
Kernestof	Den samfundsvidenskabelige metode
Anvendt materiale.	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systeme I bog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase https://marketing.systeme.dk/?id=154 alt i alt i 1.g 6 lektioner 4.5 timer
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhedskarakteristik• Konkurrencedygtighed• Forretningsmodeller• Business Model Canvas• Værdikæder• SW-opstilling <p>Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.</p>
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt på et indledende niveau. Anvende afsætningsøkonomiske modeller. Fortolke og formidle informationer om afsætning.
Kernestof	Den interne situation, værdikæder, forretningsmodeller, SW-opstilling
Anvendt materiale.	https://marketing.systeme.dk/?id=142 4 lektioner + 1,5 med vikar og opsamling
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Den eksterne situation
Forløbets indhold og fokus	<p>Omverdensmodellen – OT-opstilling – Muligheds og trussels matrix og PESTEL-analyse. Der er arbejdet med opgaver fra bogen, opgave om discountmarkedet og fitness</p> <p>Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence særligt i forbindelse med skriftlig formidling og mundtlig fremstilling.</p>
Faglige mål	<p>Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning, nationalt 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, 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 markedsforhold primært i Danmark, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer.</p>
Kernestof	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt, konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	<p>Fordybelsestid 13 timer over perioden der var vikar frem til og med marts 2022.</p> <p>Den eksterne situation: https://marketing.systeme.dk/?id=1489</p> <p>5 lektioner 3,75</p>
Arbejdsformer	Klasseundervisning, projektarbejdsform, skriftligt arbejde, pararbejde, mundtlig fremstilling

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Konkurrenceforhold
Forløbets indhold og fokus	Markedskarakteristik – konsument- og producentmarkedet – konkurrentidentifikation – markedsandel og præferencer – konkurrencemæssige positioner – konkurrentanalyse Der er arbejdet med emneopgaver fra systime og perspektiveret til tidligere emner.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afæstning primært nationalt 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, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold
Kernestof	Den eksterne situation Konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Systime: https://marketing.systime.dk/?id=1500 7 lektioner = 5,25
Arbejdsformer	Der har været fokus på taksonomiske niveauer, klasseundervisning, noteskrivning, skriftligt arbejde. Pararbejde og mundtlig fremstilling i plenum.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	Brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.] Branche karakteristik - Brancheanalyse Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og kommunikationskompetencen. Desuden til skr. arbejde: Redskabskompetencen.
Faglige mål	Afgøre hvile forhold der har betydning for en virksomheds afsætning, anvende afsætningsøkonomiske modeller, præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold
Kernestof	Den eksterne situation – Branche forhold
Anvendt materiale.	Systeme: https://marketing.systime.dk/?id=1503 4 lektioner 3 timer.
Arbejdsformer	Klasseundervisning, test og skriftligt arbejde samt fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 7	Købsadfærd på konsumentmarkedet og købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	<p>S-O-R modellen – Behov – Købmotiver – Købstyper og købsadfærdstyper – Køberoller – købsbeslutningsprocessen – øvrige begreber vedr. købsadfærd på konsumentmarkedet.</p> <p>Virksomheders købsadfærd – virksomheders købsbeslutningsproces – valgkriterier på de tre markeder – faktorer der påvirker købsadfærden</p> <p>Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende</p> <p>Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering.</p>
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlige formidle informationer
Kernestof	Den eksterne situation, købsadfærd btc, btb, ctb, ctc
Anvendt materiale.	<p>18 lektioner 13,5 timer. Skriftlig fordybelsestid: 7 Kernestof: Systeme Købsadfærd på konsumentmarkedet: https://marketing.systeme.dk/?id=1510 Systeme Købsadfærd på producentmarkedet: https://marketing.systeme.dk/?id=1519 Supplerende stof Artikler: Børsen 18 marts 2022: Detailgiganter: Danskerne søger mod billigere varer</p> <p>Berlingske 6. april 2022: Eksport for 177 milliarder kroner i fare – gasstop i Tyskland vil ramme dansk eksport hårdt</p> <p>Ritzau 21.april 2022: Inflation får hovedrolle i tåget regnskabssæson: "Pilen peger nok mere på nedjusteringer end opjusteringer"</p> <p>Berlingske Business 28. april 2022: Business-update: Dårligt nyt til bilister: Intet håb om billigere benzin i år</p>
Arbejdsformer	<p>Konkret analyse af købsadfærd på såvel btc og btb vha af cases. Der er arbejdet i grupper, grupperne har fremlagt deres arbejde og der er arbejdet med opponentergrupper til mundtlig feedback.</p> <p>Artiklerne er anvendt som aktuel transfer mellem faget og hvad der er aktuelt for danske virksomheder netop nu.</p>

