



Termin	August til juni 2023/2024 Forløb 1 – forløb 8 August til juni 2024/2025 Forløb 9 fortsat - August til juni 2025/2026 Fra forløb
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærstøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1323-EF2324-AFS-VØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 1	Introduktion til afsætning (Grundforløb)
Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode (Grundforløb)
Forløb 3	Den interne situation
Forløb 4	Den eksterne situation
Forløb 5	Konkurrenceforhold
Forløb 6	Brancheforhold
Forløb 7	Købsadfærd på BtC markedet og Købsadfærd på BtB markedet
Forløb 8	Strategi
	1g hertil

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	Introduktion til Afsætning (Grundforløb)
Forløbets indhold og fokus	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318
Faglige mål	Eleverne er blevet introduceret til faget og har på et indledende niveau stiftet bekendtskab med en virksomhed, virksomhedstyper og hvad der kan påvirke en virksomheds afsætning. Eleverne har dermed på et indledende niveau stiftet kendskab til følgende faglige mål fra lærerplanen august 2017: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere spinkel viden og kundskaber om fagets identitet og metoder – identificere udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder forsøge at forklare sammenhængen mellem få relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst – indsamle og gengive informationer om en virksomheds markedsforhold i lokalområdet/Danmark samt vurdere – formidle informationer om afsætning inden for grundforløbets rammer i samspil med andre fag – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning
Kernestof	Den interne og eksterne situation på et indledende niveau
Anvendt materiale.	Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase "Introduktion til Afsætning" https://marketing.systime.dk/?id=318 Ca. 15 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning og mindre gruppearbejde. Der blev arbejdet med tilhørende opgaver som blev præsenteret i plenum på klassen, gruppefremlæggelse og parfremlæggelser.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 2	Samfundsvidenskabelig metode i samarbejde med studiekompetencer
Forløbets indhold og fokus	Kompetencer, læreplanens mål, progression: Eleverne er præsenteret for faget og dets modeller og metode, og fik indblik i hvordan der arbejdes metodisk. Så fokus på modeller, og brugen heraf, samt de afsætningsfaglige kompetencer som arbejdes med i et samfundsvidenskabeligt fag som Afsætning. Desuden er eleverne introduceret til skrivekompetencer og kildekritik. Dette arbejde er også indarbejdet i undervisningen udover grundforløbet. Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence
Faglige mål	– stiftet kendskab til afsætningsøkonomiske modeller
Kernestof	Den samfundsvidenskabelige metode
Anvendt materiale.	Anvendt litteratur og andet undervisningsmateriale fordelt på kernestof og supplerende stof: Systime Ibog: Marketing en grundbog i Afsætning af Birte Ravn Østergaard, René Mortensen, Søren Seest Marquart (red.), Michael Bregendahl og Morten Haase https://marketing.systime.dk/?id=154 alt i alt i 1.g 6 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum,

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 3	Den interne situation
Forløbets indhold og fokus	Kompetencer, læreplanens mål, progression • Virksomhedskarakteristik • Konkurrencedygtighed • Forretningsmodeller • Business Model Canvas • Værdikæder • SW-opstilling Kompetencer: Der er arbejdet med følgende: tankegangskompetence, problemløsningskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning nationalt på et indledende niveau. Anvende afsætningsøkonomiske modeller. Fortolke og formidle informationer om afsætning.
Kernestof	Den interne situation, værdikæder, forretningsmodeller, SW-opstilling
Anvendt materiale.	https://marketing.systime.dk/?id=142 samt div. Hjemmesider i forbindelse med besvarelse af div. opgaver. ca. 12 lektioner Udarbejdelse af virksomhedskarakteristik af selvvalgt virksomhed og BMC/Værdikæde af sammen. (5 ft)
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelse i plenum.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 4	Den eksterne situation
Forløbets indhold og fokus	Omverdens-modellen – OT-opstilling – Muligheds og trussels matrix og PESTEL-analyse. Der er arbejdet med opgaver fra bogen. Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetence, ræsonnementskompetence, kommunikationskompetence særligt i forbindelse med skriftlig formidling og mundtlig fremstilling.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning, nationalt 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, 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 markedsforhold primært i Danmark, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer.
Kernestof	Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt, konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Den eksterne situation: https://marketing.systime.dk/?id=1489 13 lektioner 45 min Case 3.3 om Toms Gruppen var skriftlig aflevering (5 ft) Mundtlig og skriftlig feedback med karakter.
Arbejdsformer	Klasseundervisning, projektarbejdsform, skriftligt arbejde, pararbejde, mundtlig fremstilling

