

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 1	Købsadfærd på BtC-markedet
Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Eleverne har derfor ikke alle haft samme lærer og dermed didaktisk tilgang. Alle klasser har dog gennemgået samme kernestof. Fokus på introduktion til fagets indhold, metoder og didaktik. Der er fokus på at vække elevernes nysgerrighed og undren.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: <ul style="list-style-type: none">• afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder• 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. Der er desuden arbejdet meget med relationsdannelse, både lærer-elev relationen og eleverne imellem.
Kernestof	Købsadfærd på BtC-markedet
Anvendt materiale	Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase <ul style="list-style-type: none">• Introduktion til afsætning 1. Virksomheden• 6. Købsadfærd på konsumentmarkedet Kap. 6.1 om SOR-modellen undtaget. 8 lektioner á 60 minutter Sideantal: 28,5 sider.
Arbejdsformer	Almindelig undervisning med skift mellem en induktiv og deduktiv tilgang, dog gennemgående med høj elevinddragelse.

Forløb 2	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	I dette forløb har fokus været rettet mod værdikæder for alle virksomhedstyper. Der er arbejdet med virksomhederne Bold Drinks, Hansen Flødeis samt øvrige eksempler.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus:

	<ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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
Kernestof	Den interne situation
Anvendt materiale	<p>Kernestof: Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2. Den interne situation <ul style="list-style-type: none"> • 2.2 Konkurrencedygtighed • 2.5 Værdikæder • 2.6 SW-opstilling <p>Casearbejde om Bold Drinks samt Hansen Flødeis inspireret af e-case materiale. 5 lektioner á 60 minutter. Sideantal: 36 sider</p>
Arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer som gennem grundforløbet for at skabe genkendelighed for eleverne. Der er kontinuerligt fokus på elevinddragelse og en høj grad af variation.

Forløb 3	Den eksterne situation – light
Forløbets indhold og fokus	Gennemgået i grundforløbet. Se indhold under materiale.
Faglige mål	<ul style="list-style-type: none"> • Faglige mål særligt i fokus: • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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 markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng
Kernestof	Den eksterne situation
Anvendt materiale	<p>Kernestof: Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> 3. Den eksterne situation <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Omverdensmodellen 3.2 OT-opstilling <p>7 lektioner á 60 minutter Sideantal: 16 sider</p>
Arbejdsformer	Der arbejdes med samme arbejdsformer.

Forløb 4	Konkurrenceforhold
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. Der har desuden været fokus på relations opbygning, både elever og lærer imellem idet dette er første forløb i studieretningsklasserne.
Faglige mål	<p>Faglige mål særligt i fokus (der arbejdes naturligvis alle med alle):</p> <ul style="list-style-type: none"> afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder 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
Kernestof	Konkurrenceforhold
Anvendt materiale	<p>Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase</p> <ul style="list-style-type: none"> 4. Konkurrenceforhold <p>10 lektioner á 60 minutter Sideantal: 26 sider</p>
Arbejdsformer	Som tidligere

Forløb 5	Parametermix
-----------------	--------------

Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. SO1 – Tværfaglig opgave i Engelsk A, Dansk A og Afsætning A om reklamer på det amerikanske marked. Virksomhedsoplæg fra Busch Vakuumenteknik om virksomheden, differentiering og opbygning af parametermix samt udfordringer hermed.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: <ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder • 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
Kernestof	Parametermix
Anvendt materiale	Marketing – en grundbog i afsætning, Systime, i-bog, Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase 14. Marketingmix 15. Produkt 16. Serviceydelser 18. Pris 20. Distribution 22. Promotion Markedskommunikation, Systime, i-bog, Michael Bregendahl, Morten Haase, Jan Halberg Madsen • 6-6.3 Digitale reklamemedier 39 lektioner á 60 minutter Sideantal: 164 sider
Arbejdsformer	Som tidligere

Forløb 6	Strategi – light
Forløbets indhold og fokus	Se indhold under materiale. Fokus på at samle op på hele 1g. Således knyttes der tråde mellem analyser, SWOT og strategi.
Faglige mål	Faglige mål særligt i fokus: <ul style="list-style-type: none"> • afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder

	<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. I dette forløb har der været særligt fokus på det faglige overblik og relation mellem de gennemgåede modeller og teorier.
Kernestof	Strategi
Anvendt materiale	8. Strategi <ul style="list-style-type: none"> o 8.1 SWOT-opstilling o 8.4 Konkurrencestrategier o 8.5 Vækststrategier 8 lektioner á 60 minutter
Arbejdsformer	Som tidligere