

Afsætning niveau B

Undervisningsvejledning

1. del: Om de almene pædagogiske principper i undervisningen.

Første del af undervisningsvejledningen omhandler de overordnede og almene pædagogiske principper, der gælder i alle fag, hvorimod anden del omhandler de enkelte fags fagdidaktiske undervisningsvejledninger. Gu-reformen er baseret på fire overordnede grundtanker i undervisningen: kulturbaseret undervisning, den andetsprogs-pædagogiske tilgang, elevens læring i centrum og teamlærerordningen.

Kulturbaseret undervisning betyder i al sin enkelthed, at undervisningen tager sit udgangspunkt i den sociale og samfundsmæssige kontekst, hvori læringen foregår og eleven befinder sig. Dette betyder i praksis, at læreren i sin undervisning i så høj grad som muligt inddrager elevernes forudsætninger og sociale og kulturelle baggrund og perspektiverer sin undervisning til denne (kontekstualisering), så undervisningen opleves som relevant for eleverne. På denne måde styrkes grundlaget for elevernes faglige udvikling samtidigt med, at man bruger elevernes kendte erfaringsverden som udgangspunkt for genereringen af ny viden og erfaring. Tankerne om den kulturbaserede undervisning kendes også fra det danske gymnasium, hvor det opfattes som naturligt, at faglærerne perspektiverer undervisningen og faget til danske forhold.

Den andetsprogs-pædagogiske tilgang til undervisningen skal ses i forbindelse med tankerne om at alle lærere i det grønlandske gymnasium er ”sproglærere”. Undervisningen i alle fag skal derfor tilrettelægges således, at den både styrker elevernes faglige såvel som sproglige niveau. Der lægges her vægt på en funktionel sprogudvikling hos den enkelte elev i forbindelse med arbejdet med det faglige stof. Målet for den andetsprogs-pædagogiske praksis er at udvikle elevernes kommunikative kompetencer på såvel modersmål som andetsprog. Dette betyder også at læreren, der måske ikke selv er grønlandssproget, skal være bevidst om at eleverne – eller visse af eleverne - opfatter dansk som et andetsprog og at de derfor skal sikre eleverne muligheden for at tale såvel grønlandsk som dansk indbyrdes i undervisningen. En central opgave for arbejdet med sproglige delfærdigheder – eksempelvis at lytte – læse – tale – skrive – indgår på denne måde som en naturlig del af fagenes udfordringer. Andetsprogs-pædagogikken er således en naturlig forlængelse af at sætte elevens læring i centrum.

Elevens læring i centrum giver sig udtryk på flere måder:

1) Læringsdialogen. Undervisning må aldrig blive envejskommunikation. Begrebet ”læringsdialog” indgår i en undervisningsform, hvor læreren indgår i en ligeværdig dialog og debat med eleverne og tage elevernes svar og holdninger alvorligt, samtidig med at denne udfordrer deres vante forestillinger for at skabe refleksion og indsigt hos eleverne. En læringsdialog kan også tage form af ”modellering”, hvor læreren, som ”kognitiv rollemodel” forsøger at anskueliggøre en faglig tankemåde eller begrebsdannelse. Dette kan fx gøres ved at læreren stiller faglige spørgsmål i en systematisk og taksonomisk rækkefølge for at demonstrere en faglig argumentationsopbygning for eleverne, så eleverne selv opnår evnen til analytisk og refleksiv tænkning. En læringsdialog kan også være en faglig samtale, hvor læreren ved hjælp af åbne men bevidst valgte spørgsmål forsøger at lade eleverne sætte tanker og ord på deres egne erfaringer og ubevidste viden, ligesom faglige diskussioner imellem eleverne indbyrdes selvfølgelig også er læringsdialoger. Grundlæggende set kan ”læringsdialogen” kun trives i et trygt og inspirerende studiemiljø, præget af respekt og tolerance for klassens gymnasiale subkultur og den enkeltes kulturelle og sociale baggrund.

2) Varierede arbejdsformer. Variation i arbejdsformerne er et ufravigeligt krav til god undervisning. At ”alle elever ikke lærer ens” er en veldokumenteret antagelse i den pædagogiske forskning. Dette betyder også at kun en vekslende organisering af arbejdsformerne i undervisningen gør det muligt at tilgodese elevernes forskellige læringsstile. Valget af arbejdsformer skal derfor bygge på principper om variation og progression i alle henseender, således at man opnår en vekslende organisering, herunder klasseundervisning, individuelt arbejde, par- og gruppearbejde.

3) Selvstændige arbejdsformer. Undervisningen skal endvidere tilrettelægges, så eleverne gradvist trænes i mere selvstændige arbejdsformer: Fra lærerstyring og klasseundervisning til en højere grad af elevstyring både

med hensyn til tilegnelse og formidling af stoffet. Eksempel på en elevstyret organisering kan fx være projekt-lignende arbejdsformer, hvor eleverne i en kortere eller længerevarende periode individuelt eller i grupper er ansvarlige for afgrænsning af en problemstilling, supplerende informationssøgning og formidling af stoffet til klassen. Sidstnævnte er et eksempel på den ønskede progression i undervisningen, hvor det studieforberevende aspekt styrkes.

4) Gradvis taksonomisk progression. Læring kan opfattes som en progressiv og akkumulativ læringsproces, hvor det enkelte faglige begreb i undervisningen bygges ovenpå det foregående og danner en form for syntese med dette, hvorved der opstår en akkumuleret begrebsdannelse hos eleven. Dette betyder derfor, at undervisningen skal tilrettelægges med både en gradvis taksonomisk progression i de enkelte forløb og temaer såvel som med en systematisk og logisk progression i udvikling af terminologi og fagsprog, ikke mindst af hensyn til svage elever, eller elever, der har undervisningssproget, som et andetsprog. Dette betyder altså, at man bør undgå den værste ad hoc-undervisning, hvor fagbegreber og termer flyver rundt i klassen i flæng. Det er ofte den langsomme men tydelige, systematiske og faglogiske rækkefølge i præsentationen af terminologi og fagsprog, der gør det muligt for de svage eller andetsproglige elever, at forstå selv avancerede og komplekse fagbegreber.

5) Elevernes interesser. Undervisningen skal tilrettelægges, så elevernes interesser og behov tilgodeses, så eleverne får mulighed for at opleve fagene som spændende, relevante og vedkommende. Opfyldelsen af fagenes faglige mål er selvfølgelig et ufravigeligt krav til undervisningen, men dette må ikke betyde, at eleverne udelukkes for elevindflydelse på emnevalg, materialevalg og arbejdsformer, så der opstår en naturlig vekselvirkning mellem faglighed og elevernes ønsker og interesser. På denne måde styrkes grundlaget for elevernes faglige udvikling samtidigt med, at man bruger elevernes kendte erfaringsverden som udgangspunkt for genereringen af ny viden og erfaring, hvilket også giver undervisningen og fagene det ønskede kulturbaserede sigte.

6) Læreren som mere end blot fagperson. En central tanke i den nye gymnasireform er at læreren i højere grad end tidligere skal være medvirkende til at opbygge en tryk og inspirerende klasserumskultur. Den nye teamlærerordning indgår også i denne sammenhæng, hvor det udover det faglige ansvar for elevernes undervisning, også er lærerens pligt at bidrage til klasstrivsel og opbygge sammenholdet mellem eleverne, ikke mindst for at mindske fraværet. Dette betyder at teamlærerne skal være med til at skabe fælles ”projekter” i klassen, fx klassefester, faglige ekskursioner, juleafslutninger, opstart af indsamlinger til studieture i 3. GU, mm. Teamlærerfunktionen indebærer også administrative opgaver, fx en obligatoriske elevsamtale i hvert semester, hvor eleverne formulerer ros og ris til klassen, faglærerne og skolen, ligesom teamlærerne kan afholde møder med klassens faglærer, hvis der er problemer med klassens trivsel eller individuelle elever. Klassens teamlærere kan desuden sammen med klassens faglærere aftale faglige eller pædagogiske fokusområder som fx lektielæsning, notatteknik, mundtlighed, tværfaglige forløb, mm, der kører på tværs af klassens fag. Det skal her understreges at teamlærerordningen i gymnasiet ikke kan sidestilles med det obligatoriske faglige og pædagogiske teamsamarbejde i den grønlandske folkeskole, hvor undervisningen planlægges og afholdes i lærerteams, den såkaldte 3 lærerordning, men først og fremmest har karakter af en aflønnet klasselærerfunktion.

7) Ny lærerrolle. Teamlærerordningen og tankerne om eleven i centrum stiller også krav om en nyfortolkning af den traditionelle og snævre faglærerrolle. Nyere undersøgelser af frafaldet i gymnasiet har vist at lærer-elevforholdet er af afgørende betydning for elevernes trivsel i gymnasiet og dermed også for deres faglige udbytte af undervisningen. Dette stiller krav om en fleksibel, imødekommende og støttende lærerrolle, hvor læreren netop for at være en faglig og kognitiv rollemodel, også skal understøtte og udvikle det sociale læringsmiljø, for hermed at styrke grundlaget for elevernes og klassens faglige tilegnelse af stoffet. For at opnå dette, må lærer-elevforholdet være baseret på gensidig respekt og tolerance, hvilket muliggør at læreren kan indgå i meningsfulde læringsdialoger med den enkelte og klassen.

Afsætning B

Undervisningsvejledning

Citater fra læreplanen for afsætning B er angivet i kursiv

1. Fagets rolle

Faget giver viden om strategi, købsadfærd, markedsanalyse, markedskommunikation og afsætningsledelse. Faget beskæftiger sig med virksomhedens forhold især til den grønlandske omverden og med virksomhedens markedsføringsmæssige beslutninger. Faget anvender samfundsvidenskabelige metoder, herunder analyse, ræsonnement og arbejde med

Afsætning tilhører den samfundsvidenskabelige fagrække, og faget beskæftiger sig med virksomheders udvikling såvel nationalt som internationalt, idet der er særligt fokus på virksomhedens markedsføring. Stofområderne i faget falder inden for strategi, købsadfærd, markedsanalyse, markedskommunikation og afsætningsledelse. Afsætning har tætte relationer til virksomhedsøkonomi, og de to fag giver sammen en helhedsvurdering af virksomheden. I lighed med virksomhedsøkonomi er afsætning et anvendelsesorienteret fag, der har fokus på løsning af praktiske problemstillinger. Endvidere er den internationale dimension vigtig i alle fagets stofområder.

