



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Aug. 16/maj 17
<b>Institution</b>	Frederikshavn Handelsskole
<b>Uddannelse</b>	EUX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B
<b>Lærer(e)</b>	Jimmi Emil Nielsen
<b>Hold</b>	3xb 17

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

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



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

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Indhold</b>	Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (103 – 157) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015  Supplerende stof: Diverse artikler - Internet
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokus-punkter</b>	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
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion. Øvelsesopgaver Opgavepræsentation for klassen Gruppe og selvstændigt arbejde Casearbejde



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

<b>Titel 2</b>	Virksomhedens eksterne forhold
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Omverdensmodellen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Afhængige omverden</li><li>• Uafhængige omverden</li><li>• Virksomhedens reaktion på ændringer i omverdenen</li></ul> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<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)

<b>Titel 3</b>	Virksomhedsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Købsadfærd:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Købsadfærdsmodeller og -teorier</li><li>• Købsmotiver</li><li>• Købstyper/købsklasser</li><li>• Beslutningsproces</li><li>• Købsroller</li></ul> <p>Baggrundsforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kulturelle forhold</li><li>• Sociale forhold</li><li>• Personlige forhold</li><li>• Psykologiske forhold</li></ul> <p>Gruppeopgaver hvor eleverne skal analysere og vurdere købsadfærden på konsumentmarkedet – fremlæggelse og evaluering.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning med teorigennemgang og diskussion Øvelsesopgaver med præsentation for klassen Gruppearbejde og individuelt arbejde



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

<b>Titel 4</b>	Virksomhedsadfærd på producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Producentmarkedets delmarkeder:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Det industrielle marked</li><li>• Det offentlige marked</li><li>• Melleghandlermarkedet</li></ul> <p>Producentmarkedets karakteristika:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Beslutningsproces</li><li>• Købscenter</li><li>• Valgkriterier</li><li>• Købstyper</li></ul> <p>Baggrundsforhold der påvirker købsadfærden:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Forhold i omverdenen</li><li>• Organisatoriske forhold</li><li>• Sociale forhold</li><li>• Personlige forhold</li></ul> <p>Relationsdannelser:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Transaktionsmarkedsføring</li><li>• Relationsmarkedsføring</li><li>• Industrielt netværk</li></ul> <p>Gruppeopgave hvor eleverne skal analysere og vurdere købsadfærden på producentmarkedet – virksomhedens egen placering og de udfordringer den teknologiske udvikling medfører</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<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)

<b>Titel 5</b>	Segmentering og positionering
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokus- punkter</b>	<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>
<b>Væsentligste ar- bejdsformer</b>	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/eksperimentelt arbejde

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 6</b>	Metode – virksomhedens informationsindsamling
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende progression hen over perioden
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informationssøgning</li><li>• Primære og sekundære data</li><li>• Indsamlingsmetoder</li><li>• Kvalitative og kvantitative data</li><li>• Vurdering af information – kritisk stillingtagen</li><li>• Repræsentativitet</li><li>• Konklusioner på resultater</li><li>• Præsentation af analyseresultater</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Tilrettelæggelse af analyseopgaver Læreroplæg med diskussion Casearbejde med en vis lærerstyring

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 7</b>	Virksomhedens konkurrenceforhold og konkurrencemæssige position
<b>Indhold</b>	<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>
<b>Omfang</b>	Løbende med progression hen over tiden
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fokus på elevernes evne til at indsamle egne informationer.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konkurrenceidentifikation - konkurrenceformer</li><li>• Konkurrentanalyse</li><li>• Indsamling af konkurrentoplysninger</li><li>• Konkurrencemæssige position: markedsleder/udfordrer/følger/nicher</li></ul> <p>analysere konkurrencesituation og vurdere de muligheder der er for et henholdsvis angreb/forsvar af den nuværende position.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og gruppearbejde

[Retur til forside](#)





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

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

[Retur til forside](#)



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

<b>Titel 9</b>	Virksomhedens internationalisering og markedsudvælgelse <b>(På tænkt undervisningsforløb)</b>
<b>Indhold</b>	Kernestof: Lærebog i Afsætning Niveau B (525 - 546) Opgavebog til do. Lene Jenrich m.fl. Forlaget Trojka 2015
<b>Omfang</b>	8 lektioner
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eksportmotiver</li><li>• Bør virksomheden begynde at eksportere?</li><li>• Eksportbarrierer</li><li>• Eksportberedskab</li><li>• tragtmetoden</li></ul> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	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