

# Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	August til juni 2021/2022 Forløb 1 – forløb 7 August til juni 2022/2023 Forløb 7 fortsat - August til juni 2023/2024
<b>Institution</b>	Vejen Business College
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B - A
<b>Lærer(e)</b>	Bente Tærstøl
<b>Hold</b>	UVB-Afsætning B-hh1121-EF2223-VØ-AFS-MAT

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<b>Forløb 1</b>	<a href="#">Introduktion til Afsætning (Grundforløb)</a>
<b>Forløb 2</b>	<a href="#">Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)</a>
<b>Forløb 3</b>	<a href="#">Den interne situation</a> Delsvis vikar pga sygdom
<b>Forløb 4</b>	Dansk Detailhandel TK vikar
<b>Forløb 5</b>	Kirsebærentyret TK vikar
<b>Forløb 6</b>	<a href="#">Den eksterne situation</a>
<b>Forløb 7</b>	<a href="#">Konkurrenceforhold</a> Her slutter 1.g og vi genoptager herfra i 2.g
<b>Forløb 8</b>	<a href="#">Brancheforhold</a>
<b>Forløb 9</b>	<a href="#">Købsadfærd på BtC markedet</a> og Købsadfærd på BtB markedet
<b>Forløb 8</b>	Strategi
<b>Forløb 9</b>	<a href="#">Genopfriskning af 1 år</a> primo 2.g


## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 1</b>	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	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” <a href="https://marketing.systime.dk/?id=318">https://marketing.systime.dk/?id=318</a>
<b>Faglige mål</b>	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
<b>Kernestof</b>	Den interne og eksterne situation på et indledende niveau
<b>Anvendt materiale.</b>	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” <a href="https://marketing.systime.dk/?id=318">https://marketing.systime.dk/?id=318</a> Ca 15 lektioner a 45 min. 11,25
<b>Arbejdsformer</b>	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*

<b>Forløb 2</b>	Samfundsvidenskabelig metode i samarbejde med studiekompetencer
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<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>
<b>Faglige mål</b>	– stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller
<b>Kernestof</b>	Den samfundsvidenskabelige metode
<b>Anvendt materiale.</b>	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 <a href="https://marketing.systime.dk/?id=154">https://marketing.systime.dk/?id=154</a> alt i alt i 1.g 6 lektioner 4.5 timer
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 3</b>	Den interne situation
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomhedskarakteristik</li><li>• Konkurrencedygtighed</li><li>• Forretningsmodeller</li><li>• Business Model Canvas</li><li>• Værdikæder</li><li>• SW-opstilling</li></ul> <p>Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.</p>
<b>Faglige mål</b>	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt på et indledende niveau. Anvende afsætningsøkonomiske modeller. Fortolke og formidle informationer om afsætning.
<b>Kernestof</b>	Den interne situation, værdikæder, forretningsmodeller, SW-opstilling
<b>Anvendt materiale.</b>	<a href="https://marketing.systeme.dk/?id=142">https://marketing.systeme.dk/?id=142</a> 9 lektioner incl vikar TK
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

## Vikar for BT – TK Der blev arbejdet med følgende:

<b>Forløb 4</b>	Dansk detailhandel
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing – en grundbog i afsætning, 1. udg. 2018. Forfattere: Michael Brengdal, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn.</p> <p>Dansk E-handelsrapport Individuelle artikelsøgninger</p> <p>Formålet med dette forløb er at opnå kendskab til udviklingen i dansk detailhandel med fokus på detailhandlen i Vejen. Dette danner baggrund for hvilke udfordringer udviklingen skaber for en given butik i Vejen. Eleverne skal diskutere, hvordan udfordringerne kan imødekommes. Forløbet har fokus på det praksisnære, hvor der arbejdes på det redegørende, det analyserende og det diskuterende niveau. Forløbet bidrager til almen dannelse i forhold til på egen hånd at besøge en butik.</p>
<b>Omfang</b>	lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>I forløbet er der særlig fokus på udviklingen i E-handel og dennes betydning for de lokale butikker. Der opnås kendskab til en række nye begreber der relateres til den valgte butik. Derudover arbejdes med oplevelsesøkonomi.</p> <p>Begreber der er i fokus, er beliggenhedsformer, service, prisfastsættelse, priselasticitet, promotionsformer, sortiment, emballage, kvalitetsformer, distributionskæde, handels- og producentmærker, SWOT-opstilling samt oplevelsesøkonomi.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Gruppearbejde. Der udleveres opgaver til forløbet og resultatet præsenteres i plenum, således der videndes. Elevernes paratviden om de begreber de har arbejdet med afprøves ved en skriftlig test uden brug af hjælpemidler. Eleverne afleverer en diskussionsopgave om en detailbutiks anvendelse af oplevelsesøkonomi. Der gives formativ og summativ feedback.

