

Studieplan

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Skoleåret 2022-2023
Institution	EUC Nordvest / Thisted Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning B (A)
Lærer(e)	Inge Pallesen
Hold	1g

Oversigt over planlagte undervisningsforløb i 1.g

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

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

Titel 1	Virksomhedens interne forhold:
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 2 • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed ◦ konkurrencemæssige fordele ◦ kernekompetence • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - 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 Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Opgaveløsning Klassediskussioner

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

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold (omverdensforhold)
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 3 • Omverdensmodellen ○ Den afhængige omverden ○ Den uafhængige omverden • OT-opstilling • Muligheds- og trusselsmatrix • PESTEL-analyse
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - 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 Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - databehandlingskompetence - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde = PESTEL-analyse med elevoplæg Opgaveløsning og klasses Diskussion

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

Titel 3	Virksomhedens konkurrence- og brancheforhold
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 4 og 5 Konkurrenceforhold: • Markedskarakteristika • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse Brancheforhold: • Brancheanalyse ○ Porters 5 Forces
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - 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 Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - databehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning Klassediskussion

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

Titel 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 6 Konsumentmarkedet: • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - 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 Økonomiske kompetencer: - tankegangskompetencen - modelleringskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning og klasses Diskussion