

Undervisningsbeskrivelse



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	{Indsæt termin hvori undervisningen afsluttes: maj-juni, august-september, december-januar samt skoleår, fx 2021/22} <u>Maj-juni 2023</u>
Institution	{Indsæt institutionens/afdelingens navn} <u>College360</u>
Uddannelse	{Toårig hf/hf-enkeltfag/hhx/htx/stx/gsk/gifeux} <u>Hhx</u>
Fag og niveau	{Indsæt fagbetegnelsen, jf. bekendtgørelse, samt niveau A/B/C} <u>Afsætning A</u>
Lærer(e)	{Indsæt navn(e)} <u>Nettie Pape</u>
Hold	{Indsæt den benyttede holdbetegnelse} <u>Hhx1k</u>

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

<u>Forløb 1</u>	Markedsanalyse {Indsæt en overordnet titel for undervisningsforløbet}
<u>Forløb 2</u>	Den interne situation
<u>Forløb 3</u>	Den eksterne situation
<u>Forløb 4</u>	Konkurrenceforhold og brancheforhold
<u>Forløb 5</u>	Kobsadfærd
<u>Forløb 6</u>	Strategi og segmentering
<u>Forløb 7</u>	Marketingmiks og parametre
<u>Forløb 8</u>	Internationalisering 3. år
<u>Forløb 9</u>	Strategiske analyser 3. år
<u>Forløb 10</u>	Segmentering, målgruppe og internationale perspektiv 3. år
<u>Forløb 11</u>	Internationale parametre 3. år

Formateret: Skrifttype: Fed, Fremhævnng

Forløb 12	Opsummering og eksamensprojekt 3. år

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Markedsanalyse {Indsæt en overordnet titel for undervisningsforløbet}
Forløbets indhold og fokus	<p>Arbejde med indsamling af forskellige former for data - markedsanalyser. {Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.}</p> <p>Mangler – 2. år!!!!!!!1</p>
Faglige mål	<p><u>Fagmål:</u> Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold, samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p> <p>{Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb}</p>
Kernestof	<p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder.</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne. {Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb}</p>
Anvendt materiale.	<p>{Angiv hvilke materialer, der har været anvendt i forløbet, fordelt på kernestof og supplerende stof. Angiv desuden omfanget i form af antal sider/procent og en angivelse af forløbets samlede undervisningstid og fordybelsestid (opgøres i timer a 60 minutter. Læs mere herom i bekendtgørelse af lov om de gymnasiale uddannelse § 19)}Systeme <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p><u>Individuelle opgaver.</u></p> <p>Par arbejde.</p> <p>Storre casegrupper. {Angiv de væsentligste arbejdsformer, der er anvendt i forløbet, fx klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, projektarbejdsform, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, eksperimentelt arbejde.}</p>

Formateret: Fremhævning

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> - Case med restaurant Flammen - Lege eksamensrollefordeling - Artikler
Faglige mål	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder. Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst. 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. Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag. Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p>
Kernestof	<p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføjeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p>
Forløb 3	Den eksterne situation
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> - Egen valgte virksomhed med opsummering af teori, skriftlig rapport og mundtlig præsentationer - Opsummering af grundforløbet med spil - Jeopardy - Kahoot - Kryds & tværs
Faglige mål	<p>Fagmål: Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder. Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst. 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. Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag. Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p>
Kernestof	

Formateret: Listeafsnit, Punkttegn + Niveau: 1 +
Justeret: 0,63 cm + Indrykning: 1,27 cm

Formateret: Listeafsnit, Punkttegn + Niveau: 1 +
Justeret: 0,63 cm + Indrykning: 1,27 cm

Formateret: Engelsk (USA)

	<p>Kernestof: Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p>
Anvendt materiale.	<p><u>Systeme</u> <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p><u>Individuelle opgaver.</u> <u>Par arbejde.</u> <u>Større casegrupper.</u></p>
Forløb 4	<p><u>Konkurrenceforhold og brancheforhold</u></p>
Forløbets indhold og fokus	<p><u>- Virksomhedsbesøg hos Grundfos – 1. besøg som partnervirksomhed. Introduktion til virksomheden, produkt og produktionen.</u> <u>- Små cases omkring konkurrence.</u></p>
Faglige mål	<p><u>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</u></p> <p><u>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</u></p> <p><u>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</u></p> <p><u>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</u></p> <p><u>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</u></p> <p><u>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</u></p> <p><u>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</u></p>
Kernestof	<p>Kernestof: Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p>
Anvendt materiale.	<p><u>Systeme</u> <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p><u>Individuelle opgaver.</u> <u>Par arbejde.</u> <u>Større casegrupper.</u></p>

Formateret: Listeafsnit, Indrykning: Venstre: 1,27 cm

Forløb 5	Købsadfærd
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Case med bryllupper</u> - <u>By-opgave ud af huset</u> - <u>Præsentationer</u>
Faglige mål	<p><u>Fagmål:</u> <u>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</u></p> <p><u>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</u></p>
Kernestof	<p><u>Kernestof:</u></p> <p><u>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder.</u></p>
Anvendt materiale.	<p><u>Systeme</u></p> <p><u>Artikler</u></p> <p><u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p><u>Individuelle opgaver.</u></p> <p><u>Par arbejde.</u></p> <p><u>Større casegrupper.</u></p>
Forløb 6	Strategi og segmentering
Forløbets indhold og fokus	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Oplæg i Auditoriet fra Errant/Løvens Hule</u> - <u>Lille projekt med Netflix</u> - <u>Mind-map som opsummeringsværktøj</u> - <u>Tværfagligt forløb sammen med innovation – lege Løvens Hule</u> - <u>Virksomhedsbesøg hos Grundfos – 2. besøg som partnervirksomhed – kunstig intelligens</u>
Faglige mål	<p><u>Fagmål:</u> <u>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</u></p> <p><u>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</u></p> <p><u>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</u></p> <p><u>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</u></p> <p><u>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</u></p> <p><u>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</u></p> <p><u>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</u></p>