2. Fagets formål

Viden og færdigheder

Eleverne skal have en sådan relevant viden om fagets teori og metode og en sådan viden om virksomheders udvikling i et grønlandsk perspektiv, at de kan argumentere, ræsonnere og formidle afsætningsøkonomiske problemstillinger. Eleven skal yderligere have viden om og kunne forstå virksomhedens rolle i et globalt perspektiv.

Lærings- og arbejdskompetencer

Eleverne skal bl.a. i et videreuddannelsesperspektiv kunne arbejde helhedsorienteret med afsætningsøkonomiske problemstillinger og kunne indsamle og analysere relevante informationer med henblik på at skabe fagligt grundlag for beslutninger. Endelig skal eleverne kunne arbejde med afsætningsøkonomisk teori og metode og med relevante informationsteknologiske værktøjer.

Personlige og sociale kompetencer

Eleverne skal kunne arbejde selvstændigt og i grupper. Endvidere skal eleverne kunne arbejde på grundlag af indsigt i, at succes på arbejdsmarkedet som noget væsentligt forudsætter, at man har stor personlig gennemslagskraft, at man er i stand til at arbejde som et team med sine kolleger, og at man kan samarbejde med både underordnede, overordnede, kunder og leverandører.

Kulturelle og samfundsmæssige kompetencer

Eleverne skal kunne arbejde på grundlag af indsigt i, at det grønlandske samfund og verden i øvrigt består af en række segmenter og målgrupper, og at en virksomheds succes i høj grad afhænger af evnen til at identificere og markedsføre sig overfor de rigtige segmenter og målgrupper. Endvidere skal eleverne kunne arbejde på grundlag af indsigt i, hvilken betydning for værdiskabelsen i samfundet virksomheders salg har på det grønlandske og især på det udenlandske marked. Endelig skal eleverne kunne arbejde på grundlag af relevant indsigt i fremmede kulturer, herunder at salg og markedsføring overfor fremmede kulturer som noget væsentligt forudsætter, at man kan tilpasse sin adfærd, ligesom eleverne skal have indsigt i, at udlændinge kan have svært ved at tilpasse sig den grønlandske kultur.

Det fremgår af læreplanen for afsætning B, at det taksonomiske niveau især er koncentreret om diskussion, analyse og vurdering.

Fagets mål og faglige indhold beskrives ved overskrifterne: Informationsindsamling, strategisk planlægning, virksomhedens konkurrencesituation, købsadfærd, segmentering og valg af målgruppe, produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.

Faget er konstrueret under hensyn til, at faget skal kunne skabe sammenhænge til uddannelsens andre fag samt give eleverne en forståelse af virksomheden som en helhed. Endvidere er den internationale dimension medtænkt på et grundlæggende niveau i alle emneområder. Således vil alle undervisningsmål i såvel afsætning B og A som virksomhedsøkonomi B og A være beskrevet ud fra en række overordnede økonomiske kompetencer. Det vil derfor være på sin plads at beskrive tankegangen bag kompetencebegrebet mere indgående inden beskrivelsen af de faglige mål for faget, da forståelsen af kompetencebegrebet er en forudsætning for at kunne arbejde med faglige kompetencemål.

Fages formål jf. læreplanen er følgende:

- a) Formålet med undervisningen er at fremme elevernes evne til at arbejde selvstændigt og helhedsorienteret med afsætningsøkonomiske problemstillinger.
- b) Eleverne skal gennem arbejde med virksomheders nationale og internationale udvikling styrke evnen til at argumentere, ræsonnere og formidle afsætningsøkonomiske problemstillinger og udvikle forståelse af virksomhedens rolle i et globalt perspektiv.
- c) Det er endvidere formålet at fremme elevernes evne til at indsamle og analysere relevante informationer med henblik på at skabe et beslutningsgrundlag.
- d) Endelig skal eleverne kunne anvende afsætningsøkonomisk teori og metode, herunder informationsteknologiske værktøjer, i arbejdet med afsætningsøkonomiske problemstillinger.
- e) Personlige og sociale kompetencer:
- f) Eleverne skal både kunne arbejde selvstændigt, og i gruppe med afsætningsøkonomiske problemstillinger.
- g) Eleverne skal have forståelse for, at succes på arbejdsmarkedet kræver, at man både har stor personlig gennemslagskraft, og at man er i stand til at arbejde som et team med sine kolleger, og at man kan samarbejde med både underordnede, overordnede, kunder og leverandører.
- h) Eleverne skal have forståelse for at verden og samfundet består af en uendelig række segmenter og målgrupper, og at den største succes kommer til de virksomheder, som bedst er i stand til at identificere og markedsføre sig overfor de rigtige målgrupper, som måske findes i en anden socialgruppe, i en anden by, i en anden region af Grønland eller i udlandet
- i) Eleverne skal have forståelse for, at det er private virksomheder, som har ansvaret for at tjene penge til samfundet gennem salg på hjemmemarkedet og i udlandet.

På baggrund af disse formål, omdannes i det følgende til henholdsvis 1) viden og færdigheder samt 2) lærings og arbejds-kompetencer.

Viden og færdigheder

Informationsindsamling. Eleverne skal kunne anvende viden om informationsindsamling til at gennemføre analyse af markedsmuligheder.

Det betyder, at eleverne skal have viden om forskellige informationsindsamlingsmetoder, herunder skal eleverne kunne forholde sig kritisk til forskellige kilder og den valgte indsamlingsmetode. På baggrund af en valgt problemstilling skal eleverne kunne gennemføre en markedsanalyse og anvende denne som beslutningsgrundlag i virksomheden. Endvidere betyder det, at eleverne skal have en overordnet viden om vurdering af de indsamlede informations validitet (kildekritik) og repræsentativitet, samt at eleverne skal kunne præsentere en markedsanalyses vigtigste konklusioner.

Strategisk planlægning. Eleverne skal kunne anvende viden om virksomhedens interne og eksterne forhold til at diskutere virksomhedens strategiske planlægning.

Det betyder, at eleverne skal gøre rede for, hvordan virksomheden påvirkes af forhold i nær- og fjernmiljøet. Dette forudsætter viden om virksomhedens interne og eksterne forhold samt, at eleverne på baggrund af en analyse af en virksomheds interne forhold skal kunne vurdere virksomhedens kernekompetencer.

Eleverne skal kunne vurdere virksomheders placering i internationaliseringsprocessen og kunne sætte denne i relation til virksomhedens eksportmotiver og -beredskab.

Eleverne skal kunne identificere og analysere virksomhedens strategiske platform med udgangspunkt i et givent informationsgrundlag. Dette kræver viden om virksomhedens strategiske, taktiske og operationelle niveau, herunder opgaver og tidshorisont på de forskellige niveauer. Eleverne skal med udgangspunkt i konkrete eksempler kunne tage stilling til virksomhedens bagvedliggende strategier samt udviklingsmuligheder for virksomheden i det konkrete tilfælde. På baggrund af viden om strategisk planlægning skal eleverne kunne identificere og tage stilling til virksomhedens konkurrencemæssige fordele.

Virksomhedens konkurrencesituation. Eleverne skal kunne analysere og vurdere konkurrencesituationen på et givent marked.

Det betyder, at eleverne skal kunne definere virksomhedens marked samt vurdere hvilke forhold, der påvirker virksomheden og branchen. Det kræver viden om de mekanismer, der skaber og påvirker konkurrenceforholdene på det nationale og internationale marked. På baggrund heraf skal eleverne kunne identificere og vurdere virksomhedens konkurrenter og konkurrencemæssige position, samt vurdere denne i forhold til de 4 P'er.

Købsadfærd på konsumentmarkedet. Eleverne skal kunne analysere købsadfærden på konsumentmarkedet. Det betyder, at eleverne skal kunne analysere sammenhængen mellem konsumenternes købsadfærd og virksomhedens valg af kommunikationsstrategi. Dette kræver viden om købsadfærdsteorier og -modeller. Med udgangspunkt heri skal eleverne kunne redegøre for og analysere købsadfærden for et givent produkt og kunne relatere analysen til virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.

Købsadfærd på producentmarkedet. Eleverne skal kunne gøre rede for købsadfærden på producentmarkedet.

Det betyder, at eleverne skal kunne redegøre for sammenhængen mellem virksomhedernes købsadfærd og valg af kommunikationsstrategi. Dette kræver viden om karakteristika på forskellige delmarkeder og indsigt i grundlæggende købsadfærdsmodeller på producentmarkedet. Med udgangspunkt heri skal eleverne kunne gøre rede for købsadfærden ud fra konkrete eksempler.

Segmentering og valg af målgrupper. Eleverne skal kunne gennemføre segmentering og vurdere virksomhedens valg af målgrupper.

Det betyder, at eleven skal kunne foretage en overordnet markedsudvælgelse. Dette kræver viden om grundlæggende markedsudvælgelsesmetoder. Endvidere betyder det, at eleverne skal kunne gennemføre en segmentering af virksomhedens marked og på baggrund heraf foretage begrundet valg af målgrupper. I forlængelse heraf skal eleverne tage stilling til virksomhedens målgruppestrategi og positionering.

Produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation. Eleverne skal kunne analysere og tage stilling til virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.

Det betyder, at eleverne med udgangspunkt i valg af målgruppe skal kunne analysere og tage stilling til virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation og sammenhængen mellem disse. Dette kræver viden om de 4 P'er samt disses indbyrdes afhængighed. I tilknytning hertil skal eleverne kunne vurdere produktets livsløb, herunder sammensætningen af de 4 P'er i de enkelte faser. Desuden skal eleverne kunne redegøre for virksomhedens markedsføringsplan samt tage stilling til virksomhedens overordnede valg mellem standardiserede og differentierede strategier.

