

# Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG  
UNDERVISNINGSMINISTERIET  
STYRELSEN FOR  
UNDERVISNING OG KVALITET

<b>Termin</b>	August 2021 – Juni 2023
<b>Institution</b>	College 360
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B
<b>Lærer</b>	Louise Hasselgaard Tellefsen
<b>Hold</b>	Hhx2c

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Forløb 1</b>	Købsadfærd på konsumentmarkedet
<b>Forløb 2</b>	Den interne situation
<b>Forløb 3</b>	Den eksterne situation
<b>Forløb 4</b>	Konkurrence- og brancheforhold
<b>Forløb 5</b>	Strategi <i>light</i>
<b>Forløb 6</b>	Parametermix
<b>Forløb 7</b>	Forretningsmodeller
<b>Forløb 8</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Forløb 9</b>	Markedsanalyse
<b>Forløb 10</b>	Købsadfærd på producentmarkedet
<b>Forløb 11</b>	Strategi og strategiske analyser
<b>Forløb 12</b>	Internationalisering
<b>Forløb 13</b>	Eksamensprojekt

<b>Titel 1</b>	Købsadfærd
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduktion til afsætning, 1. Virksomheden</li> <li>• 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget</li> </ul> </li> </ul>
<b>Omfang</b>	8 lektioner á 60 minutter Sideantal: 28,5 sider
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Almindelig undervisning m. skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse.</p> <p>Brug af disse digitale medier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Padlet</li> <li>• Jamboard</li> <li>• Storyboardthat.com (tegneserie)</li> <li>• Find2learn</li> <li>• Quiz og byt</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>

<b>Titel 2</b>	Den interne situation
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2. Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2.1 Virksomhedskarakteristik</li> <li>○ 2.2 Konkurrencedygtighed</li> <li>○ 2.5 Værdikæder</li> <li>○ 2.6 SW-opstilling</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casearbejde om Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 lektioner á 60 minutter Sideantal: 36 sider
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske <b>modeller</b> og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, <b>bearbejde</b> og <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes med samme arbejdsformer gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuert fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

<b>Titel 3</b>	Den eksterne situation
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3. Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3.1 Omverdensmodellen</li> <li>○ 3.2 OT-opstilling</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casearbejde om selvvalgt virksomhed</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>6 lektioner á 60 minutter</p> <p>Aflevering af 3 timers fordybelsestid</p> <p>Sideantal: 16 sider</p>
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Dette forløb er gennemgået i grundforløbet. For nogle elever betyder det andet supplerende stof, andre arbejdsformer og en anden underviser. Fælles for alle er dog kernestof og fokuspunkter.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Der arbejdes stadig med samme arbejdsformer. Forløbet afsluttes derudover med første projekt med en dertilhørende præsentation.

<b>Titel 4</b>	Konkurrence- og branche
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4. Konkurrenceforhold</li> <li>• 5. Brancheforhold</li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case om Netflix</li> <li>• Arbejde med udvalgte cases fra Silkeborg gågade (introduktion til egen informationsindsamling)</li> </ul>
<b>Omfang</b>	11 lektioner á 60 minutter Sideantal: 55 sider
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Den eksterne situation</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• <b>indsamle, bearbejde og præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere.

<b>Titel 5</b>	Strategi <i>light</i>
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8. Strategi <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 8.1 SWOT-opstilling</li> <li>○ 8.4 Konkurrencestrategier</li> <li>○ 8.5 Vækststrategier</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case om Normal</li> <li>• Arbejde med selvvalgte cases</li> </ul>
<b>Omfang</b>	3 lektioner á 60 minutter Sideantal: 14,5 sider
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Strategi</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• Indsamle, bearbejde og <b>præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul> <p>I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere. Eleverne har arbejdet meget analogt med forskellige post-its som de har flyttet mellem analyser, SWOT, vækststrategier osv. Dette har skabt en tydelig forståelse for modellerne sammenhænge.

