

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj 2020
Institution	VID gymnasier - Handelsgymnasium Rønne
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætningsøkonomi A
Lærer(e)	Erling Brejnegaard
Hold	hhxR3f19

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Virksomhedens interne forhold 1
Titel 2	Informationsindsamling og markedsanalyse 1
Titel 3	Forløb; Markedsanalyse – spørgeskema
Titel 4	Virksomhedens interne forhold 2
Titel 5	Virksomhedens parametermix - nationalt
Titel 6	Projekt; Strategi – samarbejde med Sparekassen Djursland
Titel 7	Virksomhedens eksterne forhold 1
Titel 8	Virksomhedens markedsforhold 1
Titel 9	Virksomhedens markedsforhold 2 Konsumentmarkedet
Titel 10	Forløb; Reklamebureauet – et kommunikationsforløb i dansk og afsætning (maj 2017)
Titel 11	
Titel 12	Virksomhedens markedsforhold 3 Producentmarkedet
Titel 13	Virksomhedens parametermix - internationalt
Titel 14	Eksamensprojekt; Virksomhedens strategiske fremtidsmuligheder

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

[Retur til forside](#)

Titel 1	Virksomhedens interne forhold 1
Indhold	<p>Interessegrupper Værdikæde e-handel i forhold til konkurrencefordele Strategisk analyse; Virksomhedens mål Vækststrategier Konkurrencestrategier Virksomhedens planlægningsproces Virksomhedens ide Teorien omkring PLC Portefølgeanalysen Boston SWOT-analyse TOWS Matrix</p> <p>Kernestof; I-Bog, System, Marketing - Kap. 2 Kap. 8 - Kap 10.</p> <p>Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Interne forhold, Bostonmodellen, værdikæde Indsamling af informationer.
Væsentligste arbejdsformer	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](#)

Titel 2	Informationsindsamling og markedsanalyse1
Indhold	<p>Markedsanalyseprocessen Indsamlingsmåder Kildetyper Spørgeskema Stikprøve Bearbejdning og analyse af data</p> <p>Kernestof; I-Bog, Systeme, Marketing - Kap. 1</p> <p>Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	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](#)

Titel 3	Forløb; Markedsanalyse – spørgeskema
Indhold	<p>ELEVOPLÆG:</p> <p>I skal lave en spørgeskemaundersøgelse:</p> <p>Produktet er: En rapport, en PP-præsentation til den mundtlige præsentation i klassen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Problemformulering – Hvad vil I undersøge? <ul style="list-style-type: none"> ○ Det kan f.eks. være en undersøgelse for en virksomhed (kunders købsadfærd, finde frem til virksomhedens segmenter og målgruppevalg), almindelige forbrugeradfærd, holdninger, sammenlægning af kommunerne på Djursland, elevholdninger, m.m ● Hvem er populationen Ved en population forstår vi alle de personer eller virksomheder, det kunne være relevant at medtage i en markedsanalyse. En population kaldes også et univers. ● Redegør for den udvalgte stikprøve. Hvilke respondenter indgår der i stikprøven? Ved en respondent forstår vi en person eller en virksomhed, der udspørges i en markedsanalyse Redegør for stikprøvestørrelse, repræsentativitet En repræsentativ stikprøve er en stikprøve, der giver et vellignende minibillede af hele populationen med hensyn til det, der skal undersøges ● Udarbejd spørgeskemaundersøgelsen (skemaer, uddele/indsamle) ● Foretag databehandling i Excel (statistik, evt. krydstabellering + grafisk præsentation) Se link: https://videndjurs-my.sharepoint.com/personal/eb_videndjurs_net/_layouts/15/guestaccess.aspx?docid=049938512c3124d5480fb4c58d07f413f&authkey=Ad9pV8_ISdWJVIFs9F75004 ● Konklusionen – udarbejd 1-3 dias med de vigtigste resultater af ovennævnte. ● Præsentation torsdag d.27/10 ● 8. Rapport færdig og afleveres på fronter onsdag d. 28.10
Omfang	2 uger
Særlige fokus-punkter	Informationssøgning og databearbejdning
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejdsform/gruppearbejde – præsentations