Lærings og arbejdskompetencer

Om økonomiske kompetencer

Beskrivelsen af fag ud fra kompetencer sætter fokus på elevernes læringsudbytte snarere end lærerstyret og pensumbaseret undervisning. Det stiller nye krav til læreren og dennes tilrettelæggelse af undervisningen. Det er ikke tilstrækkeligt at sikre, at et bestemt fagligt pensum er blevet gennemgået - altså at eleverne kan en bestemt model eller teori. Undervisningen skal sikre at eleverne kan udvise den adfærd, som fremgår af kompetencebeskrivelserne. Derfor skal undervisningen i højere grad have fokus på det man kunne kalde for "hovedforståelsen".

Begrebet kompetence bruges i denne sammenhæng som betegnelse for elevens indsigtsfulde parathed til at handle på en måde, der lever op til udfordringerne i en given situation. Bag valget af denne formulering ligger bl.a. et ønske om at indfange en række karakteristiske træk ved kompetence- begrebet. Grundlæggende er kompetence et begreb orienteret mod handling. Handlinger behøver ikke være fysiske – at beslutte sig for et 'ja' eller et 'nej' til euroen er også en handling. Men der er ingen kompetencer forbundet med at være indsigtsfuld, hvis indsigten ikke kan omsættes til handling i denne brede betydning af ordet. Kompetence handler altså ikke kun om at kunne bestemte færdigheder, men at kunne bruge disse færdigheder i de rigtige situationer.

Kompetence versus færdighed

Begrebet færdighed kan forstås som elevens evne til at udføre en given handling med utvetydige karakteristika. En sådan karakteristik giver mulighed for at pege på to vigtige forskelle på det at have udviklet en kompetence og det at have erhvervet en færdighed. For det første er 'færdighed' et mindre komplekst begreb at arbejde med i undervisningen, fordi udførelsen af den givne handling i sig selv ud- trykker færdigheden, uanset hvad der ligger til grund for evnen hertil.

Oversat til en sammenhæng med faget afsætning, kan man sige, at det at kunne lave en konkurrent- analyse er en færdighed, men at vide, hvornår det er relevant at lave en sådan, at opstille forudsæt- ninger som fx at af- grænse markedet og derpå gøre det samt at sætte analysen ind i en for virksom- heden relevant sammenhæng, er en kompetence. Faglige færdigheder afløses altså ikke af faglige kompetencer – tværtimod, så er det at kunne noget fagligt, faglige færdigheder, en forudsætning for at være kompetent!

For det andet er 'færdighed' et mindre ambitiøst begreb at arbejde med i undervisningen end kompetencer, fordi der er tale om at udføre en "given handling med utvetydige karakteristika". Herved ses der bort fra det meste af det, der er indeholdt i det at have udviklet kompetence, og som er målet med undervisningen i afsæt- ning. Elevernes økonomiske kompetencer bliver til fulde udfordret erhvervs-case, hvor eleverne jo netop selv skal finde de relevante spørgsmål, man kan stille sig, og herefter søge at finde svar.

Økonomifaglige kompetencer.

Økonomifaglige kompetencer er kort fortalt, svaret på spørgsmålet: "Hvad er det man kan, når man kan det, en god økonom kan?"

Svaret på dette spørgsmål er blevet til de syv kompetencer, som herunder er visualiseret som blade i en økono- mifaglig kompetenceblomst. Hver for sig refererer karakteristikkene til begrebet 'en øko- nomisk kompetence' forstået som elevens indsigtsfulde parathed til at handle på en måde, der lever op til en særlig slags økono- midige udfordringer i en given situation. Kompetenceblomsten er fælles for de tre økonomifag på hhx; afsæt- ning, virksomhedsøkonomi og international økonomi. Derfor vil nogle af kompetencerne være mere centrale i et fag end i et andet, og man vil også kunne opleve, at et fagligt mål kun indeholder en delmængde af en eller flere af kompetencerne.

Herunder beskrives de 7 kompetencer og de sammenholdes med de faglige mål. Desuden forklares kompeten- cerne med eksempler fra faget.

Kompetence	Eksempler fra faget:
------------	----------------------

Økonomisk tankegangskompetence	Eleverne skal kunne afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning.
Økonomisk problemløsningskompetence	Eleverne skal kunne identificere, formulere og behandle de grundlæggende afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst.
Økonomisk modelleringskompetence	Eleverne skal kunne anvende simple afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes egenskaber.
Økonomisk ræsonnementskompetence	Eleverne skal kunne udarbejde et elementært afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem en række afsætningsøkonomiske forhold i en given og afgrænset kontekst.
Økonomisk databehandlingskompetence	Eleverne skal kunne indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds grundlæggende markedsforhold og vurdere informationernes troværdighed
Økonomisk kommunikationskompetence	Eleverne skal kunne fortolke og formidle fundamentale afsætningsøkonomiske forhold.
Økonomisk redskabskompetence	Eleverne skal kunne udvælge og anvende it-værktøjer.

3. Læringsmål og indhold

3.1 Læringsmål

Eleverne skal især i et grønlandsk perspektiv kunne:

- a) afgøre hvilke forhold, der har betydning for en virksomheds afsætning,
- b) identificere, formulere og behandle de grundlæggende afsætningsmæssige udfordringer, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst,
- c) anvende simple afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes egenskaber,
- d) udarbejde et elementært afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder kunne forklare sammenhængen mellem afsætningsøkonomiske forhold i en given og afgrænset kontekst,
- e) indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds grundlæggende markedsforhold og vurdere informationernes troværdighed,
- f) fortolke og formidle fundamentale afsætningsøkonomiske forhold og
- g) udvælge og anvende it-værktøjer

Økonomisk tankegangskompetence

Definition: Denne kompetence drejer sig om elevens indsigtfulde parathed til at kunne skelne mellem hvilke spørgsmål, der er væsentlige for økonomi, og hvilke der ikke er, samt at vide hvornår de skal bringes i spil. Kompetencen handler endvidere om selv at kunne *stille sådanne spørgsmål* og at have blik for, hvilke typer af svar, der kan forventes i en given sammenhæng.

Dette er en grundlæggende ”økonomisk-kulturel” kompetence, som er af afgørende betydning for, at man kan forstå og tale om økonomi og økonomiske problemstillinger. Den økonomiske tankegangskompetence er ligeledes helt basal for de andre økonomiske kompetencer – altså det helt fundamentale for økonomi.

Det handler om at have en grundlæggende forståelse for, hvad økonomi er, og hvilke problemstillinger man kan se på med en økonomisk tilgangsvinkel. Det handler endvidere om at kunne forholde sig til et sagsforhold i en økonomisk optik. Det vil sige, at en elev med økonomisk tankegangskompetence kan se, at der skal bruges en eller anden form for økonomisk analyse til at belyse en sag, men eleven kan ikke nødvendigvis selv udføre analysen. Det er en anden kompetence. Kompetencen handler altså om at kunne se en sag med ”økonomiske briller”, og ikke om at kunne analysere en konkret situation.

En elev, der har en økonomisk tankegangskompetence er bevidst om, at man kan se på en sag fra forskellige faglige synsvinkler, og at økonomi bidrager med sin specielle måde at se en sag på. En person med økonomisk tankegangskompetence kan endvidere vurdere, hvornår det er relevant at inddrage økonomisk faglighed til belysning af en sag, og hvornår det ikke er.

Denne kompetence udfordres sjældent alene, men vil oftest udfordres i samspil med andre kompetencer.

Et eksempel på en opgave, der udfordrer denne kompetence, og således leder hen mod målet kunne være re:

”Beskriv virksomheden Great Greenland, samt det marked virksomheden opererer på, med inddragelse af relevante afsætningsøkonomiske begreber.”

Oplægget til opgaven kunne være en artikel om virksomheden samt virksomhedens hjemmeside. Opgaven går ud på, at få eleverne til at tænke på Great Greenland som en virksomhed, samt at få dem til at bruge deres begrebsapparat rigtigt. Eleverne bruger kompetencen, når de eksempelvis kan redegøre for, hvilket marked virksomheden opererer på - markedet for samt Great Greenlands strategi og kundegrupper, hvorimod de ikke skal inddrage politiske eller kulturelle problemstillinger,

Man kan endvidere arbejde med elevernes forståelse af, at en sag kan ses med flere forskellige faglige optikker, og at hvert fag bidrager med sine forklaringer, og gør en klogere. Hvis man f.eks. beder en designer om at fortælle om IKEA, vil han beskæftige sig med den klassiske skandinaviske designtradition samt IKEAs fortolkning af moderne design, hvorimod en økonom vil beskrive IKEA ud fra omsætningstal, antal butikker samt overordnet forretningsstrategi. Sidstnævnte er et eksempel på et udsagn fra en person med økonomisk tankegangskompetence.

Man kan endvidere udfordre elevernes økonomiske tankegangskompetence ved at bede eleverne om selv at finde relevante avisartikler til fremlæggelse på klassen samt finde de vigtigste faglige pointer i artiklerne. Det kræver økonomisk tankegangskompetence at finde en relevant artikel, da man skal bruge sit faglige begrebsapparat for at kunne se, om artiklen kunne være relevant for faget afsætning, eller om den i virkeligheden indeholder flere problemstillinger, som kunne være relevante i international økonomi. Man kan med et glimt i øjet sige, at det er denne kompetence som lærere hvert år holder ved lige, når de finder velegnede artikler til mundtlige eksamensspørgsmål i afsætning!

Økonomisk problembehandlingskompetence

Definition: Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til dels at kunne identificere og formulere økonomiske problemer dels at kunne løse sådanne problemer. Det kan både dreje sig om løsninger af mere teoretisk art og løsninger rettet mod at oprids og prioritere hvilke handlingsalternativer der foreligger, egne såvel som andres.