	Der er givet 7 fordybelsestimer til skriftlig fremstilling og metode. Individuel skriftligt og mundtligt feedback.
--	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 8	Strategi
Forløbets indhold og fokus	<p>SWOT – TOWS – Mission – Vision – Værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier – Bowmans strategiske ur</p> <p>Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende</p> <p>Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering (2.g)</p>
Faglige mål	<p>Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder samspil med andre fag, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlig formidle informationer</p>
Kernestof	Strategi – Mission, vision, værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier
Anvendt materiale.	<p>1.g tre lektioner 2.15</p> <p>Skriftlig fordybelsestid:</p> <p>Kernestof:</p> <p>Strategi: https://marketing.systime.dk/?id=1529</p> <p>Supplerende stof</p> <p>Artikler:</p> <p>Sydbank 21. april 2022: Forsyningskaos skaber muligheder Kilde: https://www.sydbank.dk/privat/artikler/artikel/forsyningskaos-skaber-nye-muligheder-for-danske-virksomheder-i-tyskland</p>
Arbejdsformer	<p>Konkret analyse af virksomheders mission, vision og værdier, introduktion til konkurrencestrategier og vækststrategier i 1.g.</p> <p>Herfra i 2.g</p> <p>Artiklerne er anvendt som aktuel transfer mellem faget og hvad der er aktuelt for danske virksomheder netop nu.</p> <p>Der er givet_ fordybelsestimer til skriftlig fremstilling og metode. Individuel skriftligt og mundtligt feedback.</p>



Termin	Maj/juni 2023 skoleåret 2022/2023
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1321-EF2223-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 9	Genopfriskning af 1 år primo 2.g
Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 11	Marketingmix (produkt, serviceydelser, pris, distribution, promotion)
Forløb 12	Internationalisering 2.g
Forløb 13	Markedsanalyse
Forløb 14	Øvrige fokuspunkter i 2.g

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 9	Genopfrisk af 1.g
Forløbets indhold og fokus	Hvad nåede klassen I 1.g Der er er særlig fokus på kap 2-8. Artikel om Jens Møller Products: Overraskende stærkt år for tangkaviar giver mod på større detailsatsning, Fødearewatch 25.04.22
Faglige mål	Her har primært været fokus på repetition af faget samt afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder
Kernestof	Den interne situation, Den eksterne situation
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 2 – 8 incl. 11 lektioner af 45 min. Artikel om Jens Møller Products: Overraskende stærkt år for tangkaviar giver mod på større detailsatsning, Fødearewatch 25.04.22 En bil i høj hastighed kommer godt igennem sanddyngerne
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, casearbejde i grupper, gennemgang v eleverne for at styrke/genopfriske de faglige mundtlige færdigheder og repetition af fagets centrale begreber

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 13	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	Der arbejdes med en konkret virksomhed muligheder i f m konkret markedsanalyse. Der laves udkast en konkret markedsanalyse og udfordringer med at udarbejde en spørgeramme
Faglige mål	indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale 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 (matematik) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 1 Markedsanalyse 7 lektioner a 45 min.

Arbejdsformer	Gruppearbejde med indsamling af data Der er arbejdet med udvalgte opgaver herunder fokus på elevernes arbejde med markedsanalyseprocessen i grupper med efterfølgende mundtlig præsentation i plenum.
----------------------	--

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering på konsumentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med segmentering, valg af målgrupper samt positionering og målgruppestrategi. Der er fokus på segmenteringskriterier, livsstilsanalyser, herunder Gallup Kompas og Conzoom. Der er fokus på målgruppevalg med afsæt i SMOK modeller, Danskernes motionsvaner fra idrættens analyseinstitut, samt virksomheders fokus på en troværdig positionering.
Faglige mål	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (segmentering, SMOK, målgruppestrategi)</p> <ul style="list-style-type: none"> – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (valg af målgruppe) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (segmentering, positionering) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (valg af målgruppe og målgruppestrategi) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (segmentering og valg af målgruppe) – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (analysere) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning (informationssøgning)
Kernestof	segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 11 Gallup Kompas Conzoom Idrættens analyseinstitut, Danskernes motionsvaner 16 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, mindre casearbejde, mundtlig fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 11	Marketingmix
------------------	--------------