<b>Forløb 5</b>	<b>Kirsebæventyret</b>
<b>Indhold</b>	<p>Anvendt litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systime, Marketing – en grundbog i afsætning, 1. udg. 2018. Forfattere: Michael Bregendal, Morten Haase, Rene Mortensen og Birte Ravn.</li> </ul> <p>Supplerende:</p> <p>Et iværksættereventyr om Frederiksdal Kirsebærvin. Find filmen her: <a href="https://vimeo.com/338644511">https://vimeo.com/338644511</a></p>
<b>Omfang</b>	<p>Lektioner</p> <p>BT retur – der anvendes 7 lektioner til fremlæggelse og forberedelse heraf.</p>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Dette virkelighedsnære forløb bygger på en filmbaseret case fra den virkelige verden, som giver et sjældent indblik ind i maskinrummet på en nystartet virksomhed. Forløbet fordrer et bredt brug af fagets kernestof, samtidig med at eleverne selvstændigt arbejder med virkelighedsnære problemstillinger. Dertil understøtter iværksætterrejsen, som casen tager eleverne med på, refleksioner om iværksætteri som karrieremulighed.</p> <p>Formålet med emneforløbet er at eleverne lærer at arbejde selvstændigt og tænke kreativt og innovativt samt fremmer elevernes evne til at arbejde med forretningsmodeller. Business Model Canvas var omdrejningspunktet og dertilhørende begreber; Produkt klassifikation, kvalitetsformer, sortiment, mærkestrategi distributionsstrategi, indirekte/direkte distribution, promotionsformer og prisfastsættelse. Der arbejdes på det redegørende taksonomiske niveau.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Arbejdsformer: Individuel og gruppearbejde. Der afleveres skriftligt arbejde til hver opgave, hvortil der gives skriftlig formativ feedback og til sidst også summativ feedback.</p>

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 6</b>	Den eksterne situation
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>Omverdensmodellen – OT-opstilling – Muligheds og trussels matrix og PESTEL-analyse.</p> <p>Der er arbejdet med opgaver fra bogen, samt særligt opgave Ungarn</p> <p>Tankegangskompetence, problemløsningskompetence, modelleringskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence særligt i forbindelse med skriftlig formidling og mundtlig fremstilling.</p>
<b>Faglige mål</b>	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.
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt, konkurrenceforhold
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Fordybelsestid 20 timer over perioden November til ultimo april 2022.</p> <p>Den eksterne situation: <a href="https://marketing.systime.dk/?id=1489">https://marketing.systime.dk/?id=1489</a></p> <p>8 lektioner 6 timer</p>
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, projektarbejdsform, skriftligt arbejde, pararbejde, mundtlig fremstilling



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 7</b>	Konkurrenceforhold
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Markedskarakteristik – konsument- og producentmarkedet – konkurrentidentifikation – markedsandel og præferencer – konkurrencemæssige positioner – konkurrentanalyse  Der er arbejdet med emneopgaver fra systime og perspektiveret til tidligere emner.
<b>Faglige mål</b>	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
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation Konkurrenceforhold
<b>Anvendt materiale.</b>	Systime: <a href="https://marketing.systime.dk/?id=1500">https://marketing.systime.dk/?id=1500</a> 9 lektioner i 1.g = 6.75
<b>Arbejdsformer</b>	Der har været fokus på taksonomiske niveauer, klasseundervisning, noteskrivning, skriftligt arbejde. Pararbejde og mundtlig fremstilling i plenum.

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

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

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 7</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet og på btb markedet.
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<p>S-O-R modellen – Behov – Købemotiver – 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>
<b>Faglige mål</b>	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
<b>Kernestof</b>	Den eksterne situation, købsadfærd btc, btb, ctb, etc
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>18 lektioner 13,5 timer.</p> <p>Skriftlig fordybelsestid: 7</p> <p>Kernestof:</p> <p>Systime Købsadfærd på konsumentmarkedet: <a href="https://marketing.systime.dk/?id=1510">https://marketing.systime.dk/?id=1510</a></p> <p>Systime Købsadfærd på producentmarkedet: <a href="https://marketing.systime.dk/?id=1519">https://marketing.systime.dk/?id=1519</a></p>
<b>Arbejdsformer</b>	<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 opponentgrupper til mundtlig feedback.</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 7 fordybelsestimer til skriftlig fremstilling og metode. Individuel skriftligt og mundtligt feedback.</p>

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

<b>Forløb 8</b>	Strategi
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<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>
<b>Faglige mål</b>	<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>
<b>Kernestof</b>	Strategi – Mission, vision, værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>1.g tre lektioner 2.15</p> <p>Skriftlig fordybelsestid:</p> <p>Kernestof:</p> <p>Strategi: <a href="https://marketing.systeme.dk/?id=1529">https://marketing.systeme.dk/?id=1529</a></p> <p>Supplerende stof</p> <p>Artikler:</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<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>

<b>Termin</b>	Maj/juni 2023 skoleåret 2022/2023
<b>Institution</b>	Vejen Business College
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B A
<b>Lærer(e)</b>	Bente Tærsebøl
<b>Hold</b>	UVB-Afsætning B-hh1121-EF2223-VØ-AFS-MAT