Et problem er en oplevet udfordring, der ikke umiddelbart findes løsninger til, men som kræver nærmere undersøgelse. Dermed kan man ikke generelt afgøre, om noget er et problem, da dette er afhængigt af iagttagernes oplevelse og forudsætninger. Man skal kunne forstå udfordringen, og man skal heller ikke umiddelbart kunne se løsningen.

Et problem kan have både en positiv, negativ og en neutral ladet betydning:

- 1) Et problem er i sin negativt ladede betydning en for nogle utilfredsstillende situation.
- 2) Et problem er i sin positivt ladede betydning en situation med mulighed for forbedringer.

- 3) Et problem er i sin neutrale form et undersøgelsesområde, hvor situationens konsekvenser og muligheder er ukendte.

Problembehandlingskompetencen omfatter evnen til på et overordnet plan at kunne fastlægge, hvordan man vil nå et forudbestemt økonomisk mål. Det sker ved at opridse og *prioritere hvilke handlingsalternativer*, der foreligger. Der kan eksempelvis være tale om forskellige strategier. Implicit indebærer kompetencen en indsigtfuld parathed til på den ene side at kunne vurdere, hvilke aktører der er involveret i problemstillingen, og på den anden side foretage en prioritering af problemets vigtighed og nødvendighed.

Der er tale om en kompetence, hvor man ud fra givne teorier og modeller skal kunne beskrive, hvordan et mål kan realiseres. Det handler **ikke** om selv at kunne udføre handlingerne i praksis, men om at kunne anvise en velovervejet plan for, hvordan man når frem til et ønsket økonomisk mål. Det er således argumenterne og anvendelsen af de bagved liggende overvejelser, der er i fokus her, som beslutningsgrundlaget for den anviste strategi.

Man arbejder ofte med kompetencen i sin fulde udfoldelse i forbindelse med projektarbejde, og på HHX specielt i erhvervs-case. Kompetencen implicerer her, at eleverne anvender deres faglige viden i en afgrænsningsproces, som fører frem til en problemformulering, der således er udgangspunktet for frembringelse af løsningsforslag hertil.

Der kan være tale om teoretiske problemstillinger, der afklares og mere konkrete problemer der løses, begge dele omfattes af problembehandlingskompetencen.

Eksempel på en opgave, der udfordrer denne kompetence, og således leder hen mod målet kunne være:

”Redegør for hvilke afsætningsøkonomiske problemstillinger du kunne forestille dig, at Kildemoes cykler arbejder med – Forklar hvilke af de nævnte problemstillinger du mener, er vigtigst at beskæftige sig med for virksomheden.”

Eleverne bruger kompetencen, når de arbejder med at identificere en problemstilling ud fra casen; det kan være artikler, virksomhedens hjemmeside, og lign., og f.eks. i denne sammenhæng at kunne se, at det kan være et meget vanskeligt marked at konkurrere på, og at valg af distributionskanal er af afgørende betydning. Helt banalt kan man sige, at man kan udfordre kompetencen ved at stille et grundlæggende enkelt spørgsmål: ”Hvilke punkter kunne du forestille dig, der er på bestyrelsesmødet, når bestyrelsen for virksomheden holder deres næste møde?”

Økonomisk modelleringskompetence

Definition: Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til dels at kunne *anvende* foreliggende økonomiske modeller, herunder at kunne *analysere disse modellers grundlag og egenskaber*, og dels at kunne *opstille* økonomiske modeller.

Indledningsvist er det vigtigt at bemærke, at det **ikke** er en del af målet for faget afsætning, at eleverne selv skal kunne opstille modeller. En model er en forsimplet fremstilling af virkeligheden, hvis formål det er at bringe overblik over sammenhænge eller forudsige en udvikling.

Eleverne anvender modeller, når de med udgangspunkt i en undren over virkelighedens økonomiske fænomener strukturerer og forenkler virkeligheden ved hjælp af økonomiske begreber.

Eleverne anvender ligeledes modeller når de afdækker, hvilke handlemuligheder, der er til rådighed i en given situation for at opnå et givet mål og simulere herpå. Dermed angiver de relevante handlemuligheders konsekvenser for målopfyldelse.

At kunne forklare modellers egenskaber betyder, at man er opmærksom på, hvad der konstituerer en given model, og hvilken type model, der er tale om. Det vil sige, at kompetencen fordrer en kritisk stillingtagen til anvendelse af modellerne.

Denne kompetence adskiller sig fra problemløsningskompetencen ved at levere en del af beslutningsgrundlaget til problemløsningskompetencen. Der er således tale om to adskilte kompetencer, der er meget afhængige af hinanden, men ikke sådan, at den ene kompetence fordrer beherskelse af den anden. Man kan med andre ord være dygtig til at modellere, uden at man kan angive handlingsalternativer for de forskellige scenarier.

”Analyser konkurrencesituationen for Godthåb Bryghus.”

Eleverne bruger kompetencen når de f.eks. med udgangspunkt i en afgrænsning af markedet – en diskussion af, om det er øl, eller et lidt bredere perspektiv – bruger f.eks. Porters five forces til at gennemføre en brancheanalyse.

Økonomisk ræsonnementskompetence

Definition: Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til på den ene side at kunne *følge og bedømme* et økonomisk ræsonnement, herunder kunne vurdere sammenhængen mellem en række økonomiske forhold. På den anden side består kompetencen i at kunne *gennemføre* et økonomisk ræsonnement.

Et økonomisk ræsonnement defineres i denne sammenhæng som en kæde af begrundelser, der af-dækker økonomiske sammenhænge.

Kompetencen drejer sig om at kunne *følge og bedømme* en økonomisk sammenhæng, herunder at overbevise sig selv og andre om eksistensen af sådanne.

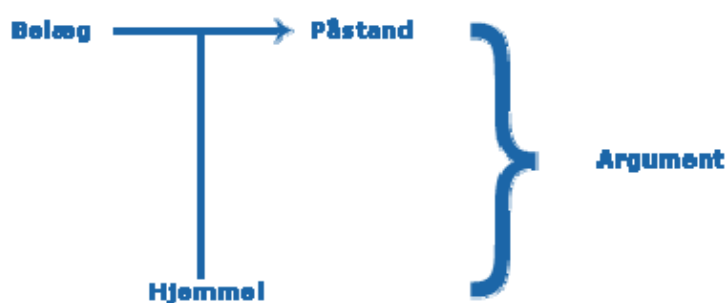
Ligeledes handler kompetencen om selv at kunne opbygge en kæde af argumenter, som forklarer en given økonomisk sammenhæng. Der gennemføres således et økonomisk ræsonnement. Argumentationen skal baseres på korrekt anvendelse af faglige begreber.

Et ræsonnement er fornuftsbetonet (rationelt) og logisk i sin natur, og kan netop af den grund ”angribes” fagligt, hvorved der opstår en faglig diskussion.

Et argument kan være fornuftigt og logisk, men er det ikke nødvendigvis. Et argument kan også være retorisk: personligt, subjektivt og er ikke nødvendigvis omfattet af sproglige faglige konventioner. Således er det vanskeligere at angribe et argument, der ikke baserer sig på ræsonnementer, da et sådan argument ikke nødvendigvis ”spiller på den økonomifaglige bane”.

Problemløsningskompetencen indeholder dele af ræsonnementskompetencen, men adskiller sig ved at have et klart sigte. Hvor ræsonnementskompetencen handler om årsag og virkning, så handler problemløsningskompetencen om at kunne anvende viden om årsags/virkningssammenhænge til at kunne angive handlingsalternativer til opnåelse af et givet mål.

Meget centralt i arbejdet med denne kompetence er **Toulmins model**, som arbejder med begreberne: Påstand, belæg, hjemmel.



I afsætning bruges modellen på følgende måde:

Påstand: Jysk fører konkurrencestrategien "omkostningsminimering"
Belæg: Jysk har en stor markedsandel, og deres konkurrencemæssige fordel er lave omkostninger.
Hjemmel: Porters model om de fire konkurrencestrategier.

I forhold til ræsonnementskompetencen kan man bruge ovenstående model til at arbejde med "det gode argument". En elev med en god ræsonnementskompetence vil således kunne udtrykke følgende: Jysk fører konkurrencestrategien omkostningsminimering, jvf Porters model om de fire konkurrencestrategier, da de har en stor markedsandel, og deres konkurrencemæssige fordel er lave omkostninger.

Eksempel på en opgave, der udfordrer denne kompetence, og således leder hen mod målet kunne være:

"Forklar Hjem-is' valg af målgruppe og distributionskanaler."

Eleverne bruger kompetencen, når de forklarer, hvilke målgrupper Hjem-is henvender sig til, og hvilke distributionskanaler de anvender. Det er vigtigt, at eleverne kan forklare, *hvorfor* (læg mærke til, at der er et indbygget argument) den valgte målgruppe og distributionsstrategi er relevante og derved følge virksomhedens motiver.

Man kan ofte arbejde sammen med danskfaget om at styrke elevernes ræsonnementskompetence, da det ofte er elevernes danskfaglige kompetencer, som også skal styrkes i denne sammenhæng. Det er her vigtigt at sætte fokus på begreber som sætningsopbygning og brugen af hovedsætning og ledsætning i arbejdet med såvel elevernes mundtlige som skriftlige udtryksfærdigheder.

Økonomisk databehandlingskompetence

Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til dels at kunne *indsamle, udvælge og bearbejde* relevant datamateriale, dels at kunne *vurdere troværdigheden* af data og deres relevans i en given sammenhæng

Kompetencen er meget central i arbejdet med faget, da den kan karakteriseres som en grundlæggende metodisk kompetence i forhold til fagets samfundsvidenskabelige metodeforståelse. Kompetencen handler om at kunne overskue mulige datakilder såvel primære som sekundære til en given problemstilling, således at der kan foregå en kvalificeret indsamling og udvælgelse. Dernæst handler det om at bearbejde de indsamlede data ved at organisere og systematisere disse data.

