

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Sommer 2021
Institution	EUC Nordvest/Thisted Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Liselotte Viborg Kammersgaard
Hold	2gt2320

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold (omverdensforhold)
Titel 3	Konkurrence- og brancheforhold Delvis nødundervisning
Titel 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet og producentmarkedet Nødundervisning
Titel 5	Markedsanalyse
Titel 6	Strategi
Titel 7	Segmentering, målgruppevalg og positionering Nødundervisning
Titel 8	Marketingmix, nationalt Nødundervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold:
Indhold	I-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 Klassediskussion Informationssøgning

Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold: (Omverdensforhold)
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 3: • Omverdensmodellen ○ virksomhedens afhængige omverden ○ virksomhedens uafhængige omverden • PESTEL-analyse • OT-opstilling
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 - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Opgaveløsning Gruppearbejde Klassediskussion Informationssøgning

Titel 3	Virksomhedens konkurrence- og brancheforhold
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 4 og 5 Konkurrenceforhold: • Markedskarakteristika • Konsument- og producentmarkedet • Konkurrentidentifikation • Markedsandel og præferencer • Konkurrencemæssige positioner • Konkurrentanalyse Brancheforhold: Nødundervisning • Branchekarakteristik • Brancheanalyse ○ Porters 5 Forces Supplerende stof bl.a.: http://www.rejsearrangorer.dk/markedstal.html www.bryggeriforeningen.dk
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 - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med lærer- og elevoplæg Opgaveløsning Gruppearbejde med elevpræsentationer Klassediskussion

Titel 4	Købsadfærd på konsumentmarkedet og producentmarkedet
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 6 Nødundervisning • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber Supplerende stof bl.a.: "Køber du ind som en kvinde eller en mand", JP I-Systime, Marketing, kapitel 7 Nødundervisning • Købstypen • Beslutningsprocessen • Valgkriterier • Faktorer der påvirker købsadfærden
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 læreroplæg Opgaveløsning Klassediskussion

Titel 5	Markedsanalyse
Indhold	I-Systime, Marketing, kap. 1 Kernestof: Formålet med dataindsamling Datakilder Databaser Kvalitative metoder Kvantitative metoder Spørgeskemaudformning Respondentudvælgelse Stikprøveudvælgelse Fejlkilder Repræsentativitet Markedsanalyseprocessen Big data Supplerende stof: Udarbejde, sende spørgeskema ud, indtaste samt bearbejde egne spørgeskemaer i forbindelse med et tværfagligt samarbejde med matematik, hvor casevirksomheden var Fårup Sommerland.
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal kunne: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner

Titel 6	Strategi
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 8 + dele af kapitel 10 • Mission, vision og værdier • SWOT-opstilling • TOWS-matrix • Konkurrencestrategi • Porters konkurrencestrategi / generisk strategi • Blue Ocean strategi • Vækststrategier • Vækst ved intensivering • Vækst ved integration • Vækst ved diversifikation Supplerende stof: Fokus på strategi i forbindelse med SO5, hvor virksomhederne Feriecenter Slettestrand, Væksthus Nordjylland og AAB gav oplæg omkring deres forandringer i strategien og hvordan det har påvirket deres forretningsmodel. Eleverne arbejdede efterfølgende med en selvvalgt virksomhed, som har foretaget ændringer i strategien.
Omfang	
Særlige fokus-punkter	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 - databehandlingskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Opgaveløsning Informationssøgning Klassediskussion

Titel 7	Segmentering
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 11 Nødundervisning • segmenteringsprocessen • segmenteringsvariable • livsstilsanalyse • personas • målgruppevalg • vurdering af segmenters attraktivitet (SMOK) • valg af målgruppestrategi • positionering • USP/ESP • Positioneringskort
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal kunne: - gennemføre segmenteringsprocessen og vurdere virksomhedens valg af målgruppe(r) - tage stilling til virksomhedens positionering - 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 - problemløsningskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde med elevoplæg Opgaveløsning Klassediskussion

Titel 8	Marketingmix, nationalt
Indhold	I-Systime, Marketing, kapitel 14,15,16, 18, 20, 22 Nødundervisning Marketingmix: ☐ marketingmix og PLC ☐ markedskort ☐ pull- og push-strategi Produkt: ☐ klassifikation af produkter ☐ kvalitet ☐ emballage ☐ sortiment ☐ mærkestrategi og branding ☐ produktets livscyklus (PLC) Serviceydelser: ☐ serviceydelser som begreb ☐ servicepakke ☐ serviceleverancesystem ☐ de 7 P'er Pris: (kun gennemgået kort) ☐ prisstrategi ☐ priselasticitet ☐ prisfastsættelsesmetoder ☐ prisdifferentiering ☐ prisfastsættelse på nye produkter Distribution: (kun gennemgået kort) ☐ direkte og indirekte distribution ☐ distributionskanaler ☐ distributionsstrategi ☐ kædeformer Promotion: ☐ promotion budskab og –indhold ☐ promotionformer ☐ reklame ☐ sales promotion ☐ PR og sponsorering ☐ direct marketing ☐ online marketing ☐ personlig salg ☐ den sociale medieplatform

Omfang	
Særlige fokus-punkter	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