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget**

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

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 9</b>	Genopfrisk af 1.g
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	Hvad nåede klassen I 1.g Der er er særlig fokus på kap 2-8.  Artikler
<b>Faglige mål</b>	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
<b>Kernestof</b>	Den interne situation, Den eksterne situation
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing en grundbog i afsætning kap 2 – 8 incl. 11 lektioner af 45 min.
<b>Arbejdsformer</b>	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*

<b>Forløb 13</b>	Markedsanalyse
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	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
<b>Faglige mål</b>	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.
<b>Kernestof</b>	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing en grundbog i afsætning kap 1 Markedsanalyse 7 lektioner a 45 min.
<b>Arbejdsformer</b>	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*

<b>Forløb 10</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering på konsumentmarkedet
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	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 modellen, Danskernes motionsvaner fra idrættens analyseinstitut, samt virksomheders fokus på en troværdig positionering.
<b>Faglige mål</b>	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) – 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)
<b>Kernestof</b>	segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
<b>Anvendt materiale.</b>	Marketing en grundbog i afsætning kap 11 Gallup Kompas Conzoom Idrættens analyseinstitut, Danskernes motionsvaner 16 lektioner a 45 min
<b>Arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, mindre casearbejde, mundtlig fremlæggelse i plenum

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 11</b>	Marketingmix
------------------	--------------

<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<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>Fig. 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>
<b>Faglige mål</b>	<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"> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (virksomhedernes muligheder fremadrettet)</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (markedskortet, prisel,)</li> <li>– 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)</li> <li>– 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)</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (inddrage virksomhedsøkonomi)</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<p>Marketing mix</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Marketing mixet nationalt</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Marketing en grundbog i afsætning kap 14,15,16, 18, 20, 22</p> <p>33 lektioner a 45</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<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*

<b>Forløb 12</b>	[Internationalisering 2.g]
------------------	----------------------------



<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<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>
<b>Faglige mål</b>	<p>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning globalt, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold</p>
<b>Kernestof</b>	<p>Internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kulturelle forhold</li> <li>– Markedsudv�lgelse</li> <li>– Internationaliseringsmodeller</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	<p>Marketing en grundbog i afsætning kap 9 lektioner af 45 min</p>
<b>Arbejdsformer</b>	<p>L�restyret oplæg, case arbejde, fremlæggelse i plenum</p>

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 14</b>	<p>�vrige fokusområder i 2.g</p>
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	<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 er l�st et antal artikler som eleverne har valgt i relation det behandlede emne.</p> <p>Eksamensprojektet for Afsætning B 15 lektioner af 45 min. Eksamenscasen var Ditur.dk</p>
<b>Faglige mål</b>	<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"> <li>– identificere, formulere og l�se udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afs�tning�konomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afs�tning�konomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Kernestof</b>	<p>Samfundsvidenskabelig metode, Forretningsmodeller, Værdikæder, Den eksterne situation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Omverdensforhold nationalt</li> <li>– Branche- og konkurrenceforhold</li> <li>– Købsadfærd på business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</li> </ul> <p>Strategi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mission, vision og værdier</li> <li>– Konkurrencestrategier</li> <li>– Vækststrategier</li> </ul>
<b>Anvendt materiale.</b>	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
<b>Arbejdsformer</b>	Individuelt arbejde, par-arbejde.

## Hertil i 2.g

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 1</b>	[Indsæt en overordnet titel for undervisningsforløbet]
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]
<b>Faglige mål</b>	[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]
<b>Kernestof</b>	[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]
<b>Anvendt materiale.</b>	[Angiv hvilke materialer, der har været anvendt i forløbet, fordelt på kernestof og supplerende stof. Angiv desuden omfanget i form af antal sider/procent og en angivelse af forløbets samlede undervisningstid og fordybelsestid (opgøres i timer a 60 minutter. Læs mere herom i bekendtgørelse af lov om de gymnasiale uddannelse § 19)]

<b>Arbejdsfor- mer</b>	[Angiv de væsentligste arbejdsformer, der er anvendt i forløbet, fx klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, projektarbejdsform, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, eksperimentelt arbejde.]
----------------------------	--

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

*Nb! Et skema for hvert forløb*

<b>Forløb 1</b>	[Indsæt en overordnet titel for undervisningsforløbet]
<b>Forløbets indhold og fokus</b>	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]
<b>Faglige mål</b>	[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]
<b>Kernestof</b>	[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]
<b>Anvendt materiale.</b>	[Angiv hvilke materialer, der har været anvendt i forløbet, fordelt på kernestof og supplerende stof. Angiv desuden omfanget i form af antal sider/procent og en angivelse af forløbets samlede undervisningstid og fordybelsestid (opgøres i timer a 60 minutter. Læs mere herom i bekendtgørelse af lov om de gymnasiale uddannelse § 19)]
<b>Arbejdsfor- mer</b>	[Angiv de væsentligste arbejdsformer, der er anvendt i forløbet, fx klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, projektarbejdsform, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, eksperimentelt arbejde.]