Undervisningsbeskrivelse Afsætning C

|  |  |
| --- | --- |
| Termin | Januar 2024 |
| Institution | EUX-gymnasiet Niels Brock |
| Uddannelse | EUD/EUX GF2 |
| Fag og niveau | Afsætning C |
| Lærer(e) | Hans-Ejner Nielsen |
| Hold | 21d |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 1** | Intro til faget |
| **Tema 2** | Virksomhedsforståelse |
| **Tema 3** | Efterspørgsel |
| **Tema 4** | Udbud |
| **Tema 5** | Parametermixet |
| **Tema 6** | Service & Kundebetjening |
| **Tema 7** | Dokumentationsopgaven |
| **Tema 8** | Repetition & Eksamensforberedelse |

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

*Nb! Et skema for hvert forløb*

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 1** | **Intro til faget** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Introduktion til fagets rammer, herunder faglige mål, kompetencer, bedømmelseskriterier, værktøjer og processer. Der introduceres ligeledes til fagets faglige progression under hele uddannelse, dvs. fagets sammenhæng med Afsætning A. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Kendskab til fagets metodiske afsat og arbejdsformer * Kendskab til fagets digitale redskaber * Kendskab til fagets begrebsapparat   Kompetencer:   * Kunne bruge fagets primære kilder, herunder i-bogen og MNB-platformen * Kunne begynde at danne en afsætningsøkonomisk tankegang og en forståelse for værdiskabelse set fra flere perspektiver * Kunne genkende fagets kompetencer & bedømmelsesgrundlag |
| **Kernestof** | ·      Fagets lektionsplan  ·      Kompetenceblomsten (jf. vejledning for Afsætning A)  ·      Informationsindsamling, -bearbejdning & -rapportering |
| **Anvendt materiale.** | ·      Ca. 1 modul  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, Introduktion med Tour de iBog*  ·      Fagets bekendtgørelse: <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2022/555#id76b1f215-a24d-4fd3-9294-7259353bdc23>  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | Klassen introduceres til nogle af fagets væsentligste arbejdsformer, bl.a.:   * Klasseundervisning, dialog- og oplæg baseret * Gruppe- og individuelt arbejde * Mundtlig fremlæggelse af modeller, metoder og opgaver individuelt og i grupper * Skriftlig & mundtlig formidling * Digitale forløb * Case- og projektarbejde * Differentieret undervisning |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 2** | **Virksomhedsforståelse** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Primært fokus er på virksomhedens interne forhold samt nogle af de væsentligste eksterne forhold fra den uafhængige omverden. Den introduceres ligeledes til den afhængige omverden, som behandles nærmere i de efterfølgende forløb. For at skabe sammenhæng til fagets faglige progression under hele uddannelsen, gøres eleverne bekendt med bærende koncepter og modeller, som først behandles i nærmere detaljer i det studieforberedende år, bl.a. værdiskabelse & værdikæden samt omverdensmodellen & den strategiske proces. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Referere til forskellige traditionelle & digitale forretningsmodeller * Redegøre for forskellige traditionelle & digitale forretningsmodeller * Redegøre for begreberne virksomhedens idé, vision og værdi * Redegøre for en virksomheds forretningskoncept * Forklarer distributionskædens elementer og opbygning * Redegøre for begrebet Channel Marketing * Redegøre for SWOT-modellens indhold og opbygning * Give konkrete eksempler på forhold, der indgår i en SWOT-model * Referere til relevante love og regler i forbindelse med et salg * Redegøre for relevante love og regler vedr. produkter og serviceydelser   Kompetencer:   * Danne den grundlæggende forretningsforståelse og indblik i de fundamentale interne og eksterne forhold, der kan have en betydning for en virksomheds værdiskabelse og stillingtagen * Introducere den samfundsvidenskabelige metode for at adressere konkrete afsætningsøkonomiske problemstillinger * Forstå relevansen af den enkeltes erfaringsgrundlag i forhold til det faglige arbejde * Forstå vekselvirkning mellem praksisnær teori og praktiske opgaver |
| **Kernestof** | * Forretningsmodeller & -Koncepter * Distributionskæden * SWOT * Lovgivning |
