UNDERVISNINGS MINISTERIET

# Studieplan, Afsætning A

## Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|---|---|
| **Termin** | Termin hvori undervisningen afsluttes:<br>Maj - juni 2027 |
| **Institution** | Vestjydsk Handelsskole og handelsgymnasium, UCRS |
| **Uddannelse** | HHX |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer(e)** | Bjørn Sommer |
| **Hold** | HHX24B og C |
| **I-bøger** | Eleverne har haft tilgang til Systimes Marketing i-bøger som suppl. materiale |

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|---|---|
| **Titel 1** | Målgruppe og købsadfærd |
| **Titel 2** | Virksomhedens omverden |
| **Titel 3** | Produkt |
| **Titel 4** | Pris |
| **Titel 5** | Distribution |
| **Titel 6** | Promotion |
| **Titel 6** | Markedsføringsbegreber |
| **Titel 7** | Virksomhedens interne forhold |
| **Titel 8** | Strategisk analyse (strategisk platform) |
| **Titel 9** | Virksomhedens internnationalisering og globalisering |
| **Titel 10** | Virksomhedens omverden |
| **Titel 11** | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Titel 12** | Konkurrenceforhold |

| | |
|---|---|
| **Titel 13** | Den konkurrencemæssige position |
| **Titel 14** | Markedsanalyse |
| **Titel 15** | Købsadfærd på producentmarkedet |
| **Titel 16** | Internationalisering og globalisering |
| **Titel 17** | Markedsudvælgelse og landeanalyse |
| **Titel 18** | Kulturelle forhold |
| **Titel 19** | Segmentering og målgrupper i internationalt perspektiv |
| **Titel 20** | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Titel 21** | Repetition af parameterpensum og parameterstrategi |
| **Titel 22** | Internationalt produkt og produktudvikling i eksportsammenhæng |
| **Titel 23** | International prisfastsættelse på eksportmarkederne |
| **Titel 24** | International distribution |
| **Titel 25** | Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet |
| **Titel 26** | Dagens avis |
| **Titel 27** | Eksamensrelateret forløb – "Vækstmarkeder" |

