



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-juni 2021/22
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning B
Lærer(e)	Mette Marie Klausen (mm)
Hold	hh2b21

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Introduktion - Hvad er en virksomhed?
Titel 2	Konkurrencemæssige positioner
Titel 3	Eksterne situation (omverdensforhold)
Titel 4	Eksterne situation (branche og konkurrenceforhold)
Titel 5	Eksterne situation (købsadfærd på B2C-markedet og B2B-markedet)
Titel 6	Den interne situation (værdikæder og forretningsmodellen BMC)
Titel 7	Strategi
Titel 8	Repetition Raw Bite
Titel 9	Segmentering, målgruppevalg og positionering på B2C-markedet
Titel 10	Marketing mix på B2C-markedet
Titel 11	Eksamensprojekt



Titel 1	Introduktion - Hvad er en virksomhed?
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave kap. 1 side 15-32. ”Beskriv dit fritidsarbejde” Inddragelse af de strategiske grupper.
Omfang	4 timer 20 sider
Særlige fokuspunkter	Klassen introduceres til faget og væsentlige fagbegreber. Fokus på at opnå grundlæggende forståelse for faget samt indlæring af fagbegreber.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, samt opgaveløsning individuelt, parvis og i grupper. Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling.

[Retur til forside](#)



Titel 2	Konkurrencemæssige positioner
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave kap. 15 side 320-336. Artikler bl.a. ”Imerco slår butikker sammen for at øge indtjeningen”, Finans, juni 2019
Omfang	6 timer 25 sider
Særlige fokuspunkter	De konkurrencemæssige positioner er anvendt for at bibringe eleverne en yderligere forståelse af begrebet ”branche” samt for at tilføre eleverne en grundlæggende forståelse for en virksomheds konkurrencesituation. Ved skriftligt arbejde er der fokus på at arbejde med belæg og faglighed.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning med inddragelse af gruppearbejde og pararbejde for at stimulere elevernes aktivitetsniveau samt mundtlige formidling. Skriftligt arbejde med virksomhedsbeskrivelse af Arla.

[Retur til forside](#)



Titel 3	Eksterne situation (omverdensforhold)
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave <u>Casebaseret arbejde:</u> Filmen: ”Felix jagter vejen til succes” hos vandsheiken Allan Feldt. Diverse artikelmateriale om Aqua d’Or
Omfang	10 timer 35 sider
Særlige fokuspunkter	Økonomisk tankegangskompetence i forhold til at opnå en indledende indsigt i forskellige omverdensforholds betydning for en virksomhed.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.

[Retur til forside](#)

Titel 4	Eksterne situation (branche og konkurrenceforhold)
Indhold	Afsætning A, Trojka 4. udgave kap. 14 konkurrenceforhold side 292-314. Diverse artikler.
Omfang	10 timer/30 sider
Særlige fokuspunkter	Fokus på konkurrentidentifikation, konkurrenceformer, brancheanalyse.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.



Titel 5	Eksterne situation (købsadfærd på B2C-markedet og B2B-markedet)
Indhold	<p>Analyse af købsadfærden på B2C-markedet (konsumentmarkedet). S-O-R-modellen, behov, købemotiver, købstype, beslutningsproces og købsroller er behandlet. Den ændrede købsadfærd zmot er kort inddraget.</p> <p>Købsadfærden på B2B-markedet. B2B-markedets delmarkeder, købscenter, købstyper og beslutningsprocessen.</p> <p>Kapitel 9 Købsadfærd på B2C-markedet side 203-230 samt kap. 10 side 243-253, Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave. Kap. 11 Købsadfærd på B2B-markedet side 254-273.</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler.</p>
Omfang	15 timer/65 sider
Særlige fokuspunkter	Kommunikationskompetencen Modelleringskompetencen Tankegangskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktivende undervisning i form af gennemgang, opgaveløsning individuelt og i grupper, udsendelse.

[Retur til forside](#)



Titel 6	Den interne situation (værdikæder og forretningsmodellen BMC)
Indhold	<p>Analyse af virksomheders værdikæde for at finde frem til virksomhedens kernekompetencer.</p> <p>Kapitel 6 Værdikæde og forretningsmodel side 125-137 samt side 140-148. Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave.</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler og opgaver. Bl.a. artikler vedrørende Claire. Udsendelse vedrørende Claire (fra serien ”Virkelighedens arvinger”).</p>
Omfang	12 timer/35 sider
Særlige fokus-punkter	<p>Forståelse for, hvilke elementer, der skaber værdi for kunden og dermed værditilvækst i forskellige virksomheder.</p> <p>Kommunikationskompetencen Modelleringskompetencen Tankegangskompetencen</p>
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning. Forløbet har været virtuelt.