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 4	Virksomhedens interne forhold 2
Indhold	<p>Fremtidig strategi; Virksomhedens mål Vækststrategier Konkurrencestrategier</p> <p>Kernestof; I-Bog, Systeme, Afsætning A1 – Kap. 5</p> <p>Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<p>Interne forhold: Strategisk planlægning Konkurrenceforhold Planlægningsgab og strategisk planlægning De 3 overordnede vækststrategier Porters generiske strategier</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuelte arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 5	Virksomhedens parametermix - Nationalt
Indhold	<p>Positionering Parametermix Parametermixet - kombinationen af de forskellige handlingsparametre, som virksomheden vælger at benytte.</p> <ul style="list-style-type: none"> -produktparameteren -prisparameteren -national distribution -promotionparameteren -serviceprodukter (karakteristika og de 7 p'er) <p>Markedsføringsplan</p> <p>Kernestof; I-Bog, Systeme, Marketing - Kap. 11.4 – 14 - 15 – 16 – 18 - 20</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Udvælgelse og toning af et relevant parametermix samt sammenhænge og helhed
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 6	Virksomhedens strategi (Eksamensprojekt)
Indhold	<p>Afsætning Strategiprojekt i 3F</p> <p>Temaet: "Virksomhedens strategiske fremtidsmuligheder"</p> <p>Projektet kan bygges op om en selvvalgt virksomhed og I formulerer selv jeres problemformulering inden for et afsætningsøkonomiske tema. Projektet kan fx gå i retning af hvordan virksomheden kommer ind på nye markeder (nye målgrupper, nye geografiske markeder, vækststrategier, branding og positionering, parametermix. Problemformuleringen godkendes af EB. Eksempel A på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter xx's strategiske muligheder (fx vækst- positionerings- og konkurrencestrategier og giv forslag til xx' marketingmix. <p>Eksempel B på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter og giv forslag til virksomhedens internationalisering <p>Eksempel C på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter og giv forslag til virksomhedens forretningsplan (der laves fx en stor planche med Canvas-modellen <p>Grupper: 2-4 personer</p> <p>Produkt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rapportlignende produkt på ca 6-10 sider 2. Midtvejspræsentation på klassen (gerne med ppt) 2. Præsentation. Forbered ppt ca 10 minutter med hovedpunkter fra rapporten.
Omfang	

Særlige fokus-punkter	Alt
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 7	Virksomhedens eksterne forhold 1
Indhold	<p>Omverdensforhold Konsumentmarkedet Producentmarkedet Konkurrenceforhold Konkurrencemæssige position Brancheforhold</p> <p>Kernestof; I-Bog, System, Marketing - Kap. 3 – 4 - 5</p> <p>Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>(Interne og) eksterne forhold Købsadfærd Konkurrenceforhold Relationsmarkedsføring Vi har blandt andet set afsnit af "Springet" for at illustrere en ny virksomheds vilkår og påvirkning fra nær- og fjernmiljø samt forskellige interessenters rolle. Indsamling af informationer.</p>
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/præsentation

