



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	maj-juni 2020/21
Institution	UCRS Gymnasiet HHX Ringkøbing
Uddannelse	hhx
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Martin Lykke Bach
Hold	hh2c20

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Eksterne forhold
Titel 2	Interne forhold
Titel 3	Konkurrencestrategier
Titel 4	Intro, Strategi, Segmentering og målgruppevalg, Differentiering og positionering
Titel 5	Induktiv og introducerende tilgang til Marketingmixet (Forløbet har været præget af noget virtuel/nødundervisning)
Titel 6	Marketingmixet uddybet (Foreløbigt ikke stort fokus på Pris og Place/Distribution) (Forløbet har været præget af meget virtuel/nødundervisning)
Titel 7	Projektforløb i grupper med selvvalgt case med udgangspunkt i oplevelsesøkonomi. Eksamenstræningsprojekt, repetition og eksamenstræning samt kort forløb om metode og markedsanalyse (Forløbet har været præget af en del virtuel/nødundervisning)

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Eksterne forhold
Indhold	Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 8, 9, 10, 13, 14, 15. Diverse artikler, klip og opgaver. Virksomhedens omverden (repetition fra og viderebygning af grundforløbet) <i>Omverdensmodellen:</i> Den afhængige omverden (nærmiljøet), den uafhængige omverden (makroforhold) Konkurrencemæssige positioner (repetition fra og viderebygning af grundforløbet)



	<p><i>Markedsleder:</i> Udvidelse af totalmarkedet, forsvar af nuværende markedsandel, udvidelse af markedsandelen</p> <p><i>Markedsudfordrer:</i> Angreb på markedslederen, angreb på andre virksomheder</p> <p><i>Markedsfølger</i> <i>Markedsnicher</i></p> <p>Markedets størrelse <i>Det potentielle-, effektive- og latente marked</i></p> <p>Konkurrenceforhold <i>Konkurrentidentifikation med Skydeskivemodellen</i> <i>Konkurrenceformer</i> Strategiske grupper, <i>Konkurrentanalyse:</i> Konkurrentidentifikation, Konkurrenternes: idé og mål, strategi og markedsføring, stærke og svage side, konkurrentreaktioner, indsamling af konkurrentoplysninger</p> <p>Købsadfærd B2C <i>S-O-R-modellen</i> <i>Købstyper</i> <i>Købsadfærdstyper:</i> Involveringsgrad, mærkedifferentiering, kompleks adfærd, adfærd rettet mod en acceptabel løsning, variationssøgende adfærd, rutinebetonet adfærd <i>Købsbeslutningsprocessen:</i> Problemerkendelse, informationssøgning, Informationssøgningens omfang (den oplevede risiko, forbrugerens involvering i produktet, nytte af informationen), vurdering af alternativer, købsbeslutning, efterkøbsadfærd, den ændrede købsadfærd – ZMOT <i>Deltagere i købsbeslutningen</i> <i>Kunderejsen</i></p>
Omfang	15 timer /80 sider
Særlige fokuspunkter	At opnå forståelse for teorien i sig selv og i sammenhæng med omverdensmodellen – bl.a. ift. konkurrenceforhold og købsadfærd.
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 2	Interne forhold
Indhold	Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarosin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 6 og 7. Diverse artikler, klip og opgaver.



	<p>Værdikæden <i>Værdiskabelse:</i> Kritiske succesfaktorer, kernekompetencer <i>Værdikæden:</i> Struktur, primær- og støtteaktiviteter, den forenkede værdikæde, serviceværdikæden, kritik af værdikæden, supply chain.</p> <p><i>Analyse af virksomhedens stærke/ svage sider og muligheder/ trusler:</i> SWOT-analyse</p>
Omfang	15 timer / 50 sider
Særlige fokuspunkter	At opnå forståelse for teorien i sig selv og i sammenhæng med omverdensmodellen – bl.a. ift. konkurrenceforhold og købsadfærd. I forlængelse her af at forstå sammenhængen – og forskellen mellem – virksomhedens eksterne og interne forhold mhp. at kunne lave en SWOT-analyse.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, diverse mundtlige opgaver inkl. fremlæggelser samt skriftlige opgaver og afleveringer. Det induktive undervisningsprincip vs. klassedialog-/samarbejdsrummet samt træningsrummet i læringscirklen har været fremherskende.

Titel 3	Konkurrencestrategier
Indhold	<p>Afsætning - Niveau A, 4. udgave, bind 1. Jenrich, Aarasin og Christensen. Trojka/Gad 2017. Kapitel 17. Diverse artikler, klip og opgaver.</p> <p>Konkurrencestrategier <i>Konkurrencetrekanten</i> <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>
Omfang	8 timer / 20 sider
Særlige fokuspunkter	Formålet med forløbet er at give eleverne mulighed for – på et grundlæggende niveau – at arbejde med og få forståelse for virksomheders generiske/basale konkurrencestrategier mhp. at finde frem til konkurrencemæssige fordele.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning og skriftlige opgaver. En vekslen mellem det induktive og deduktive undervisningsprincip.

Titel 4	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>Konkurrenccentrekanten</i> <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>Porteføjeanalyse:</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
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 5	Induktiv og introducerende tilgang til Marketingmixet (Forløbet har været præget af noget virtuel/nødundervisning)
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 fokuspunkter	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 6	Marketingmixet uddybet (Foreløbigt ikke stort fokus på Pris og Place/Distribution) (Forløbet har været præget af meget virtuel/nødundervisning)
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.
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 7	Projektforløb i grupper med selvvalgt case med udgangspunkt i oplevelsesøkonomi.
----------------	--



	Eksamenstræningsprojekt, repetition og eksamenstræning samt kort forløb om metode og markedsanalyse (Forløbet har været præget af en del virtuel/nødundervisning)
Indhold	<p>Trojka bind 1 (og 2) + tekster, artikler opgaver, afleveringer, eksamensprojekt. Diverse artikler og øvrig information om Primo Tours</p> <p>Formålet med forløbet er at repetere og blive fagligt stærkere i kernestofsområderne.</p> <p>Formålet med forløbet er, at eleverne skal arbejde med et eksamenstræningsforløb ud fra et selvvalgt gruppeprojekt. Dette forløb vil også fungere som et repetitionsforløb, da det dækker kernestofområderne bredt.</p>
Omfang	10 timer / 50 sider
Særlige fokuspunkter	Hovedfokus er selvvalgt gruppeprojekt inkl. opgaver. 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.

[Retur til forside](#)