

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Sommer 2018
<b>Institution</b>	Videndjurs - Handelsgymnasium Grenaa
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætningsøkonomi A
<b>Lærer(e)</b>	Jan Sørensen
<b>Hold</b>	HHXG3a17

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold 1
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens interne forhold 2
<b>Titel 3</b>	Virksomhedens eksterne forhold 1
<b>Titel 4</b>	Virksomhedens markedsforhold 1
<b>Titel 5</b>	Virksomhedens markedsforhold 2
<b>Titel 6</b>	Informationsindsamling og markedsanalyse
<b>Titel 7</b>	Markedsanalyseprojekt - Landeanalyse
<b>Titel 8</b>	Virksomhedens parametermix – Nationalt
<b>Titel 9</b>	Virksomhedens parametermix - Internationalt

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold 1
<b>Indhold</b>	<p>Interessegrupper  Værdikæde  e-handel i forhold til konkurrencefordele  Strategisk analyse;  Virksomhedens planlægningsproces  Virksomhedens ide  Teorien omkring PLC  Portefølgeanalysen Boston  SWOT-analyse  TOWS Matrix</p> <p><b>Kernestof;</b>  Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010  Kapitel 1 – 2 og 4.</p> <p><b>Supplerende stof;</b>  Andre supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 10%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Interne forhold, Bostonmodellen, værdikæde Indsamling af informationer.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/virtuelle arbejdsformer via fronter.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Virksomhedens interne forhold 2
<b>Indhold</b>	<p>Fremtidig strategi;  Virksomhedens mål  Vækststrategier  Konkurrencestrategier</p> <p><b>Kernestof;</b>  Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010  Kapitel 13.</p> <p><b>Supplerende stof;</b>  ”Den ansvarlige virksomhed”, DI/Miljøministeriet, ”Godhjertet Bundlinje”, Magasinet Penge (DR1) 29/4-2009  ”Fitness World går i krig med lavpristilbud”, Børsen den 9. august 2016. ”Urban Gym er et skridt mod børsnotering”, Børsen den 9. august 2016. ”Fitnessdk: Vi holder os væk”, Børsen den 9. august 2016. ”Restauranterne tager kunder fra supermarkederne”, Jyllands Posten den 11. oktober 2016. ”Supermarkederne vil igen sælge dagens ret til danskerne”, Jyllands Posten den 11. oktober 2016. ”Ribben og softice giver massiv vækst for familierestaurant”, Jyllands Posten den 11. oktober 2016. ”Arla har en vild plan: Hele Danmark skal spise økologisk”, Berlingske Business den 24. marts 2017. ”Arla i stor amerikansk offensiv på Youtube og Facebook”, Berlingske Business den 24. marts 2017.  Andre supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 15%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Interne forhold.  Strategisk planlægning  Konkurrenceforhold  Planlægningsgab og strategisk planlægning  De 3 overordnede vækststrategier  Porters generiske strategier  CSR som en integreret del af virksomhedens strategi.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Virksomhedens eksterne forhold 1
<b>Indhold</b>	<p>Omverdensforhold            Konsumentmarkedet            Producentmarkedet            Konkurrenceforhold            Konkurrencemæssige position</p> <p><b>Kernestof;</b>            Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010            Kapitel 5 – 8 og kapitel 11 – 12.</p> <p><b>Supplerende stof;</b>            Projekt: Brancheanalyse af den danske kaffebranche.            ”Boozt til angreb på milliardmarked for kosmetik”, Børsen den 26. januar 2017. ”Matas: Det breder sig som en steppebrand”, Børsen den 26. januar 2017. ”Onlinebutikker får også offline”, Børsen den 26. januar 2017. ”Opbrud i kosmetikbranchen”, Børsen den 26. januar 2017. ”Alle vil stjæle kunder fra isenkræmmerne”, Jyllands Posten den 4. oktober 2016. ”Isenkræmmere må dyste med egne varer for at slå konkurrenterne”, Jyllands Posten den 4. oktober 2016. ”Isenkram gløder på nettet”, Jyllands Posten den 4. oktober 2016. ”Danskerne køber mere kvalitet i supermarkedet”, Jyllands Posten den 30. august 2016. ”Supermarkedet jagter storbykunder i kampen mod discount”, Jyllands Posten den 30. august 2016. ”Emballageindustrien scorer kassen”, Jyllands Posten den 28. september 2016. ”Onlinehandel og gourmetvarer sætter fut i de danske fabrikker”, Jyllands Posten den 28. september 2016.            Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 15%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	(Interne og) eksterne forhold Købsadfærd Konkurrenceforhold Relationsmarkedsføring
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/præsentation