<b>Titel 6</b>	Parametermix
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systeme, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 14. Marketingmix</li> <li>• 15. Produkt</li> <li>• 16. Serviceydelser</li> <li>• 18. Pris</li> <li>• 20. Distribution</li> <li>• 22. Promotion <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Kun kap. 22-22.3</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Markedskommunikation</i>, Systeme, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6-6.3 Digitale reklamemedier</li> </ul> <p>SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked.</p> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.relationmedia.dk/cases">http://www.relationmedia.dk/cases</a> - Sales promotion cases</li> <li>• Udvalgte opgaver og cases fra systeme</li> <li>• Eleveksempler</li> </ul>
<b>Omfang</b>	24 lektioner á 60 minutter Sideantal: 164 sider
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kernestofområde: Marketing mix</p> <p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – <b>nationalt</b> og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere.

<b>Forløb 7</b>	Forretningsmodeller
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p><i>Marketing – en grundbog i afsætning</i>, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.3 Forretningsmodeller</li> <li>• 2.4 Business Model Canvas</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>18 lektioner á 60 minutter</p> <p>Aflevering med 1 times fordybelsestid – Naturlig</p> <p>Sideantal: 17 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>I forløbet, som ligger først i 2g, har der været fokus på at inkorporere de interne analyser fra 1g i forretningsmodellerne, her tænker særligt på parametermixet. Der er altså fokus på at højne fagligheden i forretningsmodellerne sådan at disse ikke udelukkende bliver beskrivende.</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</b> – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• <b>identificere</b>, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske <b>modeller</b> og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i <b>samspil med andre fag</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ I VØ har eleverne haft besøg af en ekstern partner (DANIA) til et workshop-forløb om forretningsmodeller</li> </ul> </li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Som tidligere med høj grad af veksling mellem induktiv og deduktiv undervisning. Der er arbejder ”puslespils” orienteret så eleverne gradvist har analyseret sig frem til hele forretningsmodellen.</p>



<b>Forløb 8</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 11. Segmentering, målgruppevalg og positionering</li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zulu menneskekender</li> <li>• Gallups kompas, tns-gallup.dk</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>12 lektioner á 60 minutter</p> <p>Sideantal: 50 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Optagelse af egen podcast</p> <p>Rollespil m. livsstile</p> <p>Ellers arbejdsformer som normalt. Høj grad af autencitet, elevinddragelse og stilladsering.</p> <p>Aflevering: Procesaflevering og peerfeedback.</p>

<b>Forløb 9</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:          SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kap. 1 Markedsanalyse</li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coops mad-o-meter</li> <li>• Caseopgave om DGI og unges fritidsinteresser</li> <li>• Caseopgave i samarbejde m. matematik             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Evaluering af innovationscamp på College 360 – G-kraft 360 camp</li> </ul> </li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>Der er afholdt 5 lektioner á 60 minutter + to temadage på tværs af klassen (G-kraft 360 camp)</p> <p>Sideantal: 47 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Tværfaglighed med matematik (lovpligtigt)</p> <p>Anvendelse af matematik i praksis, altså anvendelse af matematik i et marketing-perspektiv</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• <b>indsamle, bearbejde og præsentere informationer</b> om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes <b>troværdighed og relevans</b> i en given sammenhæng</li> <li>• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i <b>samspil med andre fag</b></li> <li>• udvælge og anvende relevante <b>digitale og matematiske kompetencer</b> i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Teorien er gennemgået i et mix mellem deduktiv og induktiv undervisning. I den induktive tilgang er der brugt gâsespil, find2learn og andre elevinddragende elementer.</p> <p>Forløbet er afsluttet med gruppearbejde i caseopgaven.</p>

<b>Forløb 10</b>	Købsadfærd B2B
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:          SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kap. 7 Købsadfærd på producentmarkedet</li> </ul> <p>Supplerende stof:          Caseopgave om udvalgt detailhandel/servicevirksomhed i gågaden i Silkeborg</p>
<b>Omfang</b>	<p>Der er afholdt 7 lektioner á 60 minutter.          Sideantal: 24 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Skildring mellem B2B og B2C          Perspektivering til købsadfærd på B2C          Repetition af markedsanalyse</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Der er arbejdet med samme arbejdsformer som i den resterende del af undervisningen med fokus på høj grad af autencitet og elevinddragelse.</p>

