



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2020 - juni 2023
Institution	Rybners Handelsgymnasium
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Michael Schmidtdorff (MS)
Hold	HH20i

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Grundforløbet i Afsætning
Titel 2	Den interne situation
Titel 3	Den eksterne situation
Titel 4	Konkurrence- og brancheforhold
Titel 5	Strategiske analyser
Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Titel 7	Marketingmix
Titel 8	Segmentering og købsadfærd på producentmarkedet
Titel 9	SO4: Markedsanalyse og strategi
Titel 10	Erhvervs-case
Titel 11	Internationalisering
Titel 12	Internationalt marketingmix
Titel 13	Eksamensprojekt – Ditur
Titel 14	Mundtlig repetition

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 1	Grundforløbet i Afsætning
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof Marketing, Systime 2017: Introduktion til Afsætning Marketing, Systime 2017 Kapitel 6: Købsadfærd på konsumentmarkedet</p> <ul style="list-style-type: none">• SOR-modellen• Behov• Motiver• Beslutningsprocessen• Købstyper og købsadfærdstyper• Køberoller• Andre købsadfærdsbegreber <p>Supplerende stof Indsamling og videregivelse af virksomheds- og brancheforhold fra elevernes selvvalgte case virksomheder.</p>
Omfang	15
Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.
Væsentligste arbejdsformer	<p>I emnet anvendes afvekslende og elevaktiverende arbejdsformer, så eleverne får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer. Efter hvert ny modelgennemgang laver eleverne en "case" fra Systime hvor eleverne arbejder mere selvstændigt og med bredere problemstillinger. Disse bredere opgaver præsenteres mundtligt på klassen. På nuværende tidspunkt af elevernes treårige studieforløb gives en meget struktureret opsamlende virkelighedsnær case opgave (læs projektopgave), hvor dataindsamling har en væsentlig rolle. Både fordi eleverne ikke endnu magter at opbygge afsætningsfaglige problemstillinger og for at sikre at eleverne kommer rundt i hele afsnittet. Ved caseopgaven arbejdes med en selvvalgt virksomhed for at give eleverne ejerskab og hermed optimal motivation. Som et yderligere progressionstiltag vil feedbacken primært bestå af en vurdering af elevernes emne til at bruge de rigtige begreber og følge strukturen fra modellerne. Desuden betragtes redegørende og tiltag til analyserende resultater som fyldestgørende.</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 2	Den interne situation
Indhold	<p>Kernestof: Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 2</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhedskarakteristik• Konkurrencedygtighed• Forretningsmodeller (BMC)• Værdikæder• SW-opstilling <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• https://www.youtube.com/watch?v=j12qY0MN5OM• https://www.youtube.com/watch?v=8b6QiRlkP5c• https://www.youtube.com/watch?v=Wi8BwUh3XOk• https://www.tivoli.dk/da/om/virksomheden• Diverse aktuelle artikler fra større danske dagblade
Omfang	20
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ræsonnementskompetencer• Modelleringskompetencer• Kommunikationskompetencer• Databehandlingskompetencer <p>Læreplanens mål: Nedenstående faglige mål er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.• identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Undervisning i plenum – teoripræsentation og klassediskussioner• Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper• Aflevering i virksomhedskarakteristik og værdikæde + SW