Formateret: Listeafsnit, Punkttegn + Niveau: 1 +
 Justeret: 0,63 cm + Indrykning: 1,27 cm

Formateret: Engelsk (USA)

Formateret: Engelsk (USA)

Formateret: Listeafsnit, Punkttegn + Niveau: 1 +
 Justeret: 0,63 cm + Indrykning: 1,27 cm

<u>Kernestof</u>	<p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p>
<u>Anvendt materiale.</u>	<p>Systeme</p> <p>Artikler</p> <p>Egne opgaver</p>
<u>Arbejdsformer</u>	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
<u>Forløb 7</u>	Marketingmiks og parametre
<u>Forløbets indhold og fokus</u>	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]
<u>Faglige mål</u>	<p>Fagmål:</p> <p>Afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt og globalt. Derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder.</p> <p>Identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.</p> <p>Anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber.</p> <p>Udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst.</p> <p>Indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng.</p> <p>Fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag.</p> <p>Udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</p>
<u>Kernestof</u>	<p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføljeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p>

	<p>Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt</p> <p>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
Anvendt materiale.	<p><u>Systeme</u></p> <p><u>Artikler</u></p> <p><u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p> <p>Større casegrupper.</p>
Forløb 8	Internationalisering 3. år
Forløbets indhold og fokus	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]
Faglige mål	[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]
Kernestof	<p>Kernestof:</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p>
Anvendt materiale.	<p><u>Systeme</u></p> <p><u>Artikler</u></p> <p><u>Egne opgaver</u></p>
Arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p>

	<u>Større casegrupper.</u>
<u>Forløb 9</u>	Strategiske analyser 3. år
<u>Forløbets indhold og fokus</u>	<u>[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]</u>
<u>Faglige mål</u>	<u>[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]</u>
<u>Kernestof</u>	Kernestof: Strategi: Mission, vision og værdier Strategi: Konkurrencestrategier Strategi: Vækststrategier
<u>Anvendt materiale.</u>	<u>Systime</u> <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u>
<u>Arbejdsformer</u>	<u>Individuelle opgaver.</u> <u>Par arbejde.</u> <u>Større casegrupper.</u>
<u>Forløb 10</u>	Segmentering, målgruppe og internationale perspektiv 3. år
<u>Forløbets indhold og fokus</u>	<u>[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]</u>

<u>Faglige mål</u>	<u>Kernestof:</u> <u>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt.</u>
<u>Kernestof</u>	<u>[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]</u>
<u>Anvendt materiale.</u>	<u>Systime</u> <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u>
<u>Arbejdsformer</u>	<u>Individuelle opgaver.</u> <u>Par arbejde.</u> <u>Større casegrupper.</u>
<u>Forløb 11</u>	Internationale parametre 3. år
<u>Forløbets indhold og fokus</u>	<u>[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]</u>
<u>Faglige mål</u>	<u>[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]</u>
<u>Kernestof</u>	<u>Kernestof:</u> <u>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</u> <u>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</u>
<u>Anvendt materiale.</u>	<u>Systime</u> <u>Artikler</u> <u>Egne opgaver</u>
<u>Arbejdsformer</u>	<u>Individuelle opgaver.</u> <u>Par arbejde.</u>

	<u>Større casegrupper.</u>
Forløb 12	Opsummering og eksamensprojekt 3. år
Forløbets indhold og fokus	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.]
Faglige mål	[Angiv hvilke faglige mål fra læreplanen, der særligt har været arbejdet med i dette forløb]
Kernestof	<p>Kernestof:</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder</p> <p>Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse: Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne</p> <p>Den interne situation: Værdikæder</p> <p>Den interne situation: Porteføjeanalyser</p> <p>Den interne situation: Forretningsmodeller</p> <p>Den eksterne situation: Omverdensforhold nationalt og globalt</p> <p>Den eksterne situation: Branche- og konkurrenceforhold</p> <p>Den eksterne situation: Købsadfærd på business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder</p> <p>Strategi: Mission, vision og værdier</p> <p>Strategi: Konkurrencestrategier</p> <p>Strategi: Vækststrategier</p> <p>Internationalisering: Kulturelle forhold</p> <p>Internationalisering: Markedsudvælgelse</p> <p>Internationalisering: Internationaliseringsmodeller</p> <p>Segmentering, målgruppevalg og positionering: Segmentering, målgruppevalg og positionering både nationalt og globalt</p> <p>Marketing mix: Marketing mixet både nationalt og globalt</p> <p>Marketingplan: Marketingplanen både nationalt og globalt</p>
Anvendt materiale.	<p>Systeme</p> <p>Artikler</p> <p>Egne opgaver</p>
Arbejdsformer	<p>Individuelle opgaver.</p> <p>Par arbejde.</p>

	Større casegrupper.
--	-------------------------------------