

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
Lærer(e)	Kent Cramer
Hold	AFS_A_hh3c_08-11_kec

Oversigt over det gennemførte undervisningsforløb

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

Titel 1	Virksomhedens interne forhold
Indhold/materialer	Kernestof: Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006 kap. 1, 2, 3, 4, og 5
Periode	Ca. 70 lektioner 70
Særlige fokuspunkter	Eleven skal i såvel national som international perspektiv kunne : <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 2	Virksomhedens eksterne forhold
Indhold	Kernestof: Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006 kapitlerne 6, 7, 8, 9 og 10
Omfang	Ca. 70 lektioner
Særlige fokuspunkter	Eleven skal i såvel nationalt som internationalt perspektiv kunne : <ul style="list-style-type: none"> • Indsamle, analysere og vurdere informationer om virksomhedens eksterne forhold • Selvstændigt inddrage teorier og modeller til vurdering af konkurrencesituationen på et givent marked • 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 3	Informationsindsamling
Indhold/materialer	Kernestof: Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006 Kapitel 11
Periode	15 timer
Særlige fokuspunkter	Eleven skal have viden om og skal kunne anvende forskellige informationsindsamlingsmetoder som grundlag for virksomhedens beslutninger. 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. Det betyder, at eleven skal have en overordnet viden om den valgte indsamlingsmetode og kunne vurdere de indsamlede informations validitet og repræsentativitet.

	<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

Titel 4	Segmentering, målgrupper og Positionering
Indhold/materialer	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006</p> <p>Kapitlerne 16 og 17</p>
Periode	20 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal kunne gennemføre en segmentering af virksomhedens markeder, såvel nationalt som internationalt og på baggrund heraf foretage begrundet valg af målgruppe. I forlængelse heraf skal eleven kunne tage stilling til virksomhedens internationale målgruppestrategi og positionering.</p> <p>Eleven skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vurdere virksomhedens valg af målgrupper
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	

Titel 5	Virksomhedens markedsforhold
Indhold/materialer	<p>Afsætning A, Trojka, 1. Udgave, januar 2006</p> <p>Kapitlerne 12, 13, 14, 15,</p> <p>Supplerende stof:</p>

	Eksportrådets hjemmeside
Periode	50 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal kunne identificere og vurdere kriterier for valg af eksportmarked. Dette kræver viden om de forskellige markedsudvælgelsesmetoder.</p> <p>Eleven skal i såvel nationalt som internationalt perspektiv kunne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gennemføre markedsvalg og segmentering
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppe arbejde
Evt. supplerende oplysninger	

Titel 6	Virksomhedens parametermix
Indhold/materialer	<p>Kernestof:</p> <p>Afsætning A, Trojka, 1. udgave, januar 2006</p> <p>Kapitlerne 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 og 26</p>
Periode	80 lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Eleven skal med udgangspunkt i valg af målgruppe kunne analysere og vurdere virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse.</p> <p>Dette kræver viden om de 4 P'er samt disse 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. Der er desuden arbejdet med de sidste 3 p'er.</p> <p>Eleven skal kunne vurdere virksomhedens valg af marketingmix, herunder virksomhedens strategi og positionering på internationale markeder.</p> <p>Desuden skal eleven kunne opstille og forholde sig til en international marketingplan for virksomheden.</p> <p>Eleven skal i såvel nationalt som internationalt perspektiv kunne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analysere og vurdere virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, individuelt, par- og gruppearbejde

Evt. supplerende oplysninger	
---	--