**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 elevoplæg  Opgaveløsning 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 klasseundervisning  Opgaveløsning  Klassediskussion |