[Retur til forside](#)



Titel 7	Strategi
Indhold	<p>SWOT-analyse. TOWS. Porters konkurrencestrategier og vækststrategier i form af Ansoffs vækstmatrix vækst ved intensivering introduceres. Endvidere vækststrategierne integration samt diversifikation inddraget.</p> <p>Kap. 7 side 172-174 samt side 175-177. Kapitel 17 side 358-366 samt kap. 16 side 337-357 Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave.</p> <p>Supplerende stof: Diverse artikler vedrørende Urtekram og Pilgrim.</p>
Omfang	14 timer/45 sider
Særlige fokuspunkter	Kommunikationskompetencen Modelleringskompetencen Tankegangskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktive undervisning. Forløbet har været virtuelt.



Titel 8	Repetitionsopgave Raw Bite
Indhold	<p>En repetitionsopgave bestående af 4 opgaver, som eleverne har skullet indsamle informationer til, besvare og fremlægge. Formålet med opgaven er at få repeteret begreber og modeller samt anvendelse af modellerne på en konkret virksomhed.</p> <p>Opgave 1 Virksomheds beskrivelse Opgave 2 Udarbejdelse af værdikædeanalyse af Raw Bite Opgave 3 Forhold i den afhængige og uafhængige omverden, der påvirker Raw Bite Opgave 4 SWOT-opstilling.</p> <p>Diverse udleverede materiale vedrørende Raw Bite. Eleverne har selv søgt supplerende materiale i form af artikler, statistikker o.lign.</p>
Omfang	12 timer
Særlige fokus-punkter	
Væsentligste arbejdsformer	Diverse elevaktiverende undervisning. Forløbet har været delvist virtuelt.

[Retur til forside](#)



Titel 9	Segmentering, målgruppevalg og positionering på B2C-markedet
Indhold	<p>De forskellige trin i segmenteringsprocessen. Konsumentenhed, Segmenteringskriterier, vurdering af segmenter (SMUK-modellen), valg af målgruppe, fastlæggelse af målgruppestrategi. Differentiering og positionering</p> <p>Kap. 18 side 376-390 og side 394-401 og kap. 19 side 404-415. Lene Jenrich m.fl., Afsætning, Trojka, 4. udgave.</p> <p>Diverse artikler og opgaver. Bl.a. vedrørende Beier Chokolade. Udsendelse vedrørende Peter Beier Chokolade.</p>
Omfang	12 timer/35 sider
Særlige fokuspunkter	<p>Fokus på segmentering og målgruppevalg på konsumentmarkedet samt målgruppestrategi. Forudsætninger for differentiering samt en vellykket positionering er inddraget.</p> <p>.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.



Titel 10	Marketing mix på B2C-markedet
Indhold	Kap. 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 og kap. 27 side 451-625. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave. Diverse opgaver og artikler. Udsendelse vedrørende bl.a. Sun-air og Lakrids by Johan Bülow.
Omfang	40 timer/180 sider
Særlige fokuspunkter	Der er arbejdet med progression i forhold til forståelse af sammenhængen mellem de P'er. Arbejdet med en indsigt i sammenhænge mellem marketingmix og målgrupper samt positionering. .
Væsentligste arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.

Titel 11	Metode og markedsanalyse
Indhold	Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder. Datakilder: Primære og sekundære samt interne og eksterne. Kap. 3 side 54-63. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.
Omfang	
Særlige fokuspunkter	.
Væsentligste arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.



Titel 12	Eksamensprojekt
Indhold	<p>Opgave vedrørende Stauning Whisky A/S</p> <p>Problemformulering:</p> <p><i>Hvilke muligheder for fremtidig vækst har Stauning Whisky A/S?</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Karakterisér branchen for fremstilling af destillerede alkoholiske drikke.2. Lav en virksomhedsbeskrivelse af Stauning Whisky A/S inddrag herunder:<ol style="list-style-type: none">2.1. Generisk konkurrencestrategi2.2. Målgruppebeskrivelse2.3. Vækststrategier3. Udarbejd en situationsanalyse for Stauning Whisky A/S, som indeholder både:<ol style="list-style-type: none">3.1. Interne forhold; herunder værdikæden3.2. Eksterne forhold; herunder konkurrenter og andre omverdensforhold.4. Vurdér Stauning Whisky A/S fremtidige muligheder for vækst. Inddrag:<ol style="list-style-type: none">4.1. SWOT og TOWS
Omfang	12 timer
Særlige fokuspunkter	Inddragelse af kernestofområderne. .
Væsentligste arbejdsformer	Udarbejdet synopsis i grupper.