| | |
|---|---|
| **Titel 1** | Målgruppe og købsadfærd |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 18<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 2 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Konsumentenheder<br>- Segmenteringskriterier<br>- Segmentering<br>- Målgrupper<br>- Positionering<br>- Behov<br>- Motiver<br>- Købsadfærdstyper |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggel-se |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 2** | Virksomhedens omverden |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 3 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>Omverdensmodellen, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 3** | Produkt |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og 21<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 3 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Produkttyper<br>- Produktegenskaber<br>- Sortiment, emballage og service (kap.12)<br>- Mærkevarestrategi<br>- Branding<br>- Produktudvikling<br>- PLC |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 4** | Pris |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 4 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Prisstrategier for eksisterende og nye produkter<br>- Fundamentale hensyn ved prisfastsættelse<br>- Efterspørgselskurve, priskrig<br>- Prisdifferentiering<br>- Prisfølsomhed/priselasticiteter |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 5** | Distribution |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 4 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Distributionskanaler<br>- Distributionsstrategier<br>- Kædeformer<br>- E-business |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt ar-bejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 6** | Promotion |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 25 - 27<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 – Trojka |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Promotionformer<br>- Reklamemidler og medier<br>- Reklameplanlægning<br>- On-line markedsføring<br>- Sales promotion<br>- Public Relation (PR)<br>- Product placement<br>- Personligt salg<br>- Direct marketing<br>- Promotionstrategi<br>- Markedskort |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 6** | Markedsføringsbegreber |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 2<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>Markedsføringskonceptet mv., hvoraf eleverne skal opnå forståelse for markeds-føringens historiske udvikling og sammenhængen mellem konsumenternes køb-adfærd og virksomhedernes valg af markedsførings- og handlingsparameterstrate-gi. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejds-former, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 7** | Virksomhedens interne forhold |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning A2 - Trojka |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Værdikæde<br>- Business Model Canvas<br>- Kernekompetencer<br>- SWOT |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggel-se |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 8** | Strategisk analyse (strategisk platform) |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 6 - 7<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Styringsniveauer<br>- Strategisk Platform<br>- Idé og mål<br>- Generiske strategier<br>- Vækststrategier (intensivering) |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 9** | Virksomhedens internationalisering og globalisering |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 28<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 3 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Eksportmotiver<br>- Eksportberedskab<br>- Internationaliseringsprocessen<br>- Globalisering af virksomhedens værdikæde<br>- Globalt samarbejde (netværk) |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 10** | Virksomhedens omverden |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 8<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>Omverdensmodellen/PESTEL, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem virksomhedernes placering i hhv. den afhængige og uafhængige omverden samt konsumenternes købsadfærd ift. denne. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 11** | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 9<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 3 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>SOR Modellen, hvoraf eleverne skal opnå forståelse for sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedernes valg af kommunikationsstrategi. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 12** | Konkurrenceforhold |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 14<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider. |
| **Omfang** | 3 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter:**<br>- Konkurrencetragt/skydeskivemodellen<br>- Præferencer<br>- Priskrydselasticiteter<br>- Konkurrentanalyse<br>- Konkurrentreaktioner<br>- Porters brancheanalysemodel. |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejds-former, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 13** | Den konkurrencemæssige position |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 15<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider. |
| **Omfang** | 1 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter:**<br>- Markedsleder<br>- Markedsudfordrer<br>- Markedsfølger<br>- Markedsnicher |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggel-se |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 14** | Markedsanalyse |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 3 - 4<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 4 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Markedsanalyseprocessen (fase 1-5)<br>- Datakilder<br>- Indsamlingsmetoder<br>- Spørgeskema udformning. |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt ar-bejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 15** | Købsadfærd på producentmarkedet |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 11<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokuspunkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Delmarkeder<br>- Buy-grid modellen |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 16** | Internationalisering og globalisering |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 28 og 29<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Markedsudvælgelsesmetoder<br>- Grundlæggende forhold<br>- Specifikke produkt og markedsforhold<br>- Internationaliseringsmodeller |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 17** | Markedsudvælgelse og landeanalyse |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 29 og 30<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afs. A2 - Trojka |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Markedsudvælgelsesmetoder<br>- Landeanalyse |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 18** | Kulturelle forhold |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 31<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Kulturmodeller<br>- Kulturforskelle<br>- Kulturmanagement |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggel-se |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 19** | Segmentering og målgruppevalg i internationalt perspektiv |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 32<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider + Afsætning 1 -2 - Systime |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Konsumentenheder<br>- Segmenteringskriterier<br>- Segmentering<br>- Målgrupper<br>- Positionering |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggel-se |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 20** | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 32<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokuspunkter** | **Fokuspunkter**:<br>- VALS<br>- Mosaic |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 21** | Repetition af parameterpensum og parameterstrategi |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 - 27<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokuspunkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Standardiseret parametermix<br>- Differentieret parametermix |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 22** | Internationalt produkt og produktudvikling i eksportsammenhæng |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 20 og 34<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Standardiseret strategi<br>- Differentieret strategi<br>- Branding<br>- Produktets livscyklus<br>- Produktudvikling |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 23** | International prisfastsættelse på eksportmarkederne |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 23 og 35<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Prisfastsættelse på eksportmarkeder<br>- Priseskalering<br>- Prisstrategier på serviceprodukter<br>- Valutaforhold |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 24** | International distribution |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A2 – Trojka, kap. 36<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- National og international distribution<br>- Indirekte og direkte distribution |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 25** | Content Marketing |
| **Indhold** | Kernestof: Internt kompedium<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- konceptet omkring content marketing<br><br>Eleven skal opnå forståelse for, hvorledes content marketing er en følelses- og værdimæssig anderledes måde at fremføre et budskab og dermed kendskab og salg til målgruppen. |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis. |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 26** | Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 – Trojka, kap. 11 og 18<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesider |
| **Omfang** | 1 uge |
| **Særlige fokus-punkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Delmarkeder<br>- Build up og break down tankegangen<br>- Virksomhedens købsadfærd<br>- Valgkriterier<br>- Transaktions – og relationsmarkedsføring |
| **Væsentligste ar-bejdsformer** | Der anvendes en kombination af klasseundervisning, diskussion, virtuelle ar-bejdsformer, skriftligt arbejde dels individuelt dels gruppevis, eksperimentelt arbejde og elevfremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 27** | Gennemgående forløb: "Dagens Avis" |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 og A2 – Trojka<br><br>Supplerende stof: Avis artikler + forskellige hjemmesidera |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokuspunkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Anvende teori<br>- Anvende relevante studiemetoder og produktivt<br>- Reflektere og vurdere fagets faglige metode, muligheder og begrænsninger<br>- Søge og behandle relevant information<br>- Strukturere og formidle fagligt stof mundtligt og skriftligt<br><br>Eleven skal opnå indsigt i virkelighedens verden, og kunne se sammenhængen mellem indlært teori og praksis. |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der arbejdes gruppevis og analysen munder ud i en mundtlig fremlæggelse |

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

Retur til forside

| | |
|---|---|
| **Titel 28** | Eksamensrelateret forløb: "Vækstmarkeder" |
| **Indhold** | Kernestof: Afsætning A1 og A2, Trojka<br><br>Supplerende stof: |
| **Omfang** | 2 uger |
| **Særlige fokuspunkter** | **Fokuspunkter**:<br>- Forretningsmodel<br>- Strategisk platform og strategier<br>- Udfordringer og løsningsforslag |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Der arbejdes gruppevis og analysen munder ud i et dokument på tre til fem sider. |