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 3	Den eksterne situation
Indhold	<p>Kernestof: Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 3</p> <ul style="list-style-type: none">• Omverdensmodellen• OT-opstilling• Muligheds- og trusselsmatrix• PESTEL <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ubers opbremsning fortsætter på begge sider af Atlanten, Berlingske d. 28. marts 2018• Uber arbejder videre i Danmark, business.dk d. 20. maj 2018• Jensens Bøfhus er i krise: Vi skal følge med tiden, Politiken d. 9. juni 2017• Fætter BR var for langsom på tasterne, Berlingske d. 28. december 2018• Nethandel sender fætter BR til tælling, Berlingske d. 13. oktober 2014• Euromonitor• Globalis
Omfang	20
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ræsonnementskompetencer• Modelleringskompetencer• Kommunikationskompetencer• Databehandlingskompetencer <p>Læreplanens mål: Nedenstående mål er især i fokus i dette forløb:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Undervisning i plenum – teoripræsentation og klassediskussioner• Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper• Aflevering i omverdensanalyse + OT• Delvist virtuel undervisning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 4	Konkurrence- og brancheforhold
Indhold	<p>Kernestof: Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 4+5</p> <ul style="list-style-type: none">• Markedskarakteristik• Forskelle mellem konsument- og producentmarkedet• Konkurrentidentifikation – konkurrencetragtmodellen• Markedsandele og homogene/heterogene markeder• Konkurrencemæssige positioner• Konkurrentanalyse <ul style="list-style-type: none">• Branchekarakteristik – afgrænsning og pyramidemodellen• Brancheanalyse – Porters 5 forces <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Carlsberg: Danskerne skal betale mere for øl, Børsen d. 2. oktober 2017• Kvinder er ikke meget for kølige pilsnere – de vil hellere have vin og drinks, Jyllands-Posten d. 7. april 2015• Euromonitor – markedsandele• www.statistikbanken.dk – forbrugsudvikling• Faldende passagertal presser flyselskaber til at sænke indenrigspriser, Jyllands-Posten d. 12. januar 2018• Rema 1000 vil skubbe Netto ned fra øverste hylde, business.dk d. 13. august 2017• Føtex og rema kæmper om at blive fremtidens vindere, Berlingke 1. nov 17
Omfang	30
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• Problembehandlingskompetencer• Ræsonnementskompetencer• Modelleringskompetencer• Kommunikationskompetencer• Databehandlingskompetencer• Redskabskompetencer – virtuelt – Microsoft Teams <p>Læreplanens mål: Der er især fokus på, at eleverne efter dette forløb skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en given virksomheds konkurrencesituation.• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende virksomhedens konkurrenceforhold.• 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

	<ul style="list-style-type: none"> • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale konkurrenceforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng • afgøre, hvilke forhold i relation til virksomheden branche, der har betydning • identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende forhold i branchen. • anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare brancheanalysens 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 brancheforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Undervisning i plenum – teoripræsentation og klassesdiskussioner • Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper • Aflevering i virksomhedskarakteristik og værdikæde + SW • Refleksionsaflevering med afsæt i feed-forward • En stor del af forløbet blev gennemført virtuelt grundet skolelukning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 5	Strategiske analyser
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 8</p> <ul style="list-style-type: none">• SWOT og TOWS• Mission, vision og værdier• Konkurrencestrategier – Igor Ansoff• Vækststrategier – Michael Porter <p>Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 10</p> <ul style="list-style-type: none">• Vækststrategier: Intensivering, integration og diversifikation• Blue Ocean strategi• Porteføljeanalyse og -strategi (Boston)• Digitale forretningsmodeller og -strategi• Bæredygtighed <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• ShoeFit (fiktivt selvopfundet eksempel)• Mission, vision og værdier – modeller fra virksomhedsøkonomi• Danmarks statistik, Circle K – mission, vision og værdier• Modeller fra trojkas bøger• Lakridskongen Johan Bulow fjerner fornavnet og gør klar til globalt væksteventyr, Berlingske d. 25. januar 2019• Lars Larsen group – konglomerat• Carlsberg mangler vækst: ATP presser på for opkøb - Berlingske, fredag d. 16. marts 2018• Mange danske virksomheder gør intet i klimakampen - TV2, 29. jan. 2020, 20:09• B&O og Audis strategiske alliance
Omfang	15
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer:</p> <p>Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ræsonnementskompetencer• Modelleringskompetencer• Kommunikationskompetencer• Databehandlingskompetencer <p>Læreplanens mål:</p> <p>Der er især fokus på, at eleverne efter dette forløb skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold i relation til virksomhedens konkurrencesituation, der har betydning for en valg af vækst- og konkurrencestrategi.• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende virksomhedens valg af vækst- og konkurrencestrategi.• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige for-

