

## 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 og Erling Brejnegaard
<b>Hold</b>	Hhxg3h17

### 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
<b>Titel 4</b>	Virksomhedens markedsforhold 1
<b>Titel 5</b>	Informationsindsamling og markedsanalyse
<b>Titel 6</b>	Virksomhedens markedsforhold 2
<b>Titel 7</b>	Virksomhedens parametermix - Nationalt
<b>Titel 8</b>	Virksomhedens internationale markedsføring
<b>Titel 9</b>	Spilprojekt i samarbejde med IT - Seattlestudietur

## 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>Kapitel 1-2, 4 Litteratur: Afsætning A, 2. udgave 1. oplag, Trojka, 2010</p> <p>Studietur til København med virksomhedsbesøg hos computerspilsproducenterne PLAYDEAD og Hugo Games samt Danmarks IT Universitet.</p> <p>Oplæg om computerspilsbranchen - The puls of the Danish game industry - af Jacob Honore, CEO Zaxis.</p> <p>Diverse supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokus-punkter</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>Kapitel 13 Litteratur: Afsætning A, 2. udgave 1. oplag, Trojka, 2010</p> <p>”Larsens møbelhus på ekspansionstogt” Børsen d. 19/12 2002, ”Ikea tromler konkurrenterne” Børsen d. 19/12 2002, ”Wupti.com eneste mulighed for Dansk Supermarked” Børsen d. 21/5 2015, ”Rema1000 klar til opkøb i discountkrig” Børsen d. 4/3 2014, ”Hotelflagskib spinder guld i hårdt marked” Børsen d. 8/4 2015, ”Arp-Hansen har to nye hoteller på vej” Børsen d. 8/4 2015, ”Spilsuccesen Subway Surfers skal blive til TV-serie” TECH d. 23/10 2015, ”Partnerskab med Premier Is skal løfte Arlas salg”, Børsen d. 4/3 2015</p> <p>Diverse supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Interne forhold. Strategisk planlægning Konkurrenceforhold Planlægningsgab og strategisk planlægning De 3 overordnede vækststrategier Porters generiske strategier</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
<b>Indhold</b>	<p>Omverdensforhold            Konsumentmarkedet            Producentmarkedet            Konkurrenceforhold            Konkurrencemæssige position</p> <p>Kapitel 5-7 og 11-12            Litteratur: Afsætning A, 2. udgave 1. oplag, Trojka, 2010</p> <p>Omverdensanalyse af virksomheden PLAYDEAD.</p> <p>Tema: Konkurrencesituationen i computerspilsbranchen.            ”Oplæg om computerspil” Erhvervs- og Vækstministeriet 2011, ”Spilproducenter i Danmark” spiludvikling.dk, ”Computerspil som kultur” Afhandling, ”Danske Indholdsproducenter – Computerspil i tal 2014” Producent Foreningen, De forskellige spiludvikleres hjemmesider</p> <p>Diverse supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>(Interne og) eksterne forhold            Købsadfærd            Konkurrenceforhold            Indsamling af informationer.</p>
<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>Segmentering og målgruppevalg</p> <p>Kapitel 9 Litteratur: Afsætning A, 2. udgave 1. oplag, Trojka, 2010 <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” ”Fremtidens gamer er pensionist”, Berlingske Tidende d. 2/2 2016 Diverse supplerende artikler</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Segmentering og valg af målgrupper Konkurrenceforhold Indsamling af informationer.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Overvejende gruppearbejde men også Klasseundervisning/projektarbejdsform/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</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>  Andre supplerende artikler.</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Informationsindsamling og databearbejdning
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/virtuelle arbejdsformer via fronter.

<b>Titel 6</b>	Virksomhedens markedsforhold 2
<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>	
<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

<b>Titel 7</b>	Virksomhedens parametermix - Nationalt
<b>Indhold</b>	<p>Positionering Parametermix Parametermixet - kombinationen af de forskellige handlingsparametre, som virksomheden vælger at benytte.</p> <p>-produktparameteren -prisparameteren -national distribution -promotionparameteren -serviceprodukter (karakteristika og de 7 p'er) 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 parallelle supermarked”, SCM &amp; Logistik 12. august 2014. ”Butikskrig om skønhedskunder flytter på landet”, Jyllands-Posten den 30. maj 2016. ”Butikskæden Normal tjener stort på basisvarer”, Jyllands-Posten den 03 maj 2016. ”Mit vilde discounteventyr”, BT den 22 januar 2016. ”Normal vil fordoble butikstallet”, Berlingske den 16 januar 2016. ” Amerikanske kæder åbner brugerkrig i Danmark”, Jyllands Posten den 23. september 2016. ”Hitman-drenge slår til med nye kæmpespil”, Børsen.</p> <p>Andre supplerende artikler.</p> <p>Film: ”SAS – Størst, bedst og billigst”. Miniprojekt om Serviceproduktet.</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Udvælgelse og toning af et relevant parametermix samt sammenhænge og helhed
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde



<b>Titel 8</b>	Virksomhedens internationale markedsføring
<b>Indhold</b>	<p>Virksomhedens indtrængningsstrategi -distributionsanalyse -indtrængningsstrategi -distributionsformer</p> <p>Virksomhedens promotion internationalt -promotionbarrierer</p> <p>Virksomhedens parametermix</p> <p>Gruppenprojektforløb: "Udarbejde en plan for indtrængningsstrategi på et nyt marked (land) for en af produktionsvirksomheder" ca 4 moduler</p> <p><b>Kernestof;</b> Afsætning A, Trojka 2. udgave 2010 Kapitel 26-29.</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Udvælgelse og toning af relevante strategier for virksomhedens internationale markedsføring. Sammenhænge og helhed
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

<b>Titel 9</b>	Spilprojekt i samarbejde med IT - Seattlestudietur
<b>Indhold</b>	<p>Spilprojekt Seattle – i samarbejde med IT. Samt studietur til Seattle i en måned.</p> <p>I dette projekt skal i starte en virksomhed der vil udvikle et computerspil. Computerspillet skal tage udgangspunkt i den tabel der er indsat i næste afsnit.</p> <p>Jeres virksomhed som organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Målgruppen for jeres produkt</li> <li>- Købsadfærd for målgruppen</li> <li>- Markedet for jeres produkt</li> </ul> <p>Efterspørgsels- og udbudsforhold</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indtrængningsstrategi på det amerikanske marked samt softlaunch i DK</li> <li>- Game design</li> <li>- Projekt plan</li> </ul> <p>Produkt: Delafleveringer i notatform, Powerpoint og pitch af projektresultatet på ”spilawards” og åbent hus.</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokus-punkter</b>	Projektplanlægning og præsentation
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde