

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Maj-juni 2011
Institution	Business College Syd – Sønderborg Handelsskole
Uddannelse	Hhx
Fag og niveau	Afsætning A - 1. + 2. år til brug for e-case
Lærer(e)	Dorthe Milling Stjernholm
Hold	AFS_A_hh2C_10-11_DMS

Oversigt over det gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Intro til afsætning
Titel 2	Virksomhedens interne forhold
Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold
Titel 4	Informationsindsamling
Titel 5	Segmentering, målgrupper og Positionering
Titel 6	Virksomhedens markedsforhold
Titel 7	Virksomhedens parametermix

Titel 1	Introduktion til afsætning
Indhold/materialer	Kernestof: Det virksomhedsøkonomiske område – en temabog til grundforløbet på HH, Systime 2005 Afsnit 1.5, 2.3, kapitlerne 3 – 6,
Periode	Grundforløbet efteråret 2008
Særlige fokuspunkter	Eleven har fået en introduktion til faget afsætning.
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	Eleverne har som afslutning på grundforløbet har temaprojektet ”start af virksomhed” hvor de i VØ, Mat, IØ og AFS arbejde med bla. en forretningsplan

Titel 2	Virksomhedens interne forhold
Indhold/materialer	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006 kap. 1, 2, 3, 4, og 5</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Aktuelle avisartikler samt udleveret artikler: "Bamseopskrift på en oplevelse" Ca-bladet ? "Det blå ocean skyller over Danmark" C3-Magasinet om ledelse og økonomi 01.07 Kopi af udvalgte dias fra et foredrag med Svend Hollensen om blå ocean</p>
Periode	Ca. 70 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne forhold • Analysere og vurdere virksomhedens strategiske planlægning
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	

Titel 3	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006 kapitlerne 6, 7,8, 9 og 10</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Aktuelle artikler</p>
Omfang	
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens eksterne forhold • Selvstændigt inddrage teorier og modeller til vurdering af

	<p>konkurrencesituationen på et givent marked</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vurdere og perspektivere købsadfærden på konsument- og producentmarkedet og anvende viden om denne ved tilrettelæggelse af virksomhedens strategi
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	

Titel 4	Informationsindsamling
Indhold/materialer	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006</p> <p>Kapitel 11</p>
Periode	
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal have viden om og skal kunne anvende forskellige informationsindsamlingsmetoder som grundlag for virksomhedens beslutninger.</p> <p>Informationsindsamlingen skal udgøre fundamentet i alle fagets emneområder, idet eleven skal kunne analysere og vurdere informationer om virksomheden og dens omverden og anvende denne viden som beslutningsgrundlag i virksomheden.</p> <p>Det betyder, at eleven skal have en overordnet viden om den valgte indsamlingsmetode og kunne vurdere de indsamlede informationers validitet og repræsentativitet.</p> <p>Eleven skal kunne præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner ved anvendelse af relevante it-værktøjer.</p> <p>Eleven skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens interne og eksterne forhold
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	Klassen har gennemført en mindre markedsanalyse for at arbejde med teorien i praksis – denne er foregået over 2 uger.

	Desuden afsluttede klassen 1. år med et tværfagligt projekt ml. da, engelsk, tysk og afsætning, hvor de skulle arbejde med en gennemført markedsanalyse
--	---

Titel 5	Segmentering, målgrupper og Positionering
Indhold/materialer	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006 Kapitlerne 16 og 17</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Uddrag af "livsstilsanalyse og trendspotting – mønster i kaos eller kaos i mønsteret" af Kersten Bonnén, John Hird og Kirsten Poulsen, Academica, siderne 54-59 + 63- 67 + 90-94</p> <p>"Minerva" fra DR1 1996</p>
Periode	20 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal kunne gennemføre en segmentering af virksomhedens markeder nationalt og på baggrund heraf foretage begrundet valg af målgruppe. I forlængelse heraf skal eleven kunne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi og positionering.</p> <p>Eleven skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vurdere virksomhedens valg af målgrupper
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, men mest fokus på gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	<p>Eleverne har i grupper arbejde med en opgave hvor de skulle søge informationer om Conzoom og hvordan PostDanmark bruger dette samt Gallup Kompas</p> <p>Desuden har klassen deltaget i en innovationsdag med andre gymnasier og folkeskoler, hvor klassen i forhold til de producerede solcellebiler fastlagde målgruppen</p>

Titel 6	Virksomhedens markedsforhold
----------------	------------------------------

Indhold/materialer	Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006 Kapitlerne 12 Supplerende materiale: Aktuelle artikler "...." fra Penge på DR1, efteråret 2010
Periode	23 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleven skal kunne identificere og vurdere kriterier for valg af eksportmarked. Dette kræver viden om de forskellige markedsudvælgelsesmetoder. Eleven skal i såvel nationalt som internationalt perspektiv kunne: <ul style="list-style-type: none"> • Gennemføre markedsvalg og segmentering
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	Eleverne har i grupper arbejdet med en selvvalgt virksomhed, hvor de har arbejdet sig frem til nye markeder for virksomheden

Titel 7	Virksomhedens nationale parameter-mix
Indhold/materialer	Kernestof: Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006 Kapitlerne 18, 19 (minus 19.8), 20,21(minus 21.5-21.8), 22, 24 (minus 24.5) Supplerende stof: Eleverne har indsamlet materiale/artikler fra nettet om oplevelses-økonomi
Periode	50 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleven skal med udgangspunkt i valg af målgruppe kunne analysere og vurdere virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse. Dette kræver viden om de 4 P'er samt disses indbyrdes afhængighed. I tilknytning hertil skal eleven kunne vurdere produktets livsløb, herunder sammensætningen af de 4 P'er i de enkelte faser såvel på nationale som internationale markeder.

	<p>Eleven skal kunne vurdere virksomhedens valg af marketingmix.</p> <p>Eleven skal nationalt kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analysere og vurdere virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	Eleverne har også brugt parametermixet i forbindelse med solcelleprojektet (se under titel 5)