

Studieplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

| | |
|----------------------|---|
| Termin | Skoleåret 2024-2025 |
| Institution | EUC Nordvest / Thisted Handelsgymnasium |
| Uddannelse | HHX |
| Fag og niveau | Afsætning B + A |
| Lærer(e) | Inge Pallesen |
| Hold | thhxb24 (1.b) |

Oversigt over planlagte undervisningsforløb i 1.b

| | |
|----------------|---|
| Titel 1 | Virksomhedens interne forhold |
| Titel 2 | Virksomhedens eksterne forhold (omverdensforhold) |
| Titel 3 | Konkurrenceforhold og brancheforhold |
| Titel 4 | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| | |
| | Afsætning B + A indgår desuden i SO2 |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

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

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 1 | Virksomhedens interne forhold: |
| Indhold | <p>Systime, Marketing, kapitel 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed <ul style="list-style-type: none"> ○ konkurrencemæssige fordele ○ kernekompetence • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling |
| Omfang | |
| Særlige fokus-punkter | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - på baggrund af en analyse af en virksomheds interne forhold kunne vurdere virksomhedens konkurrenceevne og senere anvende denne viden ved valg af strategi - 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 <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg</p> <p>Opgaveløsning</p> <p>Klassediskussioner</p> |

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

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 2 | Virksomhedens eksterne forhold (omverdensforhold) |
| Indhold | <p>Systime, Marketing, kapitel 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensmodellen <ul style="list-style-type: none"> ○ Den afhængige omverden ○ Den uafhængige omverden • OT-opstilling • PESTEL-analyse |
| Omfang | |
| Særlige fokus-punkter | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - på baggrund af en analyse af en virksomheds eksterne forhold kunne vurdere virksomhedens muligheder og trusler og senere anvende denne viden ved valg af strategi - 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 <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - databehandlingskompetence - ræsonnementskompetencen |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde = PESTEL-analyse med elevoplæg Opgaveløsning og klassesdiskussion</p> |

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

| | |
|-----------------------------------|---|
| Titel 3 | Virksomhedens konkurrence- og brancheforhold |
| Indhold | <p>Systime, Marketing, kapitel 4 og 5</p> <p>Konkurrenceforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedskarakteristika • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse <p>Brancheforhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brancheanalyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Porters 5 Forces |
| Omfang | |
| Særlige fokus-punkter | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - på baggrund af en analyse af en virksomheds konkurrence- og brancheforhold kunne vurdere virksomhedens udfordringer og senere anvende denne viden ved valg af strategi såvel som ved tilrettelæggelse af marketingmixet - 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 <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - databehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen |
| Væsentligste arbejdsformer | <p>Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg</p> <p>Opgaveløsning</p> <p>Klassediskussion</p> |

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

| | |
|-----------------------------------|--|
| Titel 4 | Købsadfærd på konsumentmarkedet |
| Indhold | <p>Systime, Marketing, kapitel 6</p> <p>Konsumentmarkedet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber: rådighedsbeløb, livsfase, referencegrupper og opinionsledere |
| Omfang | |
| Særlige fokus-punkter | <p>Eleverne skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - på baggrund af en analyse af købsadfærden på konsumentmarkedet kunne anvende denne viden ved tilrettelæggelsen af virksomhedens marketingmix - 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 <p>Økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen |
| Væsentligste arbejdsformer | Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning og klassediskussion |