



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Jan./16 – dec./16
Institution	Frederikshavn Handelsskole
Uddannelse	EUX
Fag og niveau	Afsætning B, Bek. Nr. 777 af 26/06/2016 om uddannelsen til højere handelseksamnen, bilag 8
Lærer(e)	Jimmi Emil Nielsen
Hold	3xa 16

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold
Titel 3	Virksomhedsadfærd på konsumentmarkedet
Titel 4	Virksomhedsadfærd på producentmarkedet
Titel 5	Segmentering og positionering
Titel 6	Metode - Virksomhedens informationsindsamling
Titel 7	Virksomhedens konkurrenceforhold og konkurrencemæssige position
Titel 8	4 p'er – parameterindsats – virksomhedens marketingmix
Titel 9	Virksomhedens internationalisering og markedsudvælgelse



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

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Indhold	Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (103 – 157) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015 Supplerende stof: Diverse artikler - Internet
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokus-punkter	Målet med undervisningsforløbet er, at eleverne nærmere skal lære det analytiske niveau for i progression at kunne vurdere og perspektivere værdikæden og den stærke og svage sider. Endvidere værdikædens strategiske ophav i forhold til mulige vækst- og konkurrencestrategier Fokuspunkter i virksomhedens interne forhold: Værdikæden og dens anvendelighed i forhold til analyse af virksomhedens svage/stærke sider. Virksomhedens strategiske analyse. Virksomhedens vækst- og konkurrencestrategier
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion. Øvelsesopgaver Opgavepræsentation for klassen Gruppe og selvstændigt arbejde Casearbejde



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

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (66 - 101) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler omhandlende forhold omkring samfundsøkonomien pt., teknologiske udviklingsområder, den voksende ældregruppe og politiske tiltag med relevans for erhvervslivet. Internet</p>
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokuspunkter	<p>Omverdensmodellen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Afhængige omverden• Uafhængige omverden• Virksomhedens reaktion på ændringer i omverdenen <p>PEST- modellen Eleverne skal med udgangspunkt i deres viden fra det erhvervsøkonomiske grundforløb samt supplerende stof kunne redegøre for virksomhedens omverdensforhold og vurdere dens betydning for virksomhedens muligheder og trusler</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Individuel besvarelse af skriftlige opgaver Gruppearbejde med mundtlig fremlæggelse og anvendelse af power point. Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion</p>



[Retur til forside](#)

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

Titel 3	Virksomhedsadfærd på konsumentmarkedet
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (158 - 202) + (226 – 231) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Supplerende stof: Artikler fra fagblade om detailhandlens udvikling. Internettet.</p>
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokuspunkter	<p>Købsadfærd:</p> <ul style="list-style-type: none">• Købsadfærdsmodeller og -teorier• Købsmotiver• Købstyper/købsklasser• Beslutningsproces• Købsroller <p>Baggrundsforhold:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kulturelle forhold• Sociale forhold• Personlige forhold• Psykologiske forhold <p>Gruppeopgaver hvor eleverne skal analysere og vurdere købsadfærden på konsumentmarkedet – fremlæggelse og evaluering.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion Øvelsesopgaver med præsentation for klassen Gruppearbejde og individuelt arbejde



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

Titel 4	Virksomhedsadfærd på producentmarkedet
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (204 - 225) + (226 – 231) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Valg af lokale virksomheder og analyser af deres delmarkeder. Internettet</p>
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokuspunkter	<p>Producentmarkedets delmarkeder:</p> <ul style="list-style-type: none">• Det industrielle marked• Det offentlige marked• Melleghandlermarkedet <p>Producentmarkedets karakteristika:</p> <ul style="list-style-type: none">• Beslutningsproces• Købscenter• Valgkriterier• Købstyper <p>Baggrundsforhold der påvirker købsadfærden:</p> <ul style="list-style-type: none">• Forhold i omverdenen• Organisatoriske forhold• Sociale forhold• Personlige forhold <p>Relationsdannelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Transaktionsmarkedsføring• Relationsmarkedsføring• Industrielt netværk <p>Gruppeopgave hvor eleverne skal analysere og vurdere købsadfærden på producentmarkedet – virksomhedens egen placering og de udfordringer den teknologiske udvikling medfører</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Læreroplæg med klassesdiskussion Elevstyret undervisning med teorigennemgang Casearbejde med en vis lærerstyring Gruppeopgaver</p>