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 8	Virksomhedens markedsforhold 1
Indhold	<p>Internationalisering og globalisering; Eksportmotiver Teorier omkring internationaliseringsproces</p> <p>Markedsudvælgelse Analyse af markedsforholdene Regioner af eksportmæssig interesse Kulturelle forhold og kulturmodeller</p> <p>Kernestof; I-Bog, Systime, Marketing - Kap. 9 - 12</p> <p>Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<p>Internationaliserings- og globaliseringsteori. Markedsudvælgelse. Markedsforhold, herunder kulturelle forhold. Strategisk planlægning. Positionering Indsamling af informationer.</p>
Væsentligste arbejdsfor- mer	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuelte arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 9	Virksomhedens markedsforhold 2
Indhold	Segmentering, målgruppevalg og købsadfærd på konsumentmarkedet Kernestof; I-Bog, Systime, Marketing - Kap. 11 Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Segmentering og valg af målgrupper Indsamling af informationer.
Væsentligste arbejdsformer	Overvejende gruppearbejde men også Klasseundervisning/projektarbejdsform/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 10	Markedsindtrængning
Indhold	<p>Afsætningsprojekt – Markedsindtrængning</p> <p>Projekt om markedsindtrængning og marketingmix. En virksomhed har brug for at få hjælp til at introducere et produkt på et nyt marked. Virksomheden er lidt i tvivl om den har den rette det rette beredskab (kompetencer, knowhow og ressourcer mm). I har som afsætningsekspertter fået til opgave at fremskaffe det nødvendige beslutningsgrundlag i forhold til at gå ind på markedet samt komme med konkret forslag til hvordan. Virksomhedens ledelse ønsker jeres input i rapportform.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selvvalgt virksomhed, selvvalgt produktgruppe. Selvvalgt marked i fokus. • Projektet kan løses individuelt men optimalt i grupper a 2-4 • Tidsplan: dec. - evt supplere i januar... • Produkt: <ul style="list-style-type: none"> ○ Rapport på 8-12 sider. ○ Præsentation af hovedpointer på klassen. <p>Vejledende indspark i projektet kan være:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intro af virksomheden og markedet (+ mission, vision, værdier og mål). 2. Interne forhold

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Eksterne situation 4. Konkurrencestrategier/generisk strategi 5. Vækststrategier i fremtiden 6. Eksportmotiver 7. Eksportberedskab 8. Markedsudvælgelse 9. Målgruppevalg 10. Parametermix <p>- Der kan naturligvis suppleres/justeres med andre relevante dispositionspunkter - i forhold til jeres problemformulering. - Der bør naturligvis inddrages relevant afsætningsteori.</p> <p>Projektet kan benyttes som input til mundtlig eksamen – hvor hovedpointer fra forløbet præsenteres og diskuteres.</p> <p>-</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<p>Læringsmål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • at du opnår forståelse for den ovennævnte teorihenvisning (dansk og afsætning) • at du kan anvende den nævnte teori i praksis (med den stillede case) • at du kan diskutere fordele og ulemper ved teorien i forhold til den praktiske case (altså at du ud fra casene kan diskutere hvor teorien giver dig god mening eller ej (muligheder og begrænsninger)
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejdsform/gruppearbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 11	
Indhold	
Omfang	
Særlige fokuspunkter	
Væsentligste arbejdsformer	

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 12	Virksomhedens markedsforhold 3 producentmarkedet
Indhold	Segmentering, målgruppevalg og købsadfærd på producentmarkedet Kernestof; I-Bog, Systeme, Marketing - Kap. 7 - 11 Supplerende stof; Diverse tidsaktuel og relevant input
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Segmentering og valg af målgrupper Indsamling af informationer.
Væsentligste arbejdsformer	Overvejende gruppearbejde men også Klasseundervisning/projektarbejdsform/individuel arbejde

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 13	Virksomhedens parametermix - Internationalt
Indhold	<p>Positionering Parametermix Parametermixet - kombinationen af de forskellige handlingsparametre, som virksomheden vælger at benytte.</p> <ul style="list-style-type: none"> -produktparameteren -prisparameteren -International distribution -international promotion <p>Kernestof; I-Bog, System, Marketing - Kap. 12 – 17 – 19 – 21 – 23 - 24</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	Udvælgelse og toning af et relevant parametermix samt sammenhænge og helhed
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/projektarbejdsform/gruppearbejde/individuelle arbejder

[Retur til forside](#)

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

[Retur til forside](#)