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Virksomhedens markedsforhold 1
<b>Indhold</b>	<p>Internationalisering og globalisering; Eksportmotiver Teorier omkring internationaliseringsproces</p> <p>Markedsudvælgelse Analyse af markedsforholdene Regioner af eksportmæssig interesse Kulturelle forhold og kulturmodeller</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010. Kapitel 18 – 22.</p> <p><b>Supplerende stof;</b> ”Bliv global eller dø” Magasinet Penge (DR1) 23/9- 2009. Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 15%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Internationaliserings- og globaliseringsteori. Markedsudvælgelse. Markedsforhold, herunder kulturelle forhold. Strategisk planlægning. Positionering Indsamling af informationer.</p>
<b>Væsentligste arbejdsfor- mer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</b>	Virksomhedens markedsforhold 2
<b>Indhold</b>	<p>Segmentering og målgruppevalg nationalt. Segmentering og målgruppevalg internationalt.</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010 Kapitel 9 og 23.</p> <p><b>Supplerende stof;</b> <a href="http://www.gallup.dk">www.gallup.dk</a> Mosaic: diverse materialer samt Magasinet Penge(2008): ”De ved hvor du bor – og hvem du er” Andre supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 10%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Segmentering og valg af målgrupper Indsamling af informationer.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Overvejende gruppearbejde men også Klasseundervisning/projektarbejdsform/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 6</b>	Informationsindsamling og markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p>Markedsanalyseprocessen            Indsamlingsmåder            Kildetyper            Spørgeskema            Stikprøve            Bearbejdning og analyse af data</p> <p><b>Kernestof;</b>            Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010            Kapitel 3.</p> <p><b>Supplerende stof;</b>            ”Det handler om at lære kunden at kende”, Børsen den 10. februar 2015.            ”Benzinkrig får ny flanke: Storkæde deles op”, Børsen den 5. oktober 2016.            ”Danske brændstofkæder slås om kunderne”, Børsen den 5. oktober 2016.            ”Lav benzinpris giver trafikkaos”, Børsen den 5. oktober 2016.</p> <p>Projekt omkring Informationsindsamling for fitnesskæden Urban Gym.</p> <p>Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 5%
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Informationsindsamling og databearbejdning
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/virtuelle arbejdsformer via fronter.

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 7</b>	Markedsanalyseprojekt - Landeanalyse
<b>Indhold</b>	<p>Landeanalyse af selvvalgt BRIK land med udgangspunkt i virksomheden B&amp;O's (Bang &amp; Olufsen) eksport til det valgte BRIK land.</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010 Kapitel 20 og 22.</p> <p><b>Supplerende stof;</b> Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 5%
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Markedsforhold, herunder kulturelle forhold. Indsamling af informationer.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/virtuelle arbejdsformer via fronter.

[Retur til forside](#)



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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 8</b>	Virksomhedens parametermix - Nationalt
<b>Indhold</b>	<p>Positionering Parametermix Parametermixet - kombinationen af de forskellige handlingsparametre, som virksomheden vælger at benytte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-produktparameteren</li> <li>-prisparameteren</li> <li>-national distribution</li> <li>-promotionparameteren</li> <li>-serviceprodukter (karakteristika og de 7 p'er)</li> </ul> <p>Markedsføringsplan</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010 Kapitel 10 og kapitel 14 – 17.</p> <p><b>Supplerende stof;</b> ”Det er ikke noget vi løser over en nat”, Børsen den 10. november 2015. ”Danske Bank på vej tilbage”, Børsen den 10. november 2015. ”Jyske lokalbanker på kundejagt i København”, Børsen den 25. april 2017. ”Ekspert: Plads til nye filialer i København”, Børsen den 25. april 2017. ”Banker kæmper om andelshavere”, Børsen den 25. april 2017. ”Pengemandens millionplan: Vandfly skal i timedrift mellem København og Aarhus”, <a href="http://business.dk">business.dk</a> den 25 maj 2016. ”Amerikanske kæder åbner brugerkrig i Danmark”, Jyllands Posten den 23. september 2016. ”Benzinkrig får ny flanke: Storkæde deles op”, Børsen den 5. oktober 2016. ”Danske brændstofkæder slås om kunderne”, Børsen den 5. oktober 2016. ”Lav benzinpris giver trafikkaos”, Børsen den 5. oktober 2016.</p> <p>Film: ”SAS – Størst, bedst og billigst”. Miniprojekt om Serviceproduktet. Projekt: Projekt omkring udvalgte iværksættervirksomheder fra DR programserien Løvens Hule. Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 15%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Udvælgelse og toning af et relevant parametermix samt sammenhænge og helhed
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

<b>Titel 9</b>	Virksomhedens parametermix - Internationalt
<b>Indhold</b>	<p>Positionering Parametermix Parametermixet internationalt- kombinationen af de forskellige handlingsparametre, som virksomheden vælger at benytte.</p> <p>-standardisering eller differentiering af parametermix -produktparameteren internationalt -prisparameteren internationalt -international distribution -promotionparameteren internationalt -serviceprodukter internationalt Markedsføringsplan internationalt</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010 Kapitel 24 – 30.</p> <p><b>Supplerende stof;</b> ”Dansk mode sætter ny eksportrekord”. ”Fastlandets fornemmelser for mode”, Jyllands Posten den 5. juni 2016. ”Se godt ud på en regnvejrsdag”, Jyllands Posten den 1. april 2014. ”Jysk jagter nye butiksmarkeder i Europa og Afrika”, Jyllands Posten den 25. september 2014. ”Pandora buldrer frem i Asien”, Børsen den 12. september 2016. ”Hong Kong ligger perfekt for Pandora”, Børsen den 12. september 2016. ”Japan hård nød at knække”, Børsen den 12. september 2016.</p> <p>Andre supplerende artikler.</p> <p>Projekt: Promotionkampagne for Carls. Jr. på det danske marked.</p> <p>Projekt: Marketingplan og norske PizzaBakeren på det danske marked.</p>
<b>Omfang</b>	Ca. 10%
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Udvælgelse og toning af et relevant parametermix samt sammenhænge og helhed i et internationalt perspektiv
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

[Retur til forside](#)