**Studieplan**

**Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Skoleåret 2021-2022 |
| **Institution** | EUC Nordvest/Thisted Handelsgymnasium |
| **Uddannelse** | HHX |
| **Fag og niveau** | Afsætning A |
| **Lærer(e)** | Inge Pallesen |
| **Hold** | 3gt3421  |

**Oversigt over planlagte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Internationalisering |
| **Titel 2** | Strategisk analyse |
| **Titel 3** | Marketingmix, internationalt |
|  |  |
|  |  |
|  | Afsætning A er også en del af SO7 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | **Internationalisering**  |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kapitel 9* virksomhedens eksportmotiver
* virksomhedens eksportberedskab
* internationaliseringsmodeller
	+ Uppsala-modellen
	+ born global-virksomheder – reborn global
	+ netværksmodellen
* markedsudvælgelse
	+ tilfældighedsmetoden
	+ nærmarkedsmetoden
	+ tragtmetoden
* kulturelle forhold
* information om internationale markeder

<https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>Euromonitor, Infomedia og andre databaser til brug for landeanalyse |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal: * vurdere virksomhedens placering i internationaliseringsprocessen og sætte denne i relation til virksomhedens eksportmotiver og –beredskab.
* analysere sammenhænge mellem internationaliseringsforløbet, miljøafstand og virksomhedens øvrige strategivalg.
* arbejde med forskellige metoder til markedsudvælgelse.
* udarbejde analyser af markedsforhold, som danner grundlag for en systematisk informationsindsamling på relevante eksportmarkeder. I analyserne inddrages kulturelle forhold og kulturteori.

Økonomiske kompetencer:* tankegangskompetencen
* modelleringskompetencen
* ræsonnementskompetencen
* databehandlingskompetencen
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg. Gruppearbejde med elevoplæg (landeanalyse). Opgaveløsning og klassediskussion.  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | **Strategisk analyse** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kapitel 10* Blue Ocean strategi
* Vækststrategier
	+ Vækst ved diversifikation
	+ Vækst ved integration – strategisk alliance
* Porteføljeanalyse og –strategi
* Digitalisering
* Bæredygtighed
 |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal: * identificere og analysere virksomhedens strategiske platform
* tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier og udviklingsmuligheder
* opstille mål og angive valg af generisk strategi og valg af vækststrategi
* kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber
* kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst

Økonomiske kompetencer:* tankegangskompetencen
* modelleringskompetencen
* problembehandlingskompetencen
* ræsonnementskompetencen
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplægOpgaveløsning og klassediskussion |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | **Marketingmix, internationalt** |
| **Indhold** | Systime, Marketing, kapitel 17,19, 21, 23 og 24 (internationalt)**Marketingmix:*** standardiseret eller tilpasset marketingmix

**Produkt:*** internationalisering af produktet herunder også serviceydelser
* mærkestrategi og branding
* produktets livscyklus (PLC)
* produktudvikling

**Pris:*** pris-/kvalitetsstrategi
* priseskalering
* valutaforhold
* krydspriselasticitet
* bundling

**International distribution*** markedsindtrængningsformer
	+ indirekte eksport
	+ direkte eksport
	+ kontrakter og samarbejder
	+ direkte investeringer
	+ valgkriterier ved markedsindtrængning
* internethandel

**Promotion:*** den udvidede kommunikationsmodel
* medievalg
* neuromarketing
* contentmarketing
 |
| **Omfang** |  |
| **Særlige fokuspunkter** | Eleverne skal: * analysere og vurdere virksomhedens produkt, pris, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse med udgangspunkt i virksomhedens valg af målgruppe
* vurdere produktets livsløb og sammensætningen af de 4 P’er i de enkelte faser
* kunne anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber
* kunne udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst

Økonomiske kompetencer:* tankegangskompetencen
* modelleringskompetencen
* ræsonnementskompetencen
* kommunikationskompetencen
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Dialogbaseret klasseundervisningOpgaveløsning Klassediskussion  |