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 5	Konkurrenceforhold
Forløbets indhold og fokus	Markedskarakteristik – konsument- og producentmarkedet – konkurrentidentifikation – markedsandel og præferencer – konkurrencemæssige positioner – konkurrentanalyse Der er arbejdet med emneopgaver fra Systime og perspektiveret til tidligere emner.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning primært nationalt 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, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold
Kernestof	Den eksterne situation Konkurrenceforhold
Anvendt materiale.	Systime: https://marketing.systime.dk/?id=1500 10 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Der har været fokus på taksonomiske niveauer, klasseundervisning, noteskrivning, skriftligt arbejde. Pararbejde og mundtlig fremstilling i plenum.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 6	Brancheforhold
Forløbets indhold og fokus	[Et kort resumé af forløbets indhold og fokus, herunder hvilke centrale problemstillinger, der har været arbejdet med.] Branchekarakteristik - Brancheanalyse Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, ræsonnementskompetencen og kommunikationskompetencen. Desuden til skr. arbejde: Redskabskompetencen.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning, anvende afsætningsøkonomiske modeller, præsentere informationer om en virksomheds markedsforhold
Kernestof	Den eksterne situation – Branche forhold
Anvendt materiale.	Systime: https://marketing.systime.dk/?id=1503 8 lektioner a 45 timer. Der er lavet en brancheanalyse med tilhørende PP (3 ft) mundtlig feedback og karakter
Arbejdsformer	Klasseundervisning, udarbejdelse af praksisnær konkurrentanalyse, fremlæggelse med opponentgrupper.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 7	Købsadfærd på konsumentmarkedet og købsadfærd på producentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	S-O-R modellen – Behov – Købmotiver – Købstyper og købsadfærdstyper – Køberoller – købsbeslutningsprocessen – øvrige begreber vedr. købsadfærd på konsumentmarkedet. Virksomheders købsadfærd – virksomheders købsbeslutningsproces – valgkriterier på de tre markeder – faktorer der påvirker købsadfærden Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering.
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlige formidle informationer
Kernestof	Den eksterne situation, købsadfærd btc, btb, ctb, ctc
Anvendt materiale.	10 lektioner på købsadfærd på konsumentmarkedet incl. Skriftlighed og 8 lektioner a 45 min på købsadfærd på konsumentmarkedet Kernestof: Systime Købsadfærd på konsumentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1510 Systime Købsadfærd på producentmarkedet: https://marketing.systime.dk/?id=1519 Supplerende stof: https://livsfaser.dk/ Der er vist en afsnit fra Kender du typen i relation til btc-markedet.
Arbejdsformer	Konkret analyse af købsadfærd på såvel btc og btb vha af cases. Der er arbejdet i grupper, grupperne med fokus på samarbejdsmetoden. Eleverne har fremlagt deres arbejde og der er arbejdet med opponentgrupper til mundtlig feedback. Der er arbejdet med WeMarket og casen om Metalwo fra bogen i f h til køb på btb-markedet. Der har været dialogbaseret undervisning med afsæt i køb på btb og btc Der er lavet en afleveringsopgave med mundtlig tale ind over egne PP, hvor eleven analyserer købsadfærd gennem tre generationer på baggrund af interviews af en forældre og en bedsteforældre (3ft). Skriftlig feedback og karakter.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb EKSTRA	Øvrige fokusområder i 1.g
Forløbets indhold og fokus	Der har været fokus på elevernes mundtlige og skriftlige kompetencer
Faglige mål	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 – 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.
Kernestof	
Anvendt materiale.	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
Arbejdsformer	Individuelt arbejde, par-arbejde. Der er afholdt 16 fordybelsestimer (se ovenfor) hvor eleverne har trænet de skriftlige og mundtlige kompetencer sammen med fagfaglige cases, interview og analyse af brancheforhold. Der er givet individuel mundtlig og skriftlig feedback