Ved indsamling af data forstår man både selve indsamlingen af data, der eksisterer i forvejen (sekundære data) og det at fremstille data, der beskriver empirien, som ikke nødvendigvis foreligger. Her kan f.eks. være tale om interviewundersøgelser eller observationer (primære data).

Der er i denne sammenhæng behov for at præcisere forskellen mellem data og information. Forskellen er, at de indsamlede data udgør et grundlag, som gennem udvælgelse og bearbejdning omdannes til informationer. Information skal således i denne sammenhæng forstås som bearbejdede data til brug i en given situation. Sammenhængen kan skitseres således:

Indsamling af data → selektering af data → databearbejdning → information

Det handler om at kunne integrere og organisere ny information i en given sammenhæng. Det handler endvidere om at indsamle tilstrækkelig og valide data i relation til problemstillingen, samt om at kunne bruge information i kritisk tænkning og problemløsning.

Stort set alle opgaver i afsætning udfordrer denne kompetence i en eller anden form, da der altid vil være – et større eller mindre behov – for at indsamle data til belysning af en given problemstilling. Opgaver som er løst

– eller forsøgt løst – uden forudgående dataindsamling vil ofte fremstå som udokumenterede og som en række af usammenhængende påstande.

Økonomisk kommunikationskompetence

Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til dels at kunne *sætte sig ind i og fortolke* andres økonomiske udsagn og tekster, dels at kunne *udtrykke sig* på forskellige måder om økonomiske forhold over for forskellige kategorier af modtagere.

Kompetencen har både en udtryksside, hvor eleven er afsender af kommunikation, og en modtagende side, hvor eleven sætter sig ind i og fortolker andres økonomiske udsagn og tekster.

En hvilken som helst skriftlig eller mundtlig fremstilling af en økonomisk aktivitet er et eksempel på udtrykssiden af kommunikationskompetencen. F. eks. falder det at gøre rede for et økonomisk ræsonnement inden for denne kompetence. Tilsvarende vil afkodningen og fortolkningen af økonomiske fremstillinger, f. eks. i en lærebog, en avisartikel eller et foredrag være eksempler på den modtagende side af kommunikationskompetencen.

Også evnen til at indgå i diskussioner med andre om økonomiske emner kræver kommunikationskompetence.

Denne kompetence overlapper tankegangskompetencen, men ved kommunikationskompetencen fokuserer man på de kommunikationsmæssige kvaliteter, mens tankegangskompetence drejer sig om faglighed og det at kunne skelne mellem økonomiske tankegange og andre faglige tilgange.

Mange opgaver udfordrer denne kompetence, men her er et konkret eksempel fra et virksomhedsbesøg:

”Tag systematiske noter til oplæggene med fokus på, om du har et klart billede af de væsentligste pointer i oplægget.”

Eleverne er på virksomhedsbesøg på Great Greenland, hvor der er forberedt oplæg om virksomhedens organisation, regnskaber, markedsføringsstrategi og analyser af mulighederne for at udbygge aktiviteterne i Sydgrønland. Eleverne bruger kompetencen, når de aktivt lytter til oplægsholderen og selvstændigt sætter sig ind i budskabet og forstår den måde, der kommunikeres på.

Økonomisk redskabskompetence

Definition: Denne kompetence består i elevens indsigtfulde parathed til dels at kunne *udvælge og anvende* relevante redskaber i forbindelse med vurderinger af økonomiske forhold, dels at kunne *reflektere over* både egen og andres udvælgelse og anvendelse af redskaber. Kompetencen er relevant for faget afsætning, men ikke central.

Kompetencen kræver kendskab til eksistensen af - og egenskaberne ved - diverse former for redskaber og her specielt software til håndtering af økonomiske data. Dernæst kræver kompetencen, at man kan vurdere redskabernes muligheder og begrænsninger i forskellige situationer, samt at man er i stand til, på reflekteret vis, at betjene sig af sådanne redskaber.

Det er en integreret del af fagligheden at kunne vurdere troværdigheden ved de fundne data, databehandling og præsentation af økonomiske data, afhængigt af den valgte teknologi.

Et eksempel på en opgave, der udfordrer denne kompetence:

”Lav et oplæg til en reklamekampagne, hvor du inddrager resultaterne af den engelske undersøgelse. Oplægget skal målrettes virksomhedens direktør og kunne præsenteres på en konference.”

Eleverne bruger kompetencen i forbindelse med valg af forskellige redskaber til præsentationen, samt til udformningen af selve præsentationen.

3.2 Kernestof

Kernestoffet er defineret således i fagbilaget:

- a) Metode: kvantitative og kvalitative metoder
- b) Makroforhold: omverdensforhold
- c) Strategisk planlægning: interne forhold, markedsudvælgelse og strategi
- d) Efterspørgselsforhold: markedets størrelse, segmentering og målgruppevalg, købsadfærd på konsumentmarkedet
- e) Udbudsforhold: markedsafgrænsning og konkurrencesituationen
- f) Marketingmix: produkt, pris, distribution, promotion og markedsføringsplan

Kommentarer:

I nedenstående tabel er fagets kerne (genstandsfelter) beskrevet som essentielle emner.

Kernestof i henhold til læreplanen	Essentielle emner
Metode Kvalitative og kvantitative metoder	Datakilder og databaser, søgestrategier, kvalitative og kvantitative metoder, kildekritik og repræsentativitet, markedsanalyseprocessen
Makroforhold Omverdensforhold	Omverdensmodel
Internationalisering	Eksportmotiver og beredskab Markedsudvælgelse
Interne forhold og strategi	Værdikæde, SWOT-opstilling, ide og mål, generisk strategi, vækststrategier - intensive- ring
Efterspørgselsforhold Markedets størrelse Segmentering og målgruppevalg Købsadfærd på konsumentmarkedet	Markedets størrelse, B2C og B2B Det potentielle marked og det effektive marked Segmentering og målgruppevalg, livsstilsmodeller Købsadfærdsmodeller, købmotiver, behov, købstyper, beslutningsproces, købsroller
Udbudsforhold o Markedsafgrænsning Konkurrencesituation	Markedsafgrænsning Konkurrentanalyse, konkurrencemæssige positioner, positionering
Marketingmix Produkt, pris, distribution og promotion	Produktklassificering, brandingstrategi, serviceydelser, de 7 P'er, mærkestrategi, PLC
Markedsføringsplan	Prisfastsættelsesmetoder, priselasticitet, prisstrategi – nye og nuværende, prisdifferentiering. Konsument- og producentmarkedet, distributionsstrategi, distributionskanaler, kædeformer, E-business Promotionformer, promotionstrategi, markedskort, Markedsføringsplan

I det efterfølgende afsnit er der for hvert kernestofområde angivet, hvad man kan forvente at eleverne skal kunne i forhold til de essentielle emner:

Metode

Kvalitative og kvantitative metoder

Centrale modeller og begreber: *Datakilder og databaser, søgestrategier, kvalitative og kvantitative metoder, kildekritik og repræsentativitet, markedsanalyseprocessen.*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for generel erhvervsøkonomisk metode
- 2) anvende databaser ved informationsindsamling om et marked
- 3) forklare de anvendte metoders formål og indhold
- 4) gennemføre simple markedsanalyser

- 5) diskutere og vurdere de indsamlede informationers troværdighed

Makroforhold

Omverdensforhold

Centrale modeller og begreber: *Omverdensmodel*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for eksterne faktorer af væsentlig betydning for virksomhedens fortsatte vækst på det danske marked
- 2) analysere og diskutere betydningen af ændrede omverdensvilkår for virksomheder

Internationalisering

Centrale modeller og begreber: *Eksportmotiver og -beredskab*

Markedsudvælgelse

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for en virksomheds eksportmotiver og -beredskab
- 2) redegøre for forskellige former for markedsudvælgelse
- 3) forklare sammenhængen mellem eksportberedskab og valg af markedsudvælgelsesmodel

Interne forhold og strategi

Centrale modeller og begreber: *Værdikæde, SWOT-analyse, ide og mål, konkurrence- strategi (generisk strategi), vækststrategier – intensivering*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for modeller til beskrivelse og analyse af virksomhedens interne forhold
- 2) redegøre for virksomhedens forretningsområder
- 3) udarbejde en værdikædeanalyse og på baggrund heraf kunne bestemme virksomhedens kernekompetencer
- 4) på baggrund af virksomhedens interne forhold og makroforholdene på markedet udarbejde en swot-analyse
- 5) diskutere virksomhedens valg af konkurrencestrategi
- 6) analysere en virksomheds muligheder for vækst ved intensivering på baggrund af viden om virksomhedens interne forhold

Efterspørgselsforhold

Markedets størrelse

Centrale modeller og begreber: *Konsumentmarkedet (B2C) og producentmarkedet (B2B), det potentielle marked, det effektive marked.*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for forskelle mellem konsument- og producentmarkedet
- 2) diskutere forhold af betydning for afgrænsning og bestemmelse af et markeds størrelse

Segmentering og målgruppevalg

Centrale modeller og begreber: Segmentering på konsumentmarkedet, livsstilsmodeller, kriterier for målgruppevalg

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for formålet med at segmentere et marked
- 2) anvende segmenteringsprocessen til segmentering og valg af målgrupper på
- 3) konsumentmarkedet

- 4) vurdere potentialet i en given målgruppe

Købsadfærd på konsumentmarkedet,

Centrale modeller og begreber: *Købsadfærdsmodeller, købmotiver, behov, købstyper, beslutningsproces, købsroller*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for modeller til bestemmelse af kundernes købsadfærd på konsumentmarkedet.
- 2) analysere købsadfærden i en given situation og diskutere betydningen heraf for virksomhedens strategiske beslutninger

Udbudsforhold

Markedsafgrænsning

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for virksomhedens marked
- 2) forklare hvorledes afgrænsningen af virksomhedens marked har betydning for analysen af konkurrencesituationen

