

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj-juni 2022/23
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	Hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Mose Jespersen, Finn Dyrbye Mogensen
Hold	hh2c22

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Hvad er en virksomhed
Titel 2	Marketingmix
Titel 3	Den eksterne situation
Titel 4	Den interne situation
Titel 5	Strategi
Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 7	Købsadfærd på producentmarkedet
Titel 8	Markedsanalyse
Titel 9	
Titel 10	
Titel 11	
Titel 12	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 1	Hvad er en virksomhed
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave, Kapitel 1 + Strategiske grupper ”Beskriv dit fritidsarbejde”
Omfang	6 timer /30 sider
Særlige fokus-punkter	Klassens introduceres til faget og væsentlige fagbegreber. Fokus på at opnå grundlæggende forståelse for faget samt indlæring af fagbegreber
Væsentligste arbejdsformer	Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning parvist. Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 2	Marketingmix
Indhold	<p>Afsætning A, Trojka 4. udgave, bind 2 Udsnit fra kapitel 20 – 27</p> <p>Kvalitetsdimensioner, Sortiment, Oplevelsesøkonomi, PLC-kurven, Mærkevarestrategi, Private Labels Servicevirksomheder – servicekoncept, klassificering, kendetegn og de 7 p'er Prisstrategier i forhold til produktkvalitet, psykologiske priser, Distributionsstrategier, distributionsmuligheder, distributionskanaler, Kædetyper, AIDAE modellen, influencermarketing som supplerende stof, Salgsargumenter, Kommunikationsparametre, Digitale medier – owned, paid, earned.</p> <p>Diverse artikler</p>
Omfang	24 timer/74 sider
Særlige fokuspunkter	Økonomisk tankegangskompetence i forhold til at opnå en indsigt i en virksomheds interne hold vedrørende handlingsparametrene
Væsentligste arbejdsformer	Casebaseret undervisning og gruppearbejde med henblik på øget faglig dialog i små trygge gruppesammenhænge. Tillige opsamling ved delt undervisning for at stimulere mundtlighed samt udarbejdelse af reklamer.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 3	Den eksterne situation
Indhold	<p>Omverdensmodellen: Afsætning A, Trojka, 4. udgave, Kapitel 8</p> <p>Omverdensanalysen samt introduktion af begreberne ”attraktive muligheder” og ”alvorlige trusler” med henblik på udarbejdelsen af en OT-analyse.</p> <p>Diverse artikler</p> <p>Porters five forces: Afsætning A, trojka, 4. Udgave kapitel 14 Brancheanalysen</p> <p>Konkurrenceforhold: Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 13, Kapitlerne 14 (i uddrag) og 15 (hele kapitlet)</p> <p>Fokus på konkurrenter som en del af omverdensanalysens afhængige forhold.</p> <p>Konkurrenceformer introduceres Strategiske grupper Skydeskivemodellen Konkurrencemæssige positioner Markedets størrelse</p> <p>Mindre opgaver om skydeskivemodellen og elevernes egne eksempler Dagligvarebranchen anvendt til illustration af konkurrenceformer og strategiske grupper</p> <p>Købsadfærd B2C markedet Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 9 (undtagen S-O-R-modellen og kunderejsen) Kapitel 10 i uddrag Kapitel 18 i uddrag</p> <p>Grundlæggende købsadfærdsteori Konsumentens baggrundsforhold: behov og købemotiver Målgruppebeskrivelse med inddragelse af Minerva Udarbejdelse af Personaer</p>
Omfang	10 timer /55 sider 4 timer / 9 sider 9 timer /63 sider

	8 timer /35 sider
Særlige fokus-punkter	<p>Økonomisk tankegangskompetence i forhold til at opnå en indledende indsigt i forskellige omverdensforholds betydning for en virksomhed.</p> <p>Databehandlingskompetencen i form af informationssøgning på DST samt vurdering og bearbejdning af data.</p> <p>Tillige fremstilling af bilag</p> <p>Modelleringskompetencen.</p> <p>At opnå forståelse for teorien i sig selv og i sammenhæng med omverdensmodellen.</p> <p>At kunne skelne mellem modeller anvendt på mikro- og mesoniveau, så elevernes evne til at arbejde på såvel virksomheds- som brancheniveau opøves.</p> <p>Modelleringskompetencen</p> <p>At opnå en basal viden om købsadfærdsteori og i særlig grad at se sammenhænge mellem de mange teorimodeller.</p> <p>At opnå en forståelse for sammenhængen mellem målgruppe, persona og købsadfærd.</p> <p>At arbejde med kommunikationskompetencen i skriftlig formidling.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning parvist.</p> <p>Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling.</p> <p>Individuelt skriftlig arbejde baseret på egen informationssøgning.</p> <p>Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. små fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer</p> <p>Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning i grupper.</p> <p>Introducerende skriftligt arbejde</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 4	Den interne situation
Indhold	<p>Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kapitel 6</p> <p>Værdiskabelse og kernekompetence Værdikæden for produktionsvirksomheder, handelsvirksomheder og servicevirksomheder Konkurrencemæssig fordel Introduktion til SW-analysen</p> <p>Produkt – sortiment, kvalitetsdimensioner, emballage egenskaber Pris – prisstrategier, psykologiske priser Place – distributionsstrategier, kædetyper Promotion – positioneringsplatform esp, usp, isp.</p> <p>Forretningsmodel Business Model Canvas</p> <p>Diverse artikler</p> <p>Case om Wally and Whiz</p>
Omfang	15 timer /44 sider
Særlige fokus-punkter	<p>Modelleringskompetence Tankegangskompetencen trænes ved elevernes arbejde med vurdering af hvilke forhold, der er væsentlige for virksomhedens værdiskabelse og dermed virksomhedens fremtidige afsætning.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og diverse opgaveløsning.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 5	Strategi
Indhold	<p>Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 7, 16 i uddrag og 17 i uddrag</p> <p>Vision, mission SWOT TOWS Ansoffs vækstmatrix (vækst ved intensivering) Generisk konkurrencestrategi</p> <p>Teorimodeller er løbende inddraget i forbindelsen med øvrig opgaveløsning. Tillige mindre opgave om LOOP Fitness samt større opgave om AQUA d'Or og TOWS kombineret med Zleep Hotels</p>
Omfang	20 timer/29 sider
Særlige fokus-punkter	<p>Modelleringskompetence. At opnå en basal viden om strategimodeller samt indlæring i at inddrage og anvende modellerne sammen med øvrig opgaveløsning.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Almindelig klasseundervisning, par- og gruppearbejde samt små skriftlige træningsopgaver.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 18 + kort introduktion til kapitel 19 om differentiering og positionering
Omfang	6 timer /28 sider
Særlige fokus-punkter	Problembehandlingskompetencen med udarbejdelse af en selvvalgt fiktiv virksomheds målgruppevalg med gennemgang af hele segmenteringsprocessen.
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde med en videoproduktion som færdig produkt af segmenteringsprocessen.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 7	Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 11, Kapitel 12
Omfang	≈12 timer/33 sider
Særlige fokus-punkter	udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst at forstå forskellen mellem købsadfærden på B2C markedet og B2B markedet relationsmarkedsføring vs. transaktionsmarkedsføring
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, caseopgaver

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 8	Markedsanalyse
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave Kapitel 4, Kapitel 5
Omfang	≈10 timer/44 sider
Særlige fokus-punkter	indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng Field- og deskresearch Kvalitative- og kvantitative data Big data
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, caseopgaver