



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Introduktion til fagets kernestof
<b>Indhold</b>	<p>Det virksomhedsøkonomiske område (Systime) – følgende afsnit:</p> <p>1.3 – 1.5</p> <p>3.</p> <p>4.1 – 4.3</p> <p>5.1. + 5.3</p> <p>6</p>
<b>Omfang</b>	August-December 2009
<b>Særlige fokuspunkter</b>	
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Par- og gruppearbejde</p> <p>Eleverpræsentation</p>

[Retur til forside](#)

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Innovation
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning niv. A, bind 1 og 2 (Trojka): Kapitel 6</p> <p>Det virksomhedsøkonomiske område (Systime): 2.2</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Artikler om innovation og idegenerering</p>
<b>Omfang</b>	November-December 2009
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Redegøre for virksomhedens interaktion med omverdenen</li> <li>. Demonstrere indsigt i innovationsprocesser på et elementært niveau</li> <li>. Påvise reaktioner på virksomhedens interaktion med omverdenen</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Gruppearbejde</p> <p>Kreative øvelser</p>

--	--

[Retur til forside](#)

### Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Konsumentmarkedet
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning niv. A, bind 1 og 2 (Trojka):</p> <p>Kap. 7 + 9 + 10 + 16.1-16.4 + 17</p> <p>Supplerende stof:</p> <p>Virksomhedsbesøg samt artikler i forbindelse med projekt om branche</p>
<b>Omfang</b>	Januar-April 2010
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Genkende, analysere og vurdere forhold vedr. købsadfærd, konkurrenceforhold, segmentering og målgruppevalg</li> <li>. Anvende indsigt i ovenstående emner i forbindelse med afsætningsrelaterede problemstillinger</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

	<p>Projektarbejde (grupper)</p> <p>Datasøgning</p> <p>Virksomhedsbesøg</p> <p>Skriftligt arbejde</p>
--	--

[Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Virksomhedens parametermix
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning niv. A bind 1 og 2 (Trojka):</p> <p>Kap. 19 1-7</p> <p>Kap. 20</p> <p>Kap. 21 1-4</p> <p>Kap. 22</p> <p>Kap. 24 1-4</p> <p>Kap. 25</p>
<b>Omfang</b>	August - November 2010
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Beskrive og analysere virksomhedens 4 P'er (produkt, pris, distribution og promotion)</li> <li>. Anvende relevant fagterminologi i forbindelse med diverse modeller under emnet</li> <li>. Udarbejde kvalificerede forslag til ændringer af virksomhedens parameterindsats</li> </ul>

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning  Elevfremlæggelser

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</b>	Strategisk planlægning
<b>Indhold</b>	Afsætning niv. A bind 1 og 2 (Trojka):  Kap. 2 – 1, 2 og 4  Kap. 3 – 1-5 (dog minus 5.2-5.4)  Kap. 4 – 1-3 (minus 3.3)
<b>Omfang</b>	December-Februar 2011
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne:  <ul style="list-style-type: none"> <li>. Anvende allerede tilegnet viden om virksomhedens eksterne og eksterne forhold i forbindelse med forløbet om strategisk planlægning</li> <li>. Beskrive og analysere en virksomheds strategiske platform ud fra relevant teori</li> <li>. Diskutere virksomhedens strategiske muligheder</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning  Projektarbejde (grupper)  Skriftligt arbejde

[Retur til forside](#)

<b>Titel 6</b>	Markedsanalyse
<b>Indhold</b>	Kapitel 11

	<p>Supplerende stof:</p> <p>Instruktion og vejledning i brug af Euromonitor</p>
<b>Omfang</b>	Marts 2010
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Anvende viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder</li> <li>. Identificere og gennemføre forskellige analysetyper</li> <li>. Udrede og præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning</p> <p>Projektarbejde (grupper)</p> <p>Datasøgning</p> <p>Virksomhedsbesøg</p> <p>Skriftligt arbejde</p>

[Retur til forside](#)

<b>Titel 7</b>	Producentmarkedet
<b>Indhold</b>	<p>Afsætning niv. A bind 1 og 2 (Trojka):</p> <p>Kap. 8</p> <p>Kap. 16 afsnit 3.4</p>

<b>Omfang</b>	April 2010
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>. Redegøre for væsentlige forskelle mellem konsument- og producentmarked</li><li>. Gennemføre segmentering ud fra relevant teori</li><li>. Vurdere virksomhedens målgruppevalg</li><li>. Gøre rede for købsadfærd på producentmarkedet</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning  Gruppearbejde

[Retur til forside](#)