Konkurrencesituation

Centrale modeller og begreber: *Konkurrentanalyse, konkurrencemæssige positioner, strategiske grupper, positionering*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for de konkurrencemæssige positioner på markedet
- 2) analysere konkurrencesituationen på virksomhedens marked og diskutere implikationerne for virksomhedens strategi, herunder positionering
- 3) diskutere betydningen af strategiske grupper på et marked

Marketingmix

Produkt

Centrale modeller og begreber: *Produktklassificering, brandingstrategi, serviceydelser, de 7 p'er, mærkestrategi, PLC*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix
- 2) forklare specielle forhold for servicevirksomheder
- 3) redegøre for en virksomheds branding- og mærkestrategi
- 4) diskutere sammenhængen mellem produkt og målgruppevalg

Pris

Centrale modeller og begreber: *Prisfastsættelsesmetoder, Priselasticitet, Prisstrategi - nye og nuværende, Prisdifferentiering*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for pris som en del af en virksomhedens samlede marketingmix
- 2) forklare specielle forhold for servicevirksomheder
- 3) redegøre for en virksomheds prisstrategi for såvel nye som eksisterende produkter

- 4) diskutere sammenhængen mellem pris og målgruppevalg

Distribution

Centrale modeller og begreber: *Distributionsstrategi, Distributionskanaler, kæde-former, E-business,*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for distribution som en del af en virksomhedens samlede marketingmix
- 2) redegøre for forskellige distributionsformer i detailhandelen herunder E-business
- 3) redegøre for kædeformer på det danske detailmarked
- 4) forklare specielle forhold for servicevirksomheder i forhold til distribution
- 5) redegøre for en virksomheds distributionsstrategi
- 6) diskutere sammenhængen mellem distribution og målgruppevalg

Promotion

Centrale modeller og begreber: *Promotionformer, promotionstrategi(push-pull), markedskort, kommunikationsmodeller,*

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for promotion som en del af en virksomhedens samlede marketingmix
- 2) redegøre for forskellige promotionformer og kommunikationsmodeller
- 3) diskutere en virksomheds promotionsstrategi
- 4) diskutere sammenhængen mellem promotion og målgruppevalg

Markedsføringsplan

Eleverne skal kunne:

- 1) redegøre for formålet med en markedsføringsplan
- 2) udarbejde en markedsføringsplan
- 3) diskutere og vurdere en markedsføringsplans realisme samt økonomiske konsekvenser

3.3 Supplerende stof

Eleverne vil ikke kunne opfylde læringsmålene alene ved hjælp af kernestoffet. Det supplerende stof skal udvælges, således at det sammen med kernestoffet medvirker til opfyldelse af læringsmålene. Det supplerende stof omfatter aktuelt, afsætningsøkonomisk stof, typisk avisartikler, tv-udsendelser eller informationer fra virksomheders hjemmesider, der perspektiverer og uddyber læringsmålene. I det supplerende stof skal der perspektiveres til grønlandske forhold, og i nogen grad også til internationale forhold.

I afsætning arbejder man ud fra en overordnet metode, der kobler teori og empiri. Ud fra casematerialet eller de indsamlede data formuleres relevante problemstillinger, og for at kunne løse virksomhedens problemstillinger inddrages teori og modeller fra fagets værktøjskasse. Ved hjælp af teori og modeller analyseres relevante data om virksomheden, hvorved man når frem til svar på de rejste problemstillinger og dermed til en konklusion. Ved at kombinere teori og empiri skabes der ny viden, således at den opstillede problemstilling kan besvares.

Da kernestoffet i afsætning overvejende er af teoretisk karakter, er det vigtigt for elevernes forståelse af faget som et samfundsvidenskabeligt fag, at der hyppigt inddrages eksempler fra virkelighedens erhvervsliv til perspektivering af teorierne. Uden disse eksempler vil eleverne have svært ved at udvikle deres økonomiske kompetencer. Der kan indarbejdes en progression i arbejdet med det supplerende stof, hvor det i starten af uddannelsen primært vil være læreren, der bidrager med stoffet. Senere i forløbet kan eleverne inddrages i processen

med at finde relevant supplerende stof, hvilket også vil udfordre dem på såvel deres tankegangskompetence som databehandlingskompetencen.

4. Undervisningens tilrettelæggelse

4.1 Didaktiske principper

Ad 1: Undervisningen skal tage udgangspunkt i elevernes faglige niveau og viden.

Læreren skal ved opstarten af et nyt forløb ved undervisningens begyndelse tage udgangspunkt i elevernes faglige forudsætninger og niveau. Dette betyder i praksis, at læreren ikke skal tilrettelægge undervisningen på et for højt fagligt niveau i forhold til eleverne eller ud fra antagelser om et fagligt niveau hos eleverne, som læreren evt. kender fra andre gymnasier, fx fra gymnasier i Danmark. Læreren skal altså først danne sig et indtryk af klassens elever og deres faglige styrker og svagheder og derefter tilrettelægge det faglige niveau i undervisningen. Det skal her påpeges, at dette gør sig gældende ved undervisningens begyndelse, ved undervisningens afslutning før eksamen skal eleverne selvfølgelig opfylde de eksplicite krav i fagets læringsmål.

Ligeledes skal læreren være bevidst om at den enkelte klasse meget sjældent har en fællesnævner for fagligt niveau, især ikke ved undervisningens begyndelse ved skoleårets start. Problemet med fagligt og niveaumæssigt set uhomogene klasser, kan løse ved at inddrage undervisningsdifferentiering i undervisningen (evt. dybdedifferentiering i gruppearbejdet, hvor de stærke elever får mere komplekse materialer eller mere stof, end de svage og breddedifferentiering i klasseundervisningen, hvor de svage elever fra læreren får gentaget de faglige pointer en ekstra gang). Se endvidere om kulturbaseret undervisning, læringsdialog og elevernes interesser og ønsker i det nedenstående.

Ad 2: Undervisningen tilrettelægges, så den i videst muligt omfang har karakter af en læringsdialog mellem lærer og elever.

Undervisning må aldrig bliver envejskommunikation. Begrebet ”læringsdialog” indgår i en undervisningsform, hvor læreren indgår i en ligeværdig dialog og debat med eleverne og tage elevernes svar og holdninger alvorligt, samtidig med at denne udfordrer deres vante forestillinger for at skabe refleksion og indsigt hos eleverne. En læringsdialogen kan også tage form af ”modellering”, hvor læreren, som ”kognitiv rollemodel” forsøger at anskueliggøre en faglig tankemåde eller begrebsdannelse. Dette kan fx gøres ved at læreren stiller faglige spørgsmål i en systematisk og taxonomisk rækkefølge for at demonstrer en faglig argumentationsopbygning for eleverne, så eleverne selv opnår evnen til analytisk og refleksiv tænkning. En læringsdialog kan også være en faglig samtale, hvor læreren ved hjælp af åbne men bevidste valgte spørgsmål forsøger at lade eleverne sætte tanker og ord på deres egne erfaringer og ubevidste viden, ligesom faglige diskussioner imellem eleverne indbyrdes selvfølgelig også er læringsdialoger. Læringsdialogen kan også indgå i en anden form for ”modellering”, adfærdsmodellering, hvor læreren i praksis og igennem sin egen fremfærd i klassen demonstrer hvorledes han eller hun ønsker eleverne skal agere, således at de kan blive tolerante, fordomsfri men kritisk tænkende mennesker, der kan deltage i samfundets demokratiske processer og dets øvrige interkulturelle sammenhænge.

Grundlæggende set kan ”læringsdialogen” kun trives i et trygt og inspirerende studiemiljø, præget af respekt og tolerance for klassens gymnasiale subkultur og den enkeltes kulturelle og sociale baggrund.

Ad 3: Undervisningen tilrettelægges, så der veksles mellem forskellige undervisningsformer.

Variation i arbejdsformerne er et ufravigeligt krav til god undervisning. At ”alle elever ikke lærer ens” er en veldokumenteret antagelse i den pædagogiske forskning. Dette betyder også at kun en vekslende organisering af arbejdsformerne i undervisningen gør det muligt at tilgodese elevernes forskellige læringsstile. Valget af

arbejdsformer skal derfor bygge på principper om variation og progression i alle henseender, således at man opnår en vekslende organisering, herunder klasseundervisning, individuelt arbejde, par- og gruppearbejde

Undervisningen skal endvidere tilrettelægges, så eleverne gradvist trænes i mere selvstændige arbejdsformer:

Fra lærerstyring og klasseundervisning til en højere grad af elevstyring både med hensyn til tilegnelse og formidling af stoffet. Eksempel på en elevstyret organisering kan fx være projektlignende arbejdsformer, hvor eleverne i en kortere eller længerevarende periode individuelt eller i grupper er ansvarlige for afgrænsning af en problemstilling, supplerende informationssøgning og formidling af stoffet til klassen. Sidstnævnte er et eksempel på den ønskede progression i undervisningen, hvor det studieforbereende aspekt styrkes.

Ad 4: Undervisningen tilrettelægges, så elevernes interesser og behov tilgodeses, så eleverne får mulighed for at opleve faget som spændende, relevant og vedkommende.

Formuleringen tager udgangspunkt i det didaktiske spændingsfelt mellem fagets eksplicite læringsmål og kernefaglighed på den ene side og elevernes ønsker og interesser på den anden side.

Opfyldelsen af fagets faglige mål er selvfølgelig et ufravigeligt krav til undervisningen, men dette må ikke betyde, at eleverne udelukkes for elevindflydelse på emnevalg, materialevalg og arbejdsformer, så der opstår en naturlig vekselvirkning mellem faglighed og elevernes ønsker og interesser. På denne måde styrkes grundlaget for elevernes faglige udvikling samtidigt med, at man bruger elevernes kendte erfaringsverden som udgangspunkt for genereringen af ny viden og erfaring, således at faget opleves som spændende, relevant og vedkommende for eleverne.

