# Logo for Børne- og Undervisningsministeriet, Styrelsen for undervisning og kvalitetUndervisningsbeskrivelse

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Maj 2024 |
| **Institution** | EUX-gymnasiet Niels Brock |
| **Uddannelse** | EUD/EUX SF2 |
| **Fag og niveau** | Afsætning B |
| **Lærer(e)** | Flemming Rex Selmer  |
| **Hold** | a23sf38g |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb i faget**

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

**Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb**

*Nb! Et skema for hvert forløb*

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 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
* Systime, Afsætning B
* Fagets bekendtgørelse: <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/692#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 oplægbaseret
* 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
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 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
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Differentieret undervisning
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 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
* Systime Afsætning B
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Lyd- og videooptagelser
* Differentieret undervisning
* Peer-2-peer opponering + feedback
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | **Udbud** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Primært fokus er på virksomhedens udbudsforhold samt den eksterne situation 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** | * Udbudsforhold
* Forretningsmodeller & -Koncepter
* Distributionskæden
* SWOT
 |
| **Anvendt materiale.** | * 7 moduler
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Differentieret undervisning
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | **Parametermix** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Primært fokus er på virksomhedens brug af de 4 P’er samt relationen over til segmenteringen og målgruppevalget. 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
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Differentieret undervisning
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | **Service og kundebetjening** |
| **Forløbets indhold og fokus** | Primært fokus er på virksomhedens servicepakke samt serviceleverance systemet på B2C samt B2B markedet. Forskellene i valgkriterier gennemgås for virksomhedens servicepakke. 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
* Serviceleverancesystemet
* Servicepakke
* Lovgivning
 |
| **Anvendt materiale.** | * 7 moduler
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Differentieret undervisning
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | **Dokumentationsopgave – Lagkagehuset – tværfaglig case (Eksamensprojekt)** |
|  **Forløbets indhold og fokus** | Lagkagehuset er en praksisnær case i et tværgående forløb med VØ. Primært fokus er på virksomhedens interne – og eksterne forhold, branche og konkurrenceforhold, strategi, købsadfærd, parametermix ( Internationalisering dog på A niveau). For at skabe sammenhæng til fagets faglige progression under hele uddannelsen, arbejder eleverne selvstændigt med bærende koncepter og modeller, som tidligere er behandlet. Forløbet tilsikrer at eleverne arbejder selvstændigt med data, herunder bearbejdning og rapportering som en stor del af projektforløbet. Endelig samles delafleveringerne i en rapport. |
| **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
* Interne og eksterne forhold
* Distributionskæden
* Købsadfærd
* SWOT
* TOWS
* Strategi
* Parametermix
 |
| **Anvendt materiale.** | * 10 moduler + 2 moduler VØ
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Selvstændigt tværfagligt projektforløb med 2 moduler VØ.
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig aflevering
 |
| **Titel 8** | **Repetition og eksamensforberedelse** |
|  **Forløbets indhold og fokus** | Primært fokus er på virksomhedens interne forhold samt nogle af de væsentligste eksterne forhold fra den uafhængige omverden. Modeller og analyser øves ved brug af tidligere terminsopgaver både mundtlig og skriftlige. Systime’s toolbox anvendes som værktøj til modelvalg og analyse. Eleverne er bekendt med bærende koncepter og modeller, som tidligere har været gennemgået i det studieforberedende år, bl.a. værdiskabelse & Værdikæden samt omverdensmodellen & den strategiske proces. |
| **aglige 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 og TOWS -modellens indhold og opbygning
* Give konkrete eksempler på forhold, der indgår i en SWOT-model

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
* Interne og eksterne forhold
* SWOT
* Marketingplan
 |
| **Anvendt materiale.** | * 7 moduler
* Systime: *Afsætning B til EUX*
* Fagets rum på skolens digitale platform *Mit Niels Brock*
 |
| **Arbejdsformer** | * Klasseundervisning, dialog- og oplægbaseret
* Gruppe- og individuelt arbejde med skriftlig & mundtlig formidling
* Digitale forløb
* Differentieret undervisning
 |