

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj / juni 2022
Institution	EUC Nordvest / Thisted Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Inge Pallesen
Hold	2gt2421

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Titel 2	Virksomhedens eksterne forhold (omverdensforhold)
Titel 3	Konkurrenceforhold og brancheforhold
Titel 4	Købsadfærd på konsument- og producentmarkedet
Titel 5	Markedsanalyse
Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 7	Strategi
Titel 8	Marketingmix, nationalt
	Afsætning A har desuden været en del af SO2, SO4 samt erhvervscase
	Titel 1-4 har i større og mindre grad været gennemført som nødundervisning

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 "Mere end en skraldespand – Vipp" "Vivino – vi er nu nummer ét i verden" "Fra højt betalt konsulent til ... skjortebaron"
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 • 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 Rejse- og bryggeribranchen
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 konsument- og producentmarkedet
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 6 og 7 Konsumentmarkedet: • SOR-modellen • Behov • Købemotiver • Købstype og købsadfærdstyper • Køberoller • Beslutningsprocessen • Andre købsadfærdsbegreber Producentmarkedet: • Virksomheders købsadfærd • Virksomheders købsbeslutningsproces • Valgkriterier på de tre delmarkeder • Faktorer, der påvirker købsadfærden
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - på baggrund af en analyse af købsadfærden på konsument- og producentmarkedet 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 klassediskussion

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

Titel 5	Markedsanalyse
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 1 Markedsanalyse: • datakilder • databaser • kvalitative og kvantitative metoder • spørgeskemaudformning • respondentudvælgelse • stikprøveudvælgelse • fejkilder • repræsentativitet • markedsanalyseprocessen
Omfang	
Særlige fokus-punkter	Eleverne skal: - anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder - have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder - forholde sig kritisk til forskellige kilder - vurdere de indsamlede informationers validitet og repræsentativitet - 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 - problembehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen - databehandlingskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde med markedsanalyseprocessen

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

Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 11 • 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 - problembehandlingskompetencen - ræsonnementskompetencen
Væsentligste arbejdsformer	Dialogbaseret klasseundervisning med læreroplæg Gruppearbejde med elevoplæg Opgaveløsning og klasses Diskussion

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

Titel 7	Strategi
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 8 • Mission, vision og værdier • SWOT-opstilling • TOWS-matrix • Konkurrencestrategi ◦ Porters konkurrencestrategi / generisk strategi • Vækststrategier ◦ Vækst ved intensivering
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 Informationssøgning og opgaveløsning Klassediskussion Erhvervscase

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

Titel 8	Marketingmix, nationalt
Indhold	Systime, Marketing, kapitel 14, 15, 16, 18, 20 og 22 Marketingmix: • marketingmix og PLC • 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: • prisstrategi • prisfastsættelsesmetoder Distribution: • direkte og indirekte distribution • distributionsstrategi • kædeforformer Promotion: • promotionformer ○ reklame ○ sales promotion ○ PR og sponsorering ○ direct marketing ○ online marketing ○ personligt salg
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 og klassesdiskussion