



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-juni 2020
Institution	Gymnasiet HHX Ringkøbing, Uddannelsescenter Ringkøbing-Skjern
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Ellen Morsing Kristensen/Martin Lykke Bach (HH2c19 fra Titel 7)
Hold	HH2c19

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Købsadfærd (Efterspørgselsforhold)
Titel 2	Konkurrenceforhold (Udbudsforhold)
Titel 3	Værdikæden + de 4 p' er (Interne forhold)
Titel 4	Strategisk analyse (SWOT)
Titel 5	Konkurrencestrategier (Generiske konkurrencestrategier)
Titel 6	Repetitionsforløb (Quiz)
Titel 7	Intro, Strategi, Segmentering og målgruppevalg, Differentiering og positionering
Titel 8	Induktiv og introducerende tilgang til Marketingmixet
Titel 9	Marketingmixet uddybet
Titel 10	Eksamenstræningsprojekt, repetition og eksamenstræning samt kort forløb om metode og markedsanalyse
Titel 11	B2B købsadfærd



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

Titel 1	Købsadfærd (Efterspørgselsforhold)
Indhold	Grundbogen Afsætning A, Trojka, 4. udgave. Kapitel 9+10, s. 206-226 + 243-250 Diverse artikler + film.
Omfang	15 timer
Særlige fokus-punkter	Særligt fokus på forskellen mellem de taksonomiske niveauer ved at lære eleverne at ramme niveauerne med kernestofområdet.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning



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

Titel 2	Konkurrenceforhold (Udbudsforhold)
Indhold	Grundbogen Afsætning A, Udgave 4, Kapitel 13, 14 + 15 s. 287-291 + 292-303 + 316 + 320+ 326 Diverse artikler
Omfang	10 timer
Særlige fokuspunkter	Fokus på faglig mundtlighed og skriftlighed igennem kommunikationskompetencen, hvor eleverne trænes i at formidle relevante forhold om virksomhedens udbudsforhold.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning

[Retur til forside](#)



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

Titel 3	Værdikæden + de 4 p' er (Interne forhold)
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Diverse artikler
Omfang	10 Timer
Særlige fokus-punkter	Fokus på tankegangskompetencen ud fra relevante forhold, der skaber værdi for virksomheden. Desuden fokus på modelleringskompetencen med at forklare modellen.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning

[Retur til forside](#)



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

Titel 4	Strategisk analyse (SWOT)
Indhold	Grundbogen Afsætning A, Udgave 4, Kapitel 7 s. 172-175 Diverse artikler
Omfang	10 Timer
Særlige fokuspunkter	Særligt fokus på ræsonnementskompetencen og problemløsningskompetencen som optakt til strategiske tiltag på 2. år.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning

[Retur til forside](#)



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

Titel 5	Konkurrencestrategier (Generiske konkurrencestrategier)
Indhold	Grundbogen Afsætning A, Udgave 4, Kapitel 17 s. 360-365 Diverse artikler
Omfang	6 timer
Særlige fokus-punkter	Primært fokus på sammenhæng til værdikæde samt konkurrencemæssige positioner for at uddybe modelleringskompetencen.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning

[Retur til forside](#)



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

Titel 6	Repetitionsforløb
Indhold	Forløbet har til formål at repetere de kapitler, vi har været igennem: Kapitel 1, 2, 6, 8, 9, 10, 13, 14 + 15.
Omfang	5 timer
Særlige fokus-punkter	At give eleverne egen rådighed over ”undervisningen” og øve dem i kommunikationskompetencen ved at formidle overfor sine klassekammerater.
Væsentligste arbejdsformer	Eleverne valgte selv.

Titel 7	Intro, Strategi, Segmentering og målgruppevalg, Differentiering og positionering
Indhold	<p>Trojka: Afsætning A, 4. udgave kap 6, 7, 16, 17, 18 og 19 og dertilhørende og (selv)konstruerede opgaver, øvelser og spil.</p> <p>Interne forhold: Business Model Canvas, innovation og innovative forretningsmodeller, disruption og disruptive forretningsmodeller</p> <p>Vækststrategier <i>Mål</i> <i>Vækststrategier</i> Intensivering (markedspenetration, markedsudvikling, produktudvikling), Integration (Vertikal og horisontal integration, strategisk alliance), diversifikation <i>Frasalg og lukning</i></p> <p>Konkurrencestrategier <i>Konkurrenctrekanten</i></p>



	<p><i>Porters konkurrencestrategier/generiske strategier:</i> Omkostningsleder, omkostningsfokus, differentiering, fokuseret differentiering, valg af konkurrencestrategi, vurdering af Porters konkurrencestrategier <i>Blue Ocean Strategi</i> <i>Deleøkonomi</i> <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p>Strategisk analyse <i>Strategisk planlægning:</i> Styringsniveauer <i>Virksomhedens idé og vision</i> <i>Porteføljeanalyse:</i> Boston-modellen, virksomhedens porteføljestrategier</p>
Omfang	25 timer /100 sider
Særlige fokus-punkter	Der arbejdes både med konstruerede og autentiske cases – inkl. sammenkoblinger/perspektivering til elevernes tidligere deduktive gruppe- og projektarbejde samt SO3
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer. Forløbet har en deduktiv tilgang i form af tavleundervisning og værkstedsundervisning. Forløbet har en induktiv tilgang i form af klassedialog som ofte kombineres med tavleundervisning.