Forløbets indhold og fokus	<p>Eleverne arbejder parvis med alle parametre, og vidensdeler med hinanden i form af klas-sepræsentationer herom. Elever har valgt sig ind på emner som de fordyber sig i og vidensdeler med klassen. I denne proces er der flere referencer til den virkelige verden, hvorfra eleverne henter cases i praksis. Eleverne tester hinanden ved at være få medansvar for undervisningen, de fører dialogen. Alle økonomiske kompetencer er i fokus.</p> <p>Flg. emner er behandlet: Produktklassificering, faser i produktudvikling, brandingstrategi, serviceydelser, de 7 p'er, mærkestrategi, PLC, prisfastsættelsesmetoder, priselasticitet, prisstrategi - nye og nuværende, prisdifferentiering, distributionsstrategi, distributionskanaler, kædeformer, E-business, promotionformer, promotionstrategi, markedskort og kommunikationsmodeller.</p> <p>Parallelt med forløbet har eleverne arbejdet i grupper med selvvalgte cases/konkrete virksomheder, hvori en virksomheds parametermix blev analyseret. Der blev fremlagt i plenum med feedback fra klassen.</p>
Faglige mål	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (parameteranvendelse, midler og medier)</p> <ul style="list-style-type: none"> – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (virksomhedernes muligheder fremadrettet) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (markedskortet, prisel,) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (forskelle på forretningsmodeller og anvendelse af parametrene) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (casevirksomhedernes markedsforudsætninger og valg af parametre) – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (inddrage virksomhedsøkonomi)
Kernestof	<p>Marketing mix</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marketing mixet nationalt
Anvendt materiale.	<p>Marketing en grundbog i afsætning kap 14,15,16, 18, 20, 22</p> <p>33 lektioner a 45</p>
Arbejdsformer	<p>Elevoplæg, casearbejde (selvvalgt virksomhed), fremlæggelse og debat i plenum.</p> <p>Lærerstyret oplæg</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 12	[Internationalisering 2.g]
------------------	----------------------------

Forløbets indhold og fokus	<p>Eleverne er introduceret til virksomhedens internationalisering, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, virksomhedens interne p�r, internationaliseringsmodeller, markedsudv�lgelse herunder den tilf�eldige metode, n�rmarkedsmetoden, tragtmetoden, information om internationale markeder og kulturelle forhold.</p> <p>De har været fokus på praktiske eksempler incl. afsæt i en dansk iværksætters virksomhed, som er i gang med internationalisering</p>
Faglige mål	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning globalt, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold</p>
Kernestof	<p>Internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	<p>Marketing en grundbog i afsætning kap 9 lektioner af 45 min</p>
Arbejdsformer	<p>L�restyret oplæg, case arbejde, fremlæggelse i plenum</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 14	<p>�vrige fokusområder i 2.g</p>
Forløbets indhold og fokus	<p>I forbindelse med PBL-forløbet har der under erhvervs-case to om Louisiana været et særligt fokus på problembaseret læring og strategi, hvor eleverne har haft et særligt fokus på den strategiske proces og tilhørende analyser.</p> <p>Der har været et særligt fokus på skriftlighed herunder samfundsvidenskabelig metode på 3 lektioner a 45 min.</p> <p>Der har været fordybelsestid på 17 elevtimer. Eleverne har brugt disse på skriftlige afleveringer. Der er givet mundtlig feedback på klassen og skriftlig individuel feedback.</p> <p>Der har været to virksomhedsbesøg, dels om karrierelæring, dels om virksomhedernes forrentningsmodeller: House4it, NDI.</p> <p>Der er l�st et antal artikler som eleverne har valgt i relation det behandlede emne.</p>
Faglige mål	<p>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> <ul style="list-style-type: none"> – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afs�tning�konomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afs�tning�konomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante

	<p>afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	<p>Samfundsvidenskabelig metode, Forretningsmodeller, Værdikæder, Den eksterne situation</p> <ul style="list-style-type: none"> – Omverdensforhold nationalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder <p>Strategi</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
Arbejdsformer	Individuelt arbejde, par-arbejde.

Hertil i 2.g



Termin	Maj/juni 2024 skoleåret 2023/2024
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærsebøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1321-EF2324-AFS-IØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 15	Genopfriskning af 2.g primo 3.g /skriftlighed og internationalisering
Forløb 16	Strategiske analyser
Forløb 17	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Forløb 18	Internationalt parametermix
Forløb 19	Marketing plan og eksamensprojekt og eksamenstræning
Forløb 20	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 15	Opsamling fra 2.g
Forløbets indhold og fokus	Fokus på skoleårets skriftlighed i faget og opsamling fra forløb 8 i 2.g Der var fokus på Hofstede og Schein's kulturteorier/undersøgelser foruden virksomheders internationalisering/eksportberedskab, markedsudvælgelsesmetoder
Faglige mål	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 – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt og globalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 9 https://marketing.systime.dk/?id=1537 Samfundsvidenskabelig metode https://marketing.systime.dk/?id=154 7 lektioner
Arbejdsformer	[klasseundervisning, pararbejde, gruppearbejde, individuarbejde, fremlæggelse i plenum, skriftligt arbejde.]