<b>Forløb 11</b>	Strategi og strategisk analyse
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kap. 8 Strategi <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Repetition af 8.1-8.5 som repetition</li> <li>○ 8.6 om Bowmans strategiske ur</li> </ul> </li> <li>• Kap. 10 Strategisk analyse <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 10.1 Vækststrategier (Selvom dette er A-niveau pensum)</li> <li>○ 10.2 Blue Ocean</li> </ul> </li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udvalgte klip Løvens Hule</li> <li>• Casearbejde om Power</li> <li>• Casearbejde om Søstrene Grene</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>11 lektioner á 60 minutter</p> <p>Fremlæggelse med 1 times fordybelsestid</p> <p>Sideantal: 12 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• <b>identificere, formulere og løse udfordringer</b> vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>• anvende afsætningsøkonomiske <b>modeller</b> og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>• fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i <b>samspil med andre fag</b></li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Som tidligere. Derudover tværfagligt projektarbejde i grupper.

<b>Forløb 12</b>	Internationalisering
<b>Indhold</b>	<p>Kernestof:</p> <p>SYSTIME: MARKETING af Michael Bregendahl, Morten Haase, René Mortensen, Birte Ravn Østergaard (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kap. 9-9.4 om Internationalisering <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Eksportmotiv</li> <li>○ Eksportberedskab</li> <li>○ Internationaliseringsmodel</li> <li>○ Markedsudvælgelse</li> </ul> </li> <li>• Kap. 24.5 Standardiseret eller tilpasset marketingmix</li> </ul> <p>Supplerende stof:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• You-tube videoer fra VIRK.dk om Shoe The Bear og Skatepro</li> <li>• Case om Bolia.com</li> <li>• Case om Lakrids by Bülow</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>Der er afholdt 9 lektioner á 60 minutter.</p> <p>Sideantal: 50 sider</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fokus i dette forløb har været at give eleverne mulighed for at udfolde vækststrategien <i>markedsudvikling</i>, både set i afsætningsmæssig og ikke mindst i e-case sammenhæng. Eleverne har efterspurgt viden om internationalisering i forbindelse med strategi-projektet, hvor flere elever havde markedsudvikling som en del af de fremtidige tiltag.</p> <p>Fokus har været på at give eleverne en kort introduktion til emnet som gør dem i stand til at udfolde <i>markedsudvikling</i> både analytisk og som en diskussion.</p> <p>Selvom dette ikke er kernestof på afsætning B har jeg valgt at gennemgå emnet.</p> <p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og <b>globalt</b>, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte <b>vækst</b></li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk <b>ræsonnement</b>, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds <b>globale</b> markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Da forløbet er placeret i slutningen af skoleåret har der været høj grad af elev-involvering og inddragelse, altså deduktiv undervisning.</p>

<b>Forløb 13</b>	Eksamensprojekt
<b>Indhold</b>	<p>Afsluttende projekt med repetition af alt kernestof gennemgået i 1- og 2g. Virksomhedsbesøg hos møbelproducenten HOUE.</p> <p>Eleverne har arbejdet med et selvvalgt emne og dertilhørende problemstilling. Der er udarbejdet en A2-planche som præsenterer de væsentligste pointer med arbejdet. Denne planche skal danne udgangspunkt for perspektiveringen til eksamen.</p> <p>Der er valgt en mere åben tilgang til projektet, da der er tale om en fagligt stærk klasse. Jeg har derfor vurderet at de selv er i stand til at udvælge relevante analyser for på den måde at højne fagligheden.</p> <p>Projektet er afsluttet med præsentationer på video og elevernes arbejde er derfor ikke evalueret. Jeg har udelukkende brugt præsentationerne til afsluttende indblik i elevernes niveau.</p>
<b>Omfang</b>	<p>16 lektioner á 60 minutter.</p> <p>Der er afsat 4 timers fordybelsestid til projektet.</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>• identificere, formulere og løse afgrænsede udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>• <b>anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Her vises vigtigheden af den åbne opgaveformlering</li> </ul> </li> <li>• udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement herunder at kunne forklare <b>sammenhængen</b> mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given afgrænset kontekst</li> <li>• indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Planche</li> </ul> </li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Da forløbet er placeret i slutningen af skoleåret har der været høj grad af elev-involvering og inddragelse, altså deduktiv undervisning. Jeg har som underviser fungerer som konsulent.</p>