| **Anvendt materiale.** | ·      7 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 1 – 4 + 6*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplæg baseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling * Digitale forløb * Differentieret undervisning |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 3** | **Efterspørgsel** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til de fire forhold, der kendetegner et marked. Der er nærmere behandling af de væsentligste forskelle mellem B2C- og B2B-markedet, herunder købsadfærd. Det bør dog nævnes, at der er meget større detaljeringsgrad og behandling af købsadfærd på B2C-markedet. Der arbejdes grundigt med segmentering på B2C-markedet med fokus på bl.a. livstilsmodeller som Conzoom & Gallups Kompas. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Redegøre for et marked * Redegøre for kendetegnene for konsumentmarkedet (B2C) * Redegøre for kendetegnene for producentmarkedet (B2B) * Referere til og anvende metoder til at segmentere markeder og vælge operationelle målgrupper * Redegøre for forbrugernes behov og Maslows behovspyramide * Redegøre for forbrugernes købemotiver og det øvrige købsadfærd * Identificere digitale trends i samfundet, B2B & B2C   Kompetencer:   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende relevante metoder, modeller og værktøjer til at segmentere markeder og vælge en operationel målgruppe i en given situation * Anvende metoder til at beskrive købsadfærd og trends i forhold til et konkret produkt eller virksomhed * Skelne mellem delmarkeder på B2B-markedet, herunder ift. købsadfærd. |
| **Kernestof** | * Markeder * Segmentering og Målgruppevalg på B2C-markedet * Købsadfærd på hhv. B2C- & B2B-markedet |
| **Anvendt materiale.** | ·      10 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 5 + 7 – 8*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplæg baseret * Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling * Digitale forløb * Differentieret undervisning |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 4** | **Udbud** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til, hvordan virksomheden kan identificere sine konkurrenter og dermed få kendskab til de konkurrenceforhold, den er underlagt. Når virksomheden har fastlagt, hvem de nærmeste konkurrenter er, kan deres styrker og svagheder analyseres, og dette lægger op til, hvordan virksomheden kan skille sig ud fra konkurrenterne og skabe sig en klar profil. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Redegøre for konkurrencesituationen med tilhørende modeller * Redegøre for de forskellige markedsformer, herunder præferencer og antal udbydere * Redegøre for opdeling af markedet * Redegør for indholdet af en konkurrentanalyse * Redegør for begrebet markedsposition     Kompetencer:   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at beskrive & analysere konkurrencesituationen for et konkret produkt eller virksomhed * Differentiere mellem forskellige markedsformer (monopol, duopol, fuldkommen konkurrence) og konkurrencemæssige positioner * Se på historiske eksempler på disruption |
| **Kernestof** | * Konkurrenceforhold, herunder konkurrentidentifikation og -analyse * Markedsandel og positionering * Markedsformer * Disruption |
| **Anvendt materiale.** | ·      5 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 9*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning med oplæg * Selvstændigt arbejde * Skriftlig og mundtligt formidling * Digitalt forløb * Repetitions- og Refleksionsøvelser |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 5** | **Parametermixet** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der er introduktion til de fire parametre, der udgør den simple version af marketingmixet, også betragtet som virksomhedens værditilbud, der virksomheden præsenterer for markedet. Der arbejdes med, hvordan det konkrete marketingmix skal målrettes konkrete segmenter samt virksomhedens ønsker om positionering. Marketingmix anses som virksomhedens konkurrenceparametre og dermed er et vigtigt element i virksomhedens branding. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Redegøre for forskellige kvalitetsegenskaber * Redegøre for emballage * Redegøre for sortiment * Give eksempler på service * Redegøre for en mærkevare og et handelsmærke * Redegøre for de forskellige kædetyper * Redegøre for placering i forskellige typer virksomheder * Kende til placering af webshop contra fysisk butik * Redegøre for metoder til prisfastsættelse * Redegøre for betydningen af konkurrenternes pris * Redegøre for, hvordan kundernes ønsker og behov indvirker på prisen * Forklare, hvordan begrebet prismatch fungerer og anvendes * Identificere en virksomheds grundlæggende promotionsaktiviteter i forhold til målgruppen - med fokus på online promotion * Anvende viden om virksomheders grundlæggende promotionsaktiviteter til at udarbejde konkrete forslag til promotionsaktiviteter - med fokus på online promotion     Kompetencer:   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at kunne drøfte en virksomheds markedsføring * Anvende viden om en virksomheds målgruppe til at udarbejde marketingmix (online/offline) for et konkret produkt eller virksomhed * Analysere en virksomheds branding & CSR-aktiviteter |