Titel 14	Eksamensprojekt; Virksomhedens strategiske fremtidsmuligheder
Indhold	<p>Afsætning Eksamensprojekt i 3F</p> <p>Temaet: "Virksomhedens strategiske fremtidsmuligheder"</p> <p>Projektet kan bygges op om en selvvalgt virksomhed og I formulerer selv jeres problemformulering inden for et afsætningsøkonomiske tema.</p> <p>Projektet kan fx gå i retning af hvordan virksomheden kommer ind på nye markeder (nye målgrupper, nye geografiske markeder, vækststrategier, branding og positionering, parametermix.</p> <p>Problemformuleringen godkendes af EB.</p> <p>Eksempel A på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. <ol style="list-style-type: none"> 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter xx's strategiske muligheder (fx vækst- positionerings- og konkurrencestrategier og giv forslag til xx' marketingmix. <p>Eksempel B på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. <ol style="list-style-type: none"> 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter og giv forslag til virksomhedens internationalisering <p>Eksempel C på struktur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteriser kort virksomheden xx (virksomhedsportræt, målgrupper, markeder) 2. Analyser xx interne og eksterne forhold. <ol style="list-style-type: none"> 2a Analyser efterspørgselsforhold (inddrag talbehandling omkring markedet) 2B Analyser konkurrencesituationen på xx' marked (også talbehandling). 3. Diskuter og giv forslag til virksomhedens forretningsplan (der laves fx en stor planche med Canvas-modellen) <p>Grupper: 2-4 personer</p>

	<p>Produkt:</p> <ol style="list-style-type: none"> Rapportlignende produkt på ca 6-10 sider Midtvejspræsentation på klassen (gerne med ppt) Præsentation. Forbered ppt ca 10 minutter med hovedpunkter fra rapporten. <p>Tidsplan: Afsætning</p> <table border="1" data-bbox="375 403 1428 929"> <thead> <tr> <th>lekt</th> <th>Dato</th> <th>Indhold</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>24/2</td> <td>Intro til projektet</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>26/2</td> <td>Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>2/3</td> <td>Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>6/3</td> <td>Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>9/3</td> <td>Midtvejsindspark – Gruppevis præsenteres status og problemstillinger - løsningsmuligheder.</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>13/3</td> <td>Virtuelt - Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>16/3</td> <td>Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>17/3</td> <td>Gruppearbejde</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>19/3</td> <td>Gruppearbejde - afslutning. Færdig rapport mailes til mig senest lørdag. 21/3</td> </tr> <tr> <td></td> <td>19/3</td> <td>Afslutning - Præsentation af hovedpunkter fra rapporterne på klassen</td> </tr> </tbody> </table> <p>Læringen fra dette eksamensforløb bruges i forbindelse med den mundtlige eksamen. Til den mundtlige eksamen vil du skulle kunne perspektivere mellem dine trukne eksamensspørgsmål til dette projektforsløb.</p>	lekt	Dato	Indhold	1	24/2	Intro til projektet	2	26/2	Gruppearbejde	3	2/3	Gruppearbejde	4	6/3	Gruppearbejde	5	9/3	Midtvejsindspark – Gruppevis præsenteres status og problemstillinger - løsningsmuligheder.	6	13/3	Virtuelt - Gruppearbejde	7	16/3	Gruppearbejde	8	17/3	Gruppearbejde	9	19/3	Gruppearbejde - afslutning. Færdig rapport mailes til mig senest lørdag. 21/3		19/3	Afslutning - Præsentation af hovedpunkter fra rapporterne på klassen
lekt	Dato	Indhold																																
1	24/2	Intro til projektet																																
2	26/2	Gruppearbejde																																
3	2/3	Gruppearbejde																																
4	6/3	Gruppearbejde																																
5	9/3	Midtvejsindspark – Gruppevis præsenteres status og problemstillinger - løsningsmuligheder.																																
6	13/3	Virtuelt - Gruppearbejde																																
7	16/3	Gruppearbejde																																
8	17/3	Gruppearbejde																																
9	19/3	Gruppearbejde - afslutning. Færdig rapport mailes til mig senest lørdag. 21/3																																
	19/3	Afslutning - Præsentation af hovedpunkter fra rapporterne på klassen																																
Omfang																																		
Særlige fokuspunkter																																		
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejdsform/gruppearbejde/individuel arbejde/virtuelle arbejdsformer via fronter.																																	

[Retur til forside](#)