

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	Maj-juni 2023/24
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Charlotte Mose Jespersen, Ellen Morsing Kristensen, Lene Bukart Rasmussen
Hold	hh3a23

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	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse
Titel 8	Internationalisering (markedsudvælgelse, internationaliseringsmodeller)
Titel 9	Marketing mix globalt
Titel 10	Internationalisering (kulturelle forhold)
Titel 11	Købsadfærd b2b markedet
Titel 12	Segmentering b2b markedet og internationalt
Titel 13	Eksamensprojektet

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> <p>Købsadfærd B2B markedet Afsætning A, Trojka, 4. udgave Kap. 11 side 254-273</p>

	Kap. 12 side 274-286
Omfang	10 timer /55 sider 4 timer / 9 sider 9 timer /63 sider 8 timer /35 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. Databehandlingskompetencen i form af informationssøgning på DST samt vurdering og bearbejdning af data. Tillige fremstilling af bilag</p> <p>Modelleringskompetencen. At opnå forståelse for teorien i sig selv og i sammenhæng med omverdensmodellen. 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 At opnå en basal viden om købsadfærdsteori og i særlig grad at se sammenhænge mellem de mange teorimodeller. At opnå en forståelse for sammenhængen mellem målgruppe, persona og købsadfærd. At arbejde med kommunikationskompetencen i skriftlig formidling.</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Primært klasseundervisning, samt opgaveløsning parvist. Indledende skriftligt arbejde i form af udfyldningsøvelser og bevidstgørende øvelser i forhold til sproglig formidling. 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. 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	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse
Indhold	Udvælgelse af respondenter, dataindsamlingsmetoder og spørgeskema. Datakilder: Primære og sekundære samt interne og eksterne
Omfang	Kap. 4 side 79-101 og kap. 5 side 102-107. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A1, Trojka, 4. udgave. 6 timer/30 sider
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 8	Internationalisering (markedsudvælgelse, internationaliseringsmodeller)
Forløbets indhold og fokus	Vurdering af virksomheders placering i internationaliseringsprocessen samt virksomheders eksportmotiver og eksportberedskab. Udvalgelse af markeder i form af forskellige markedsudvælgelsesmetoder.
Faglige mål	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modelkompetencen, ræsonnementskompetencen
Kernestof	Internationalisering
Anvendt materiale og omfang	Kap. 28 og 29 side 626-666, Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave. Diverse artikler og opgaver. · 15 timer/50 sider
Arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 9	Marketing mix globalt
Forløbets indhold og fokus	Product, Price, Place og Promotion på internationalt niveau. Med udgangspunkt i valg af målgruppe skal virksomhedens parameterindsats analyseres og vurderes. Overvejelser om i hvilket omfang virksomhedens marketingmix skal differentieres eller standardiseres.
Faglige mål	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen
Kernestof	Marketing mix globalt
Anvendt materiale og omfang	Kap. 33, 34, 35, 36 og 37. Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave. Diverse artikler og opgaver. . 35 timer/118 sider
Arbejdsformer	Diverse undervisningsformer.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 10	Internationalisering (kulturelle forhold)
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med betydningen af kendskab til kulturelle forhold, systematisering af kulturforskelle med inddragelse af forskellige modeller til systematisering af kulturelle forskelle herunder merkantilkultur, forretningskultur, forbrugerkultur, Hofstedes kulturdimensioner.
Faglige mål	Tankegangskompetencen, problemløsningskompetencen, modeleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen.
Kernestof	Internationalisering (kulturelle forhold)
Anvendt materiale og omfang	Kap. 31 side 684-703 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave. Diverse artikler og opgaver bl.a. Carlsberg på det indiske marked samt en gruppeopgave vedrørende kulturelle forhold på et selvvalgt marked. 10 timer/40 sider
Arbejdsformer	Diverse undervisningsformer bl.a. gruppearbejde vedrørende kulturelle forhold på et selvvalgt marked.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 11	Købsadfærd b2b markedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med repetition af købsadfærd på b2c markedet og så en overgang til producentmarkedet, hvor de forskellige karakteristika har dannet grundlag for købstyper, buygridmodellen og købscenter
Faglige mål	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen.
Kernestof	Den eksterne situation (købsadfærd på b2b markedet)
Anvendt materiale og omfang	Kapitel 11 + 12 side 254- 286 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A1, Trojka, 4. udgave. 10 timer / 32 sider
Arbejdsformer	Diverse undervisningsformer bl.a. rollespil vedrørende købscenteret

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 12	Segmentering b2b markedet og internationalt
Forløbets indhold og fokus	Genopfriskning af segmentering på b2c markedet og herefter gennemgang af segmentering på b2b markedet med de forskelle, der eksisterer og afslutningsvist internationalt med introduktion til at andre livsstilsmodeller
Faglige mål	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, modelleringskompetencen
Kernestof	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Anvendt materiale og omfang	Kapitel 18 side 391-393 + kapitel 32 side 704-711 Lene Jenrich m.fl., Afsætning A1 + A2, Trojka, 4. udgave. 5 timer / 9 sider
Arbejdsformer	Klasseundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 13	Eksamensprojektet
Forløbets indhold og fokus	<p>Virkelighedsnært eksamensprojekt med konkret casearbejde for Cocio. Her arbejdede eleverne med to forskellige briefs, hvor de igennem marketingsplanen skulle skabe kreative ideer og bringe dem til live på Cocios problemstillinger:</p> <p>Brief 1: Hvordan gør Cocio deres produkter relevante for gen Z på salgsstedet i 2024?</p> <p>Brief 2: Hvordan vinder Cocio julen 2024?</p> <p>Det endelige produkt er et pitch på 6 minutter med en tilhørende præsentation.</p>
Faglige mål	Tankegangskompetencen, kommunikationskompetencen, problemløsningskompetencen, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og databehandlingskompetencen, redskabskompetencen,
Kernestof	Marketingplanen
Anvendt materiale og omfang	<p>Kapitel 39 side 821-830</p> <p>Lene Jenrich m.fl., Afsætning A2, Trojka, 4. udgave.</p> <p>+ en opsummering af de andre kernestofområder bredt.</p> <p>+ diverse artikler og informationer fra Cocio</p> <p>20 timer</p>
Arbejdsformer	Projektarbejdsform og præsentation for Cocio