| **Kernestof** | * Produkt * Pris * Placering * Promotion * Online markedsføring * Branding & CSR |
| **Anvendt materiale.** | ·      6 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 10 - 13*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning med oplæg * Skriftlig og mundtligt formidling * Selvstændigt arbejde * Case orienteret arbejde * Repetitions- og Refleksionsøvelser * Differentieret undervisning |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 6** | **Service & Kundebetjening** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Der introduceres til servicebegrebet og, hvad der indgår i den såkaldte ”gode service”. Der skabes større indblik i værdiskabelse via realisering af online og offline servicekoncepter, Der tilgodeser den situationsafhængighed som resultat af bl.a. forskellige kundetyper. Der fokuseres ligeledes på kunderejsen i salgsprocessen. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Identificere god service før, under og efter købet * Anvende viden om service god service – både offline og online * Redegøre for servicekoncepter og servicepakken * Identificere forskellige kundetyper og den betydning for bl.a. en virksomheds salgsaktiviteter     Kompetencer:   * Fremme forståelse for den afsætningsøkonomiske tankegang * Fremme en faglig formidlingsevne med anvendelse af relevante begreber * At indsamle, behandle og præsentere relevante data i forhold til en given problemstilling * Anvende viden om service til at udarbejde forslag til god service (online/offline) før, under og efter købet med udgangspunkt i en konkret virksomheds målgruppe, herunder butiksindretning og salgsprocessen. * Anvende metoder, modeller og værktøjer til at drøfte effekten af en virksomheds serviceaktiviteter. |
| **Kernestof** | * Servicekoncepter * On- & Offline kundebetjening * Kundetyper * Salgstrappen * Vareplacering |
| **Anvendt materiale.** | ·      2 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX, kap. 14*  ·      Viden om Data: *VR-forløb Kundetyper*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Selvstudie med peer-til-peer forståelsesøvelser * Video- & lydoptagelse * VR-forløb * Dialog i klassen |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 7** | **Dokumentationsopgaven** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Som led i undervisning i grundfaget Afsætning C skal du arbejde selvstændigt med en brancherelevant case. Formålet med denne dokumentationsopgave er at vise, at du har gennemført undervisning i faget. Dokumentationsopgaven er individuel. Eleven vælger en virksomhed, der også er relevant ift. deres studiespecifikke fag. Der udarbejdes besvarelse til 7 delopgaver, der dækker fagets kernestof. Dokumentationsopgaven indgår som element i grundfagseksamen i Afsætning til januar, hvis faget trækkes. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Fagets metoder og modeller anvendes til belysning af konkrete problemstillinger.     Kompetencer:   * Kunne arbejde selvstændigt med en brancherelevant case, herunder ifm. informationsindhentning, -bearbejdning & rapportering * Kunne udarbejde dokumentation til individuelle arbejdsprocesser |
| **Kernestof** | * Brancherelevante cases * Fagets kernestof |
| **Anvendt materiale.** | ·      4 moduler  ·      15 timers fordybelsestid  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Selvstændigt arbejde * Sparring med medstuderende * Individuelle afleveringer * Vejledning i forhold til det opgavetekniske |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema 8** | **Repetition & Eksamensforberedelse** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Dette forløb har to primære formål. Først skal det betragtes som en afslutning til det hidtidige undervisningsforløb i Afsætning C.  Eleverne får hver især en mulighed for at vise deres faglige kompetencer. Andet skal forløbet betragtes som en vigtig led i forberedelserne til en evt. eksamen i faget til januar. Eleverne bliver introduceret til bl.a. eksamensformen, spørgsmålstype, arbejdsbyrden og den mundtlige fremlæggelse. |
| **Faglige mål** | Faglige mål:   * Opsamling * Forberedelse til evt. eksamen i faget     Kompetencer:   * Repetition af fagets kompetenceområder, materialer & kernestof |
| **Kernestof** | * Opgaveløsning * Prøveeksamen * Korte oplæg af fagets emner * Gennemgang af fagets og eksamens bedømmelseskriterier |
| **Anvendt materiale.** | ·      5 moduler  ·      Gyldendal iBog: *Afsætning F-C til EUD/EUX*  ·      Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock* |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning * Vejledning til klassen, i mindre grupper og individuelt * Individuelt arbejde og fremlæggelser |