	<p>hold i en given kontekst</p> <ul style="list-style-type: none"> • indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Virtuel undervisning i plenum – teoripræsentation og klasses Diskussioner • Virtuelt gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 6	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Indhold	<p>Kernestof: Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 11</p> <ul style="list-style-type: none">• Målgruppebeskrivelse• Markedssegmentering• Livsstilsanalyser• Personas• Målgruppevalg og -strategi• Positionering <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Case om Aarstiderne• http://www.tns-gallup.dk/services/gallup-kompas• https://apps.conzoom.eu/public_map• https://danskemedier.dk/maalinger/• Gallup lyttertal• Markedsføring fra Carlsberg og Opel
Omfang	10
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer: Nedenstående kompetencer er særligt i fokus i dette forløb.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ræsonnementskompetencer• Modelleringskompetencer• Kommunikationskompetencer• Databehandlingskompetencer <p>Læreplanens mål: Nedenstående mål er især i fokus i dette forløb:</p> <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Undervisning i plenum – teoripræsentation og klasses Diskussioner• Gruppearbejde og fremlæggelser i plenum og matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 7	Marketingmix
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof Marketing, Systime 2017: Kapitel 14: Marketingmix Marketing, Systime 2017: Kapitel 15: Produkt Marketing, Systime 2017: Kapitel 16: Serviceydelser Marketing, Systime 2017: Kapitel 18: Pris Marketing, Systime 2017: Kapitel 20: Distribution Marketing, Systime 2017: Kapitel 22: Promotion</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse statistikker og artikler fra dagspressen, fx:• Danmarks statistik – elektronik i hjemmet• Euromonitor• Ben and Jerrys case• E-handel i Danmark 2017-2018• Artikel om Netflix og Product Placement• Mail er en darling selvom vi hader mails 21. februar 2019 Erhvervsavisen Fyn Sektion 1 Side 30 Heidi Juel Skovrider
Omfang	30
Særlige fokuspunkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none">• Problemløsningskompetence• Ræsonnementskompetence• Modelleringskompetence• Tankegangskompetence• Kommunikationskompetence• Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Tavleundervisning• Opgaver• Klassegennemgang• Fremlæggelser i plenum og i matrixgruppe• Walk And Talk• Matrixgrupper• Fremlæggelser• Eksamenstræning

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 8	Segmentering og Købsadfærd på producentmarkedet
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof</p> <p>Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 7</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomheders købsadfærd• Virksomheders købsbeslutningsproces• Valgkriterier på de tre markeder• Faktorer der påvirker købsadfærden <p>Michael Bregendahl et al., Marketing, Systime, 2018 kapitel 13</p> <ul style="list-style-type: none">• Delmarkeder på producentmarkedet• Segmenteringsvariable på producentmarkedet• Build-up og Break-down tankegang
Omfang	8
Særlige fokuspunkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>I forhold til de mere generelle faglige mål, der også trænes i dette forløb, skal eleverne efter dette forløb kunne følgende:</p> <ul style="list-style-type: none">• redegøre for begrebet business to business (B-t-B), og kunne argumentere for ligheder og forskelle til Business to Consumer (B-t-C).• redegøre for B-t-B markedets forskellige typer købsadfærd, og argumentere for i hvilke købsituationer de anvendes.• analysere virksomheders beslutningsproces.• redegøre for og analysere delmarkedernes valgkriterier.• analysere faktorer, der påvirker aktørernes købsadfærd.• vurdere ligheder og forskelle mellem købsadfærden på B-t-B og B-t-C.• redegøre for begrebet build - up- og break - down segmentering, samt mikro- og makro segmentering.• analysere sig frem til en hensigtsmæssig segmenteringsproces ud fra et sælgerperspektiv.• anvende begreber fra købsadfærden på b-t-b markedet til at kvalificere analysen.• vurdere hvorvidt der reelt er behov for en både og segmentering.• redegøre for ligheder og forskelle mellem segmentering på B-t-B og B-t-C markederne
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Tavleundervisning og summeopgaver• Klassediskussioner• Casearbejde

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 9	SO4: Markedsanalyse og Strategi
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof/indhold: Marketing, Systime 2017: Samfundsvidenskabelig metode Marketing, Systime 2017: Kapitel 1: Markedsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none">• Datakilder• Databaser• Kvalitative og kvantitative metoder• Spørgeskemaudformning• Respondent- og stikprøveudvælgelse• Fejlkilder• Repræsentativitet• Big Data• Markedsanalyseprocessen <ul style="list-style-type: none">• De 4 p'er - (MS)• Den strategiske platform (TFH/MS)• Interne modeller: Regnskabsanalyse (TFH), BMC (MS/TFH)• Eksterne modeller: Omverdensmodel (MS) (makroøkonomiske forhold (TFH)) og evt. P5F (MS)• Analyse af CSR-forhold (Ashridges, CSR-rapportering) (TFH)• SWOT - evt. TOWS (MS/TFH) <p>Emne: Bæredygtighed og Strategi hos REMA 1000</p> <ul style="list-style-type: none">• Produkt: Poster og fremlæggelse. 20 min. pr. gruppe incl. feedback og feed-forward.• Undervejs: Video med fremlægning med opponentgruppes feedback.• Al analyse skal være tilgængelig for undervisere i et word-dokument (i TE-AMS) - udformes som bilag med kildehenvisninger.• Evaluering: De faglige mål i SO og fagene. Der gives karakter. <p>Problemstilling: <i>Hvordan arbejder virksomheden med strategi og bæredygtighed?</i></p> <p>Opgaveformulering:</p> <ul style="list-style-type: none">• Redegør for virksomhedens forretningsmodel med særlig fokus på Rema 1000s handlingsparametre og fokus på bæredygtighed• Analyser virksomhedens økonomiske og strategiske situation og identificer, hvor virksomheden har udfordringer (positive som negative)• Vurder, hvilke handlingsforslag virksomheden med fordel kan implementere med fokus på fremtidig vækst <p>4+5 november: formalia/metode/teori.</p>