Ad 5: Undervisningen tilrettelægges, så der både er faglig progression i de enkelte forløb og temaer såvel som progression i udvikling af fagsprog og terminologi, så eleven gradvis opøves i mere selvstændige arbejdsformer og kompleks tænkning

Læring kan opfattes som en progressiv og akkumulativ læringsproces, hvor det enkelte faglige begreb i undervisningen bygges ovenpå det foregående og danner en form for syntese med dette, hvorved der opstår en akkumuleret begrebsdannelse hos eleven. Dette betyder derfor, at undervisningen skal tilrettelægges med både en gradvis taksonomisk progression i de enkelte forløb og temaer såvel som med en systematisk og logisk progression i udvikling af terminologi og fagsprog, ikke mindst af hensyn til svage elever, eller elever, der har undervisningssproget, som et andetsprog. Dette betyder altså, at man bør undgå den værste ad hoc-undervisning, hvor fagbegreber og termer flyver rundt i klassen i flæng. Det er ofte den langsomme men tydelige, systematiske og faglogiske rækkefølge i præsentationen af terminologi og fagsprog, der gør det muligt for de svage eller sprogligt svagtstillede elever, at forstå selv avancerede og kompleks fagbegreber.

Ad 6: Undervisningen tilrettelægges, så der i videst muligt omfang perspektiveres til det omgivende samfund.

Formuleringen har baggrund i tankerne om kulturbaseret undervisning, der i al sin enkelthed betyder, at undervisningen tager sit udgangspunkt i den sociale og samfundsmæssige kontekst, hvori læringen foregår og eleven befinder sig. Dette betyder i praksis, at læreren i sin undervisning i så høj grad som muligt inddrager elevernes forudsætninger og sociale og kulturelle baggrund, og perspektiverer sin undervisning til denne (kontekstualisering), så undervisningen opleves som relevant for eleverne. På denne måde styrkes grundlaget for elevernes faglige udvikling samtidigt med, at man bruger elevernes kendte erfaringsverden

De afsætningsøkonomiske problemstillinger ansues ud fra en helhedsorienteret synsvinkel med fokus på sammenhænge og med inddragelse af fagets teori i en international kontekst.

Et casebaseret undervisningsprincip har en central plads i tilrettelæggelsen af undervisningen.

Gennem denne undervisning styrkes elevernes faglige nysgerrighed, intuition og kreativitet, ligesom elevernes faglige selvstændighed og sikkerhed styrkes.

Fagets problemstillinger ansues, således at der skelnes mellem person-, virksomheds- og brancheniveau. Undervisningen omfatter analyse ved anvendelse af fagets grundlæggende metoder, teorier og modeller og sammenhænge med virkelighedsnære problemstillinger.

Kernestoffet i afsætning lægger op til analyse af virksomheder, hvor udgangspunktet kan være en casebeskrivelse, som kan suppleres med informationsindsamling.

Først tilvejebringes informationer gennem indsamling af data. Herefter systematiseres dataene ved anvendelse af fagets teorier og metoder, hvorefter der er grundlag for at vurdere virksomhedens handlemuligheder.

Ved hjælp af fagets begreber og teorier forsøger man at beskrive, forstå og forklare afsætningsøkonomiske sammenhænge. I tværfaglig sammenhæng vil virksomheden oftest være omdrejningspunktet.

Som det fremgår af nedenstående oversigt, kan analyseniveauet variere afhængig af den problemstilling, der er genstand for analysen.

Forklaringsobjektet er dog oftest den enkelte virksomhed. En problemstilling kan endvidere ses ud fra forskellige aktørers – eller interessenters – synsvinkel. Oftest vil en problemstilling blive analyseret og vurderet fra en bestemt virksomheds vinkel, men en person, en gruppe.:

4.2. Arbejdsformer

Undervisningen tilrettelægges med variation og progression i valget af arbejdsformer. Der veksles mellem selvstændigt arbejde, gruppe- og klasseundervisning. De forskellige arbejdsformer skal medvirke til at fremme elevernes evne til at analysere og vurdere afsætningsøkonomiske problemstillinger. Der arbejdes med autentiske cases, samarbejde med virksomheder samt virksomhedsbesøg og gæstelærere.

Undervisningen tilrettelægges med mindst et sammenhængende forløb, som tager udgangspunkt i samarbejde med en virksomhed. I undervisningsforløbet skal eleverne arbejde selvstændigt med afsætningsøkonomiske informationer og problemstillinger med udgangspunkt i virksomheden. Forløbet tilrettelægges, således at elevernes evne til at demonstrere faglige færdigheder fremmes, og således at deres evner til at diskutere og analysere en virksomheds problemstillinger på et konkret grundlag udvikles. Resultatet af forløbet dokumenteres til eventuel brug for den mundtlige eksamen under prøveform b).

Undervisningen skal tilrettelægges, så den både tilgodeser elever, der har undervisningssproget som førstesprog og som andetsprog.

Overordnet planlægning

Det overordnede fokus for tilrettelæggelsen af et undervisningsforløb vil altid være en kombination af et kompetencemål og et eller flere kernestofområder. Planlægningen af undervisningen kan med fordel tage udgangspunkt i nedenstående stof- kompetencemåls-matrice:

Stofområde \ Kompetencemål	Metode	Makroforhold	Internationalisering	Interne forhold og strategi	Efterspørgselsforhold	Udbudsforhold	Marketingmix
Tankegangskompetence							
Problembehandlingskompetence							
Modelleringskompetence							
Ræsonnementskompetence							
Databehandlingskompetence							

Kommunikationskompetence							
Redskabskompetence							

Måden man bruger matricen på er, at man kan planlægge et undervisningsforløb ved at tage udgangspunkt i f.eks. et eller flere kompetencemål og kombinere dette eller disse med et eller flere stofområder. Ikke alle stofområder egner sig lige godt til undervisning i alle kompetencemål, så man skal ikke have en ambition om at kunne dække alle kombinationer gennem de to år. Matricen skal derimod bruges som en slags idegenerator for forskellige undervisningsforløb med overordnet fokus på de 7 kompetencemål for faget.

Her er et eksempel på et lille undervisningsforløb, hvor der arbejdes med modelleringskompetencen inden for kernestofområdet makroforhold på 1. semester:

Mål med forløbet: At eleverne kan redegøre for omverdensmodellen, og hvordan den er opbygget. Endvidere at eleverne kan forklare, hvad man skal bruge modellen til, og endelig at de bruge modellen til at forklare om- verdensforholdene for en given virksomhed.

- 1) Redegør for og tegn omverdensmodellen!
- 2) Hvad er forskellen på den afhængige og den uafhængige omverden?
- 3) Hvad bruger man omverdensmodellen til?
- 4) Kan man bruge modellen både til virksomheder og til brancher?
- 5) Hvilke forhold i omverdenen påvirker Kildemoes cykler?

Hjælp: Husk at strukturere dit svar efter strukturen i modellen. Og husk at slutte dit svar af med en eller flere sætninger, hvor du skriver, hvad din konklusion på spørgsmålet er.

Fagets metoder har en central placering i undervisningen, specielt – men ikke kun – i studieområdet. Undervisningen tilrettelægges med bevidst inddragelse af samfundsvidenskabelig metode på et passende niveau – med en stigende progression igennem de to år.

Progression

Progressionen i valg af undervisningsformer indebærer, at elevernes arbejde med afgrænsede afsætningsøkonomiske emner og øvelsesopgaver med entydige løsninger i stigende omfang suppleres med og erstattes af diskussion, casearbejde, virksomhedsspil, projektopgaver og andre arbejdsformer med åbne løsningsmuligheder og flerfaglig tilgang. De forskellige arbejdsformer skal alle medirke til at fremme elevernes evne til at analysere og vurdere afsætningsøkonomiske problemstillinger samt styrke elevernes økonomiske kompetencer.

Man kan arbejde med at opøve elevernes afsætningsøkonomiske kompetencer ved gradvis at lære dem selv at stille gode, relevante spørgsmål til eksempelvis avisartikler. Det at kunne stille spørgsmål, kræver stor viden om afsætningsøkonomiske forhold, da det kræver at man kan ”læse en tekst med afsætningsøkonomiske briller”. Eleverne kan med fordel herefter bytte spørgsmål, og svare på hinandens spørgsmål.

Samarbejde med en virksomhed

Kravet i læreplanen om samarbejde med en virksomhed kan antage mange former, men det vigtige er, at eleverne får en autentisk oplevelse af en virksomhed og dens problemer og udfordringer. Mest optimalt er det at besøge en lokal virksomhed en eller to gange i løbet af uddannelsen og på baggrund heraf arbejde med forskellige opgaver i tilknytning hertil. I sådanne forløb kan eleverne udfordres på alle kompetencer, med special fokus på tankegangskompetencen samt databehandlings- og kommunikationskompetencen. Hvis det af forskellige årsager ikke kan lade sig gøre at arrangere et virksomhedsbesøg, kan man måske få en repræsentant fra en lokal virksomhed eller en iværksætter til at besøge klassen. Specielt nystartede og mindre virksomheder kan ofte have udfordringer med til klassen, f.eks. i form af spørgsmål som: ”Hvilke distributionskanaler vil være

bedst, når vi skal udvide sortimentet?” eller ”Hvilken indtrængningsstrategi kan vi bruge ved eksport til Tyskland?” Eleverne kan arbejde med virksomhedens udfordringer og evt. fremlægge deres løsninger for virksomhedens ledere – skriftligt eller mundtligt. Dansk Industri formidler på deres hjemmeside www.skole.di.dk kontakt til virksomheder over hele landet, der tager imod besøg. Endvidere kan man kontakte det lokale erhvervsråd eller bruge elevernes netværk.

Hvis det er helt umuligt at skaffe kontakt med en virksomhed, må man ty til ”virtuelle” virksomhedsbesøg – enten ved at bruge TV-udsendelser som Krisekuserne o.lign. eller ved at anvende det omfattende casemateriale på tidligere udsendte erhvervs-case CD’er.