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Forløb 8	Strategi
Forløbets indhold og fokus	SWOT – TOWS – Mission – Vision – Værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier – Bowmans strategiske ur Taksonomiske niveau: Primært redegørende og analyserende Tankegangskompetence, problembehandlingskompetence, modelleringskompetencen, Ræsonnementskompetencen, databehandlingskompetencen, kommunikationskompetencen, og redskabskompetencen især til skr. aflevering (først i 2.g)
Faglige mål	Afgøre hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning samt demonstrere viden og kundskaber, identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst, anvende afsætningsøkonomiske modeller, forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold, fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder samspil med andre fag, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt mundtlig og skriftlige formidle informationer
Kernestof	Strategi – Mission, vision, værdier, konkurrencestrategier, vækststrategier
Anvendt materiale.	Kernestof: Strategi: https://marketing.systime.dk/?id=1529 Kilder fra forskellige virksomheders hjemmesider som eleverne har arbejdet med. 9 lektioner
Arbejdsformer	Konkret analyse af virksomheders mission, vision og værdier, introduktion til konkurrencestrategier og vækststrategier i 1.g. Dialog baseret undervisning, mundtlig gennemgang v elever, gruppe og pararbejder i f m undersøgelser af virksomheders ide, vision. Drøftelse om SWOT og TOWS, hvordan får vi muligheder frem for løsninger.

Undervisningsbeskrivelse

1. g f2024 hertil



BØRNE- OG
UNDERVISNINGSMINISTERIET
STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Termin	August - Juni 2024 skoleåret 2024/2025
Institution	Vejen Business College
Uddannelse	HHX
Fag og niveau	Afsætning A
Lærer(e)	Bente Tærstøl
Hold	UVB-Afsætning A-hh1323-EF2424-AFS-VØ

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget

Forløb 9	Genopfriskning af 1 år primo 2.g
Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering
Forløb 11	Marketingmix (produkt, serviceydelser, pris, distribution, promotion)
Forløb 12	Internationalisering 2.g
Forløb 13	Markedsanalyse
Forløb 14	Øvrige fokuspunkter i 2.g
	2.g hertil

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 9	Genopfrisk af 1.g
Forløbets indhold og fokus	Hvad nåede klassen I 1.g Der er særlig fokus på kap 2-8.
Faglige mål	Her har primært været fokus på repetition af faget samt afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder
Kernestof	Den interne situation, Den eksterne situation
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 2 – 8 incl. 5 lektioner af 45 min. Tværgående case om Skagen Clothing Se videoer på YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=HsIuZU0Kjew https://www.youtube.com/watch?v=oy_KkdW7wu0 (ikke den hele, da den er lang - men de første 3-4 min. gerne mere hvis I har tid)
Arbejdsformer	Klasseundervisning, pararbejde, casearbejde i grupper, gennemgang v eleverne for at styrke/genopfriske de faglige mundtlige færdigheder og repetition af fagets centrale begreber.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 10	Segmentering, målgruppevalg og positionering på konsumentmarkedet
Forløbets indhold og fokus	Der er arbejdet med segmentering, valg af målgrupper samt positionering og målgruppestrategi. Der er fokus på segmenteringskriterier, livsstilsanalyser, herunder Gallup Kompas og Conzoom. Der er fokus på målgruppevalg med afsæt i SMOKmodeller, Danskernes motionsvaner fra idrættens analyseinstitut, samt virksomheders fokus på en troværdig positionering.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (segmentering, SMOK, målgruppestrategi) – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (valg af målgruppe) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (segmentering, positionering) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (valg af målgruppe og målgruppestrategi) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (segmentering og valg af målgruppe)

	– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (analysere) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning (informationssøgning)
Kernestof	segmentering, målgruppevalg og positionering – Segmentering, målgruppevalg og positionering nationalt
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 11 Gallup Kompas Conzoom Idrættens analyseinstitut, Danskernes motionsvaner 15 lektioner a 45 min
Arbejdsformer	Klasseundervisning, gruppearbejde, mindre casearbejde, mundtlig fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 11	Marketingmix
Forløbets indhold og fokus	Eleverne arbejder parvis med alle parametre, og vidensdeler med hinanden i form af klas-sepræsentationer herom. Elever har valgt sig ind på emner som de fordyber sig i og vidensdeler med klassen. I denne proces er der flere referencer til den virkelige verden, hvorfra eleverne henter cases i praksis. Eleverne tester hinanden ved at være få medansvar for undervisningen, de fører dialogen. Alle økonomiske kompetencer er i fokus. Flg. emner er behandlet: Produktklassificering, faser i produktudvikling, brandingstrategi, serviceydelser, de 7 p'er, mærkestrategi, PLC, prisfastsættelsesmetoder, priselasticitet, prisstrategi - nye og nuværende, prisdifferentiering, distributionsstrategi, distributionskanaler, kædeforformer, E-business, promotionformer, promotionstrategi, markedskort og kommunikationsmodeller. Parallelt med forløbet har eleverne arbejdet i grupper med selvvalgte cases/konkrete virksomheder, hvori en virksomheds parametermix blev analyseret. Der blev fremlagt i plenum med feedback fra klassen.
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder (parameteranvendelse, midler og medier) – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst (virksomhedernes muligheder fremadrettet) – anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber (markedskortet, prisel,) – udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst (forskelle på forretningsmodeller og anvendelse af parametrene) – indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng (casevirksomhedernes markedsforudsætninger og valg af parametre)

	– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag (inddrage virksomhedsøkonomi)
Kernestof	Marketing mix – Marketing mixet nationalt
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 14,15,16, 18, 20, 22 43 lektioner a 45
Arbejdsformer	Elevoplæg, casearbejde (selvvalgt virksomhed), fremlæggelse og debat i plenum. Lærerstyret oplæg

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 12	[Internationalisering 2.g]
Forløbets indhold og fokus	Eleverne er introduceret til virksomhedens internationalisering, herunder eksportmotiver, eksportberedskab, virksomhedens interne p�r, internationaliseringsmodeller, markedsudv�lgelse herunder den tilfældige metode, n�rmarkedsmetoden, tragtmetoden, information om internationale markeder og kulturelle forhold. De har været fokus på praktiske eksempler incl. afsæt i en danske virksomheders internationalisering herunder også fokus på kulturforskelle/kulturelle forhold med fokus på Geste-land og Hofstede
Faglige mål	afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning globalt, indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds globale markedsforhold
Kernestof	Internationalisering – Kulturelle forhold – Markedsudv�lgelse – Internationaliseringsmodeller
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 17 lektioner af 45 min
Arbejdsformer	L�restyret oplæg, case arbejde, fremlæggelse i plenum

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 13	Markedsanalyse
Forløbets indhold og fokus	Der arbejdes med cases fra l�rerbogen. Der laves arbejdes med anvendelse af konkret markedsanalyse fra bla. ”visit denmark” og idrættens analyseinstitut samt med udfordringer med at udarbejde en spørgeramme

Faglige mål	indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale 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 (matematik) – udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode og markedsanalyse – Kvantitative, kvalitative og komparative analysemetoder – Datakilder: primære og sekundære samt interne og eksterne
Anvendt materiale.	Marketing en grundbog i afsætning kap 1 Markedsanalyse 13 lektioner a 45 min.
Arbejdsformer	Gruppearbejde med indsamling af data Der er arbejdet med udvalgte opgaver herunder fokus på elevernes arbejde med markedsanalyseprocessen i grupper med efterfølgende mundtlig præsentation i plenum.

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 14	Øvrige fokusområder i 2.g
Forløbets indhold og fokus	I forbindelse med PBL-forløbet har der under erhvervs-case to om Louis Nielsen været et særligt fokus på problembaseret læring og strategi, hvor eleverne har haft et særligt fokus på den strategiske proces og tilhørende analyser. Der har været et særligt fokus på skriftlighed herunder samfundsvidenskabelig metode i f m afleveringer og erhvervs-case på 4 – 6 lektioner a 45 min. Der har været fordybelsestid på 20 elevtimer. Eleverne har brugt disse på skriftlige afleveringer. Der er givet mundtlig feedback på klassen og skriftlig individuel feedback. Desuden individuel mundtlig feedback. Der er læst et antal artikler i f m tværgående cases som eleverne har valgt i relation det behandlede emne.
Faglige mål	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 – 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.
Kernestof	Samfundsvidenskabelig metode, Forretningsmodeller, Værdikæder, Den eksterne situation – Omverdensforhold nationalt – Branche- og konkurrenceforhold – Købsadfærd på business-to-consumer, consumer-to-business og consumer-to-consumer markeder Strategi – Mission, vision og værdier – Konkurrencestrategier – Vækststrategier
Anvendt materiale.	Artikler, Afleveringsopgaver, Skriv økonomisk/Afsætning.
Arbejdsformer	Individuelt arbejde, par-arbejde.

Hertil i 2.g

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Nb! Et skema for hvert forløb

Forløb 1	[Indsæt en overordnet titel for undervisningsforløbet]
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	[Angiv hvilket kernestof fra læreplanen, der har været centralt i dette forløb]
Anvendt materiale.	[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)]
Arbejdsformer	[Angiv de væsentligste arbejdsformer, der er anvendt i forløbet, fx klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, projektarbejdsform, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, eksperimentelt arbejde.

Hertil i 2. g