	<p>Præsentation af Problemstilling og opgaveformulering og gruppesammensætning (elevstyret). Præsenterer Poster-formatet.</p> <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing, Systime 2017: Kapitel 1: Markedsanalyse • Marketing, Systime 2017: Kapitel 3: Den eksterne situation • Marketing, Systime 2017: Kapitel 8: Strategi <p>Supplerede stof</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://hhxguiden.systime.dk/index.php?id=211 Henvisninger og kildekritik • https://toolbox.systime.dk/?id=c2278 Kildekritik fra toolbox • Elevernes egen dataindsamling
Omfang	13
Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p>Faglige mål</p> <ul style="list-style-type: none"> • beherske relevante faglige mål i studieområdets fag • formulere og analysere en problemstilling ved at kombinere viden og faglige metoder fra flere forskellige fag • perspektivere besvarelsen af en problemstilling i forhold til kulturelle, økonomiske og politiske temaer i samtiden • reflektere over forskellige fags og faglige metoders muligheder og begrænsninger • søge, udvælge og behandle relevant faglig information • forholde sig kritisk til faglig information og eget arbejde • formidle flerfaglige problemstillinger og resultater mundtligt og skriftligt • beherske mundtlige og skriftlige fremstillingsformer. <p>Kompetenceudvikling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Tankegangskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Tavleundervisning • Opgaver • Klassegennemgang • Fremlæggelser i plenum og i matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 10	Erhvervs-case
Indhold	Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof Kernestof: Erhvervs-case, Systime 2017 Marketing, Systime 2017 https://deg.dk/aktuelt/dm-i-teknologi-og-erhvervs-case/2018/ Case: Shaping New Tomorrow Case: Cykelpartner
Omfang	20 moduler (+20 fra VØ)
Særlige fokuspunkter	Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression Faglige mål <ul style="list-style-type: none">• indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne forhold• identificere en virksomheds kritiske succesfaktorer ud fra en analyse af virksomhedens forretningsmodel• argumentere for en virksomheds centrale udfordringer ud fra interne og eksterne analyser• udvikle løsninger på en virksomheds udfordringer ud fra en kreativ proces• argumentere fagligt for udvalgte løsninger og deres konsekvenser• formidle viden med anvendelse af faglige ræsonnementer• anvende it og medier til informationssøgning, samarbejde, produktion og formidling• forholde sig kritisk til egne arbejdsprocesser og resultater. Kompetenceudvikling <ul style="list-style-type: none">• Problembehandlingskompetence• Ræsonnementskompetence• Modelleringskompetence• Tankegangskompetence• Kommunikationskompetence• Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Tavleundervisning• Opgaver• Klassegennemgang• Fremlæggelser i plenum og i matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 11	Internationalisering
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Forløbet "Internationalisering" ligger i forlængelse af det tidligere arbejde med vækststrategien "Markedsudvikling" (se kap. 8.5 i Marketing). Med udgangspunkt i de i kap. 9 præsenterede modeller og teorier vil vi forsøge at besvare følgende spørgsmål;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hvorfor vælger nogle virksomheder at internationalisere? • Hvilke interne forudsætninger bør være i orden, før virksomheden begynder at internationalisere? • Hvordan beslutter man sig for hvilke markeder man ønsker at bevæge sig ud på og i hvilket omfang? • Hvilke overvejelser bør man gøre sig vedr. sit markedstilbud/parametermix, når det skal introduceres på konkrete nye markeder? <p>Kernestof</p> <p>Marketing, Systeme 2017: Kapitel 9: Internationalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eksportmotiver og eksportberedskab • Internationaliseringsmodeller • Markedsudvælgelsesmetoder • Information om internationale markeder • Kulturelle forhold <p>Marketing, Systeme 2017: Kapitel 11: International segmentering</p> <ul style="list-style-type: none"> • International segmentering og internationale livsstilsmodeller <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none"> • Euromonitor • Marketline • Lars Larsen slår til under kriser: Jysk trodser brexit og holder høj fart i det britiske salg Finans.dk d. 23.04.2018 • Jysk efter nedtur i Kina: "Det er ikke ofte, at vi må lukke et land" Børsen d. 1. juni 2018
Omfang	30
Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Tankegangskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Tavleundervisning • Opgaver • Klassegennemgang • Fremlæggelser i plenum og i matrixgrupper

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 12	Internationalt marketingmix
Indhold	<p>Anvendt litteratur, herunder anvendt digitalt materiale, og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof</p> <p>Kernestof</p> <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 17: Produkt i internationalt perspektiv</p> <ul style="list-style-type: none">• Internationalisering af produktparameteren• Serviceydelse i internationalt perspektiv• Mærkestrategier• PLC og TLC• Produktudvikling via Stage-Gate modellen <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 19: Pris i internationalt perspektiv</p> <ul style="list-style-type: none">• Pris/kvalitetsstrategier• Priseskalering• Valutaforhold• Serviceprodukters prisfastsættelse• Bundling• Prisfastsættelse på B2B• Krydspriselasticitet <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 21: International distribution</p> <ul style="list-style-type: none">• Markedsindtrængningsformer• Valgkriterier ved markedsindtrængning <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 23: International promotion</p> <ul style="list-style-type: none">• Den udvidede kommunikationsmodel• Nationale og internationale medievalg• Neuromarketing• Content marketing <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 24: Marketingmix i internationalt perspektiv</p> <ul style="list-style-type: none">• Standardiseret eller differentieret marketingmix <p>Marketing, Systime 2017: Kapitel 25: Marketingplan</p> <p>Supplerende stof</p> <ul style="list-style-type: none">• https://www.statista.com/statistics/383261/private-label-value-share-by-europeancountries/• Erhvervsstyrelsen (Brexit - konsekvenser for samhandel)• Momondo.dk (Prisfastsættelse for serviceprodukter)• www.valutakurser.dk• Danmarks statistik• https://bryggeriet-vestfyen.dk/• https://www.tv2fyn.dk/artikel/jolly-cola-med-nyt/gammelt-look• https://www.youtube.com/watch?v=n6uViL8m9wg• Euromonitor• Marketline
Omfang	30

Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problembehandlingskompetence • Ræsonnementskompetence • Modelleringskompetence • Tankegangskompetence • Kommunikationskompetence • Databehandlingskompetence
Væsentligste arbejdsformer	<p>Udgangspunktet for forløbet og dets emner er en inductiv tilgang. Eleverne præsenteres for data og/eller tolkning af data, som de kobler kernestoffet til. Formålet er at eleverne får mulighed for at arbejde med problemer og løsningsforslag på forskellige taksonomiske niveauer (dog med vægt på de øvre niveauer), således at der er fokus på mere selvstændiggørende og studieforberevende arbejdsformer. De enkelte delemner søges b handlet på en måde, hvor eleverne selvstændigt arbejder ud fra en virkelighedsnær kontekst med identifikation af problemer, opstilling af arbejdsspørgsmål, besvarelse af spørgsmål, præsentation af løsninger og refleksioner over eget arbejde.</p>

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 13	Eksamensprojekt: Ditur
Indhold	<p>I er ansat som konsulenter ved Ditur og har fået stillet til opgave, at udarbejde et to-siders notat til ledelsen, der kan hjælpe dem til at identificere fremtidige udfordringer og løsninger hertil.</p> <p>Opgaven er PBL-baseret og I vælger selv analyser og tilpasninger af analyser til arbejdet. (men kom omkring alle kernestofområder – det bliver en fordel ved eksamen)</p> <p>Formålet er at identificere hvilke udfordringer virksomheden har, og dernæst fremsætte et eller flere relevante løsningsforslag til den udfordring I finder mest relevant.</p> <p>Selvstændig dataindsamling kombineret med Systimes forløb om Ditur</p> <ul style="list-style-type: none">• Marketing, Systeme 2017: Forløbsmateriale – Ditur A og Ditur B <p>Diturs strategiske planlægning:</p> <ul style="list-style-type: none">• Relevante analyser af den interne/eksterne situation• Nuværende konkurrencestrategi og vækststrategier• Nuværende marketingmix – målgruppe – målgruppens købsadfærd• Internationalisering• SWOT til at opsamle analysernes resultater og identificere relevante udfordringer• TOWS og vækststrategier til at sammensætte et eller flere relevante løsningsforslag• HUSK at løsningsforslaget skal være grundigt gennemarbejdet og dybdegående
Omfang	8 moduler
Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none">• Repetition af kernestof og faglige mål for Afsætning A• Fordybelse i virksomheden og virksomhedens branche og markeder• Perspektiveringsopgave – skal anvendes som perspektivering til mundtlig eksamen
Væsentligste arbejdsformer	Case-arbejde i selvvalgte grupper, suppleret med workshops med fokus på feed forward. Produktet er et notat og en poster eller en PowerPoint præsentation til eksamen.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Titel 14	Mundtlig repetition
Indhold	<p>Enkeltvis eller parvis udarbejdes et selvvalgt eksamensspørgsmål med afsæt i selvvalgt empiri og kernestofområde (sidstnævnte valgt eller først til mølle princip for at sikre, at hele kernestoffet afdækkes af fremlæggelserne.</p> <p>Empiri uploades til lektielæsning for klassens andre elever senest en uge før fremlæggelsesdagen</p> <p>Klassens sidste 12-14 moduler i Afsætning indledes med en 10 minutters eksamenslignende præsentation, hvorfra præsentationen går over i en klasses Diskussion hvor klassens elever – der har læst teksterne – agerer eksaminatorer og stiller spørgsmål mv. til præsentationen.</p>
Omfang	3 moduler
Særlige fokus-punkter	<p>Særlige fokuspunkter herunder kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <ul style="list-style-type: none">• Repetition af kernestof og faglige mål for Afsætning A• Fordybelse i specifik case og virksomhedens branche og markeder• Problembehandlingskompetence• Ræsonnementskompetence• Modelleringskompetence• Tankegangskompetence• Kommunikationskompetence• Databehandlingskompetence <p>Alle økonomiske kompetencer i spil</p>
Væsentligste arbejdsformer	Selvstændigt hjemmearbejde Fremlæggelser og klasses Diskussioner