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 16	Strategiske analyser
Forløbets indhold og fokus	Emnet strategiske analyser er gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til virksomhedens arbejde med vækststrategier, blue og red ocean strategier, porteføljeanalyse og -strategi, digitale forretningsmodeller -transformation og strategi samt bæredygtighed, herunder FN's verdensmål. Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none">– 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
Kernestof	Strategi <ul style="list-style-type: none">– Mission, vision og værdier– Konkurrencestrategier– Vækststrategier
Anvendt materiale.	[Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) kap 10 19 lektioner incl. skriftlighed
Arbejdsformer	Klasseundervisning, par og gruppearbejde, præsentation i plenum på baggrund af pp, øve fagfaglig og korrekt mundtlig fremstilling, skriftligt arbejde,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 17	Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv incl. producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Emnet gennemgået, så eleverne har fået indgående kendskab til international segmentering og internationale livstilsmodeller herunder VALS. Der er arbejdet med at koble især VALS til produkttyper. Eleverne har præsenteret deres arbejde på klassen Der er arbejdet i praksis med forståelsesopgaver, og øvrige cases til kap.
Faglige mål	-udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevanteafsætningsmæssige 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
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) kap 12
Arbejdsformer	Eleverne har arbejdet grupper omkring opgaver fra opgavebogen til forståelse af kapitlet. Samt selv udarbejdet cases, hvor de argumenterede for hvorfor danske virksomheder kunne få succes med eksport til givne segmenter i forskellige lande. Desuden virksomhedsbesøg hos McD, Solar med tilhørende forberedelse. Feedback på skriftlighed i alt 28 lektioner, heraf 8 lektioner til virksomhedsbesøg

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 18	Internationalt parametermix
Forløbets indhold og fokus	<p>Emnet international parametermix er gennemgået med afsæt i litteraturen og Danmarks Eksportkanon.</p> <p>For hvert parameter har eleverne i grupper analyseret, hvordan deres valgte virksomhed anvender parameteren, samt givet forslag til virksomhedens mulige strategiske arbejde med den pågældende parameter.</p> <p>For hver parameter har der været et kort oplæg fra underviseren, herefter har eleverne typisk fået 5 lektioner til deres arbejde. Herefter fremlæggelse i plenum med fokus på elevernes mundtlige kompetencer.</p> <p>Der er med andre ord arbejdet praksisnært og flere grupper har haft kontakt med de konkrete virksomheder.</p>
Faglige mål	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none">– 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	<p>Marketing mix</p> <ul style="list-style-type: none">– Marketing mixet både nationalt og globalt <p>Marketingplan</p> <ul style="list-style-type: none">– Marketingplanen både nationalt og globalt
Anvendt materiale.	<p>Marketing: Systime Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) Samt Danmarks Eksport Kanon kap 17, 19, 21, 23, 24 ,25 37 lektioner</p>
Arbejdsformer	<p>Eleverne har dels arbejdet i et længerevarende gruppearbejde vedr. Danmarks eksportkanon, dels lidt individuelt og dels i mindre grupper omkring cases fra opgavebogen til forståelse og repetition af kapitlerne</p> <p>Eleverne har trænet mundtlig gennemgang af teori og præsenteret deres analyse af deres valgte virksomheds anvendelse af de internationale parametre samt givet forslag til strategiske ændringer.</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 19	Marketing plan og eksamensprojekt og eksamenstræning
Forløbets indhold og fokus	Der har været fokus på eksamenstræning, udarbejdelse af marketingplan på baggrund af JYSK-casen Eleverne har set tre udsendelser om Lars Larsen, Sådan blev jeg Lars Larsen, Længe Leve Lars Larsen samt Danske Mad Men Desuden er der trænet mundtlig eksamenstræning, på eksamensligende vilkår.
Faglige mål	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 – 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	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne Den interne situation – Værdikæder – Porteføljeanalyser – Forretningsmodeller Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt og globalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudvælgelse – 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
Anvendt materiale.	Marketing: Systeme Ibog Marketing en grundbog i Afsætning Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen og Birte Ravn Østergaard (red.) I alt med repetition ca 35 lektioner.
Arbejdsformer	Eleverne har dels arbejdet individuelt og dels i mindre grupper primært om JYSK. Hvert tema/kernestofområde er behandlet i plenum efter selvstændigt/individuel forarbejde.

3. g i øvrigt

Følgende afleveringer ud over en række Power Point i f. m fremlæggelser og eksamenstræning så er følgende afleveringer besvaret:

1. Padel
2. Wally and Whiz
3. Kaffemarkedet
4. Bæredygtighed – Basic Appeal
5. Markedet for Take-away

I forbindelse med afleveringerne, både før og efter, er der givet tid til pararbejde, samt mundtlig og skriftlig feedback fra underviser.

Der er brugt ca. 8 lektioner på forberedelse til skriftlige afleveringer og feedback på ditto.

Der har været følgende virksomhedsbesøg

2.g Nordisk DækImport samt It for You

3.g. McD, SOLAR, Danske Bank, Naturli, Grundfos Huston Texas, Militærbase Texas,