[Retur til forside](#)

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

Titel 5	Segmentering og positionering
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (233 - 267) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Udgangspunkt i en større analyse fra DS vedr. ”Den økologiske forbruger” Praksis anvendelse af livsstilsmodellen ”Conzoom” Links til landeinformationer</p>
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokus-punkter	<p>Kunne gennemføre en segmentering på såvel konsument- som producentmarkedet ud fra kendskab til relevante segmenteringskriterier, herunder inddragelse af livsstilsanalyser.</p> <p>Ud fra segmenteringen vælges målgruppe(r) og målgruppestrategi.</p> <p>Anvendelse af begreberne differentiering og positionering – deres forudsætninger og betingelser.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde

[Retur til forside](#)



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

Titel 6	Metode – virksomhedens informationsindsamling
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (51 - 65) + (269 – 308) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Supplerende stof: Eleverne har arbejdet med en opgave, hvor de skulle udarbejde selvvalgte markedsanalyser på skolen.</p>
Omfang	Løbende progression hen over perioden
Særlige fokuspunkter	<ul style="list-style-type: none">• Informationssøgning• Primære og sekundære data• Indsamlingsmetoder• Kvalitative og kvantitative data• Vurdering af information – kritisk stillingtagen• Repræsentativitet• Konklusioner på resultater• Præsentation af analyseresultater
Væsentligste arbejdsformer	Tilrettelæggelse af analyseopgaver Læreroplæg med diskussion Casearbejde med en vis lærerstyring

[Retur til forside](#)



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

Titel 7	Virksomhedens konkurrenceforhold og konkurrencemæssige position
Indhold	<p>Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (310 - 345) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015</p> <p>Supplerende stof: Undersøgelse af juicemarkedet - udbydere og deres størrelse. Nettet med relevante artikler, hjemmesider og youtube klip</p>
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokuspunkter	<p>Fokus på elevernes evne til at indsamle egne informationer.</p> <ul style="list-style-type: none">• Konkurrenceidentifikation - konkurrenceformer• Konkurrentanalyse• Indsamling af konkurrentoplysninger• Konkurrencemæssige position: markedsleder/udfordrer/følger/nicher <p>analysere konkurrencesituation og vurdere de muligheder der er for et henholdsvis angreb/forsvar af den nuværende position.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og gruppearbejde

[Retur til forside](#)



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

Titel 8	4 p'er – parameterindsats – virksomhedens marketingmix
Indhold	Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (347 - 524) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015
Omfang	Løbende med progression hen over tiden
Særlige fokus-punkter	Centrale modeller i forløbet: <ul style="list-style-type: none">• Marketingmixets bestanddele• Produktudvikling• Prisfastsættelse• Distribution• Kommunikation Vigtigt at eleverne har et overordnet overblik over virksomhedens handlingsparametre i forhold til virksomhedens strategiske ageren og i forhold til den fastlagte målgruppe
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og enkeltmands- og gruppearbejde

[Retur til forside](#)



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

Titel 9	Virksomhedens internationalisering og markedsudvælgelse (På tænkt undervisningsforløb)
Indhold	Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (525 - 546) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015
Omfang	8 lektioner
Særlige fokus-punkter	<ul style="list-style-type: none">• Eksportmotiver• Bør virksomheden begynde at eksportere?• Eksportbarrierer• Eksportberedskab• tragtmetoden <p>Eleverne skal med fokus på eksport, kende de udfordring og værkstøjer som virksomheder står overfor i deres eksportplanlægning, det være sig af kulturelle, politiske og økonomiske art.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Teori: Klasseundervisning Dialog lærer – elever og elever – elever Opgaver: Gruppearbejde, individuelt arbejde Progression: Der vil være fokus på indlæring af teori og disse teoriers anvendelse til beskrivelse, analyse og vurdering af virksomhedens eksport-potentiale