Titel 8	Induktiv og introducerende tilgang til Marketingmixet
Indhold	Trojka: Afsætning A, 4. udgave kap 20-27 + tekster og opgaver om de 4 P'er som sådan.
Omfang	15 timer / 100 sider
Særlige fokus-punkter	Formålet med forløbet er at give eleverne mulighed for - på induktivt og introducerende plan - at øve sig i og udvikle grundlæggende indsigt i og forståelse for hvorledes virksomheder anvender og/eller kan/bør anvende forskellige handlingsparametre, som hører under de 4 P'er i marketingmixet. Målet er, at det vil give bedre grobund for en mere dybdegående og sammenhængende forståelse samt analyse- og vurderingsevne, når teorien senere gennemgås mere detaljeret.



Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer. Eleverne skal individuelt og i grupper arbejde med at kunne analysere, argumentere og ræsonnere for og imod forskellige måder at anvende handlingsparametrene på. Det induktive undervisningsprincip vs. klassedialog-/samarbejdsrummet samt træningsrummet i læringscirklen har været fremherskende.
-----------------------------------	--

Titel 9	Marketingmixet uddybet
Indhold	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Trojka Afsætning A, 4. udgave bind 1 (og 2) + tekster og opgaver om de 4 P'er - og øvrige kernestofområder. Forløbet bygger oven på et introducerende forløb om marketingmixet og relevante øvrige kernestofområder inddrages løbende. Cases/opgaver om bl.a. Flying Tiger Copenhagen, Taxabranchen og Stryhn's. Reklamefilm om Stryhn's.
Omfang	12 timer / 75 sider
Særlige fokuspunkter	Formålet med forløbet er at give eleverne mulighed for - på både induktivt og deduktivt plan - mere dybdegående at øve sig i og udvikle yderligere indsigt i og forståelse for hvorledes virksomheder anvender og/eller kan/bør anvende forskellige handlingsparametre, som hører under de 4 P'er i marketingmixet. Målet er, at det vil give bedre grobund for en mere dybdegående og sammenhængende forståelse samt analyse- og vurderingsevne af selve marketingmixet samt at kunne perspektivere det til relevante kernestofområder. Desuden vil der være fokus på skriftlighed og taksonomiske niveauer ift. Stryhn's casen.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.

Titel 10	Eksamenstræningsprojekt, repetition og eksamenstræning samt kort forløb om metode og markedsanalyse
Indhold	Trojka bind 1 (og 2) + tekster, artikler opgaver, afleveringer, eksamensprojekt. Diverse artikler og øvrig information om Primo Tours Formålet med forløbet er at repetere og blive fagligt stærkere i kernestofsområderne. Formålet med forløbet er, at eleverne skal arbejde med et eksamenstræningsforløb om Primo Tours. Dette forløb vil også fungere som et repetitionsforløb, da det dækker kernestofområderne bredt.
Omfang	10 timer / 50
Særlige fokuspunkter	Hovedfokus er eksamensforløbet om Primo Tours inkl. opgaver, hvor der skal perspektiveres til eksamensforløbet. Der vil være fokus på eksamenstræning og herunder træne eleverne i at perspektivere eksamensforløbet om Primo Tours til andre virksomhedscases.



Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser og klassediskussioner. Individuelle og gruppeafleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.
-----------------------------------	---

Titel 11	B2B købsadfærd
Indhold	Købsadfærd B2B <i>B2B-markedets delmarkeder:</i> Det industrielle-, det offentlige- og mellemlandlermarkedet, B2B-markedets karakteristika <i>Købsadfærd på B2B-markedet:</i> Købsadfærdsanalyser (købscenter, købstyper, købsprocessen, valgkriterier) Baggrundsforhold B2B kap <i>Forhold, der påvirker købsadfærden:</i> Omverdens-, organisatoriske-, sociale, personlige forhold <i>Markedsføring på B2B-markedet:</i> Forskelle på købsadfærden mellem B2C- og B2B-markedet, marketingmix på B2C- og B2B-markedet, licitation <i>Relationer:</i> Transaktionsmarkedsføring kontra relationsmarkedsføring <i>CRM (Customer Relationship Management):</i> Udvikling af CRM
Omfang	5 timer / 30
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning, individuelt og gruppearbejde, gruppefremlæggelser og klassediskussioner. Individuelle og gruppeafleveringer. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.

[Retur til forside](#)