Det er endvidere karakteristisk for det sammenhængende forløb, at der er en høj grad af elevstyring, og at eleverne kan arbejde med forskellige problemstillinger inden for virksomheden.

Produktet af arbejdet med virksomheden kan have mange former, men det vil være oplagt at medtænke den skriftlige dimension i arbejdet. Her kan der være tale om alt lige fra et powerpointshow over mindre notater til større rapporter om virksomheden. Læs mere om den skriftlige dimension i næste afsnit. Det er produktet fra det sammenhængende forløb og samarbejdet med virksomheden som er en del af prøvegrundlaget ved den mundtlige prøve, prøveform b.

Forløbet kan med fordel planlægges sammen med undervisningen i virksomhedskonometri – og kan evt. også medtænkes i studieområde del 2.

Skriftligt arbejde

Det er vigtigt at være opmærksom på, at arbejdet med den skriftlige dimension også bør have en central plads i fag, der enten har tildelt lidt eller slet ingen elevtid. Man kan arbejde med den del af skrivningen der hedder ”at skrive for at lære”, altså som en vigtig del af læringen i faget. Det handler om at få eleverne til at formulere sig på skrift om faglige problemstillinger og emner – at få sat deres fagbegreber i spil. Man kan f.eks. bruge refleksionsskrivninger, hvor man kan fokusere på besvarelser af spørgsmål som:

- 1) Skriv ½ side om, hvorfor du syntes, at dette emne er specielt svært.
- 2) Hvilken arbejdsform har jeg lært mest ved gennem den sidste måned.
- 3) Skriv et notat til dig selv, hvor du definerer xx eller yy.

En anden skriftlig øvelse, som kan bruges ved afslutningen af f.eks. en dobbeltlektion om et bestemt emne, er ”min bedste sætning om...”. Eleverne får 5 minutter til at skrive deres bedste sætning om det netop gennemgåede emne. Sætningen skal være syntaktisk korrekt og indeholde så mange fagbegreber som muligt. Bagefter kan udvalgte elever læse deres sætning op, eller evt. vise den på overhead eller lign. som oplæg til en lille diskussion på klassen.

Man kan også arbejde med hurtigskrivning, som er en særlig skriveteknik. Hurtigskrivning er beregnet til at komme i gang med at få skrevet noget om et emne. Hurtigskrivning kendes bedst fra danskundervisningen, men kan bruges i alle fag. Her er det vigtigt, at eleverne gøres opmærksomme på, at de skriver til sig selv, og ikke til læreren, hvilket har betydning for sproget og kravene til sætningsobygning mm.

- 1) Derudover sætter bilag 4 om elevernes studieforberedende skrivekompetencer også en del krav til, hvordan arbejdet med skriftlighed skal foregå. Overordnet er der fokus på følgende studieforberedende skrivekompetencer:
- 2) genrebevidsthed
- 3) sproglig korrekthed
- 4) disposition
- 5) argumentation
- 6) anvendelse af citater, figurer, illustrationer m.v.
- 7) præsentation
- 8) relevante henvisninger, noteapparat og litteraturliste

Samtlige af disse krav er vigtige at medtænke i alle sammenhænge, hvor der arbejdes med skriftlighed i af-sætning. Læs mere om skriftlighed i vejledningen til bekendtgørelsen – specielt under bilag

4.3. Fagsprog

- a) *Undervisningen skal tilrettelægges, således at der arbejdes systematisk med udvikling af elevernes fagsprog og forståelse og anvendelse af fagets terminologi.*
- b) *Undervisningen skal tilrettelægges, så eleverne gradvis opnår en sikkerhed i forståelse og brug af før-faglige begreber.*

4.4. Samspil med andre fag

Undervisningen skal tilrettelægges, så der i perioder arbejdes tværfagligt og drages paralleller til andre fags vidensområder.

Faget har fagligt samspil med humanistiske fag om internationale og tværkulturelle problemstillinger og med øvrige fag om virksomhedens eksport, strategi og logistik, anvendelse af it og problemstillinger omkring erhvervspolitiske forhold og lovgivningsmæssige aspekter. Faget har et stort samspil med sprogfagene, idet en stor del af fagets terminologi er engelsk og dansk, og en stor del af terminologien ikke findes som ord eller begreber på grønlandsk, men kun som uofficielle forklaringer af ordene eller begreberne. Kernestof og supplerende stof skal vælges og behandles, så det bidrager til styrkelse af det faglige samspil med virksomhedsøkonomi B og erhvervs-case B.

Undervisningen tilrettelægges under hensyn til, at tekst- og præsentationsprogrammer skal indgå som naturlige værktøjer i elevernes arbejde med afsætningsøkonomiske opgaver og øvelser. I forbindelse med casearbejde og arbejdet med åbne og virkelighedsnære problemstillinger skal eleverne have adgang til internettet med henblik på mulighed for at søge relevante informationer i centrale databaser.

Faget har som ”obligatorisk fag” på den merkantile studieretning fagligt samspil med humanistiske fag om internationale og tværkulturelle problemstillinger og med øvrige fag om virksomhedens eksport, strategi og logistik, anvendelse af it og problemstillinger omkring erhvervspolitiske forhold og lovgivningsmæssige aspekter.

Faget har et stort samspil med sprogfagene, idet en stor del af fagets terminologi er engelsk og dansk, og at en stor del af terminologien ikke findes som ord eller begreber på grønlandsk, men kun findes som uofficielle forklaringer af ordene eller begreberne.

Kernestof og supplerende stof skal vælges og behandles, så det bidrager til styrkelse af det faglige samspil med de obligatoriske fag virksomhedsøkonomi B og Erhvervs-case B.

Undervisningen tilrettelægges under hensyn til, at tekst- og præsentationsprogrammer skal indgå som naturlige værktøjer i elevernes arbejde med afsætningsøkonomiske opgaver og øvelser. I forbindelse med casearbejde og arbejdet med åbne og virkelighedsnære problemstillinger skal eleverne have adgang til internettet med henblik på mulighed for at søge relevante informationer i centrale databaser.

5. Evaluering

5.1. Løbende evaluering

Gennem individuel vejledning og evaluering opnår eleverne undervejs i det samlede forløb en klar opfattelse af niveauet for og udviklingen i sit faglige standpunkt. Ved evalueringen inddrages aktiviteter, som stimulerer den individuelle og fælles refleksion over udbyttet af undervisningen. Grundlaget for evalueringen skal være læringsmålene.

Taksonomi

Såvel skriftlige som mundtlige prøver knytter sig til et eller flere emner inden for kernestoffet. Såvel den daglige undervisning, som spørgsmålene til den mundtlige prøve bør tage udgangspunkt i nedenstående formuleringsformer, som er struktureret i forhold til Biggs og Collis SOLO- taksonomi (Structure of the Observed Learning Outcome). Biggs og Collis model fokuserer på elevernes udbytte af undervisningen, som det kommer til udtryk i løsningen af bestemte opgaver, snarere end en generel karakterisering af en elevs kognitive niveau (F.eks. som det kommer til udtryk i Blooms taksonomi). Biggs og Collis opererer med 5 niveauer, hvoraf de 3 øverste niveauer er relevante i forhold til undervisningen i afsætning.

Fagens mål er beskrevet som kompetencemål. SOLO-taksonomien giver anvisninger på, hvordan der kan stilles spørgsmål, som på forskellige taksonominiveauer prøver elevernes kompetencer i forhold til de for fagene opstillede mål. Kompetencebegrebet knytter sig på linie med SOLO- taksonomien til udbyttet af undervisningen, som dette kommer til udtryk ved løsningen af forskellige opgaver (Qvortrup, Det lærende samfund, 2001, definerer kompetencer som evnen til at kunne bruge sin viden og færdigheder til at skabe ny viden).

Det multi-strukturelle niveau

På det multi-strukturelle niveau finder vi spørgeformerne: Beregn, karakteriser samt redegør. Eleverne skal kunne behandle kendte problemstillinger med anvendelse af fagets teori i en ny kontekst. Flere data inddrages, men i forhold til afgrænsede og uafhængige problemstillinger. Der stilles krav om skridtvis opgaveløsning. Eleverne skal optimere, beregne, beskrive, karakterisere, redegøre, definere m.fl.

Beregne/illustrere/indtegne/opstille m.fl. -eleverne skal udføre en simpel behandling af afsætningsøkonomiske data. Eleverne skal foretage simple beregninger, opstille tabeller, indtegne eller illustrere ved hjælp af diagrammer eller kurver og derved behandle afsætningsøkonomiske data.

Karakterisere – eleverne skal beskrive væsentlige kendsgerninger omkring en virksomhed og dens markeds-mæssige situation. Eleverne skal med faglige termer beskrive det, der er særpræget ved virksomhed, - en konkurrencemæssig situation eller andre afsætningsøkonomiske forhold.

Redegøre - eleverne skal give en samlet struktureret fremstilling af kendte afsætningsøkonomisk forhold og problemstillinger. Eleverne skal finde de væsentligste elementer i et afsætningsøkonomisk materiale og præsentere disse i struktureret form, således at eleverne viser, at der er foretaget et valg af stoffet under hensyntagen til det stillede spørgsmål eller en given problemstilling. Redegørelse anvendes ofte ved begrebsafklarende spørgsmål, men også i forhold til afklaring af afsætningsøkonomiske problemstillinger.

Det relationelle niveau

På det relationelle niveau finder vi spørgeformerne forklar og analyser. Eleverne skal behandle flere kendte komplekse problemstillinger med anvendelse af flere data og teori fra faget, men i en ny kontekst. Eleverne skal forklare, analysere, sammenligne, kombinere, sammenfatte m.fl.

Forklare - eleverne skal med brug af faglige termer anskueliggøre et komplekst afsætningsøkonomisk forhold, en teori eller en model. En forklaring knytter sig specifikt til et afgrænset forhold og kræver anvendelse af faglig sprogbrug. Forklaringens genstand skal være klart defineret, med høj grad af nuancering. Forklaringen er som udgangspunkt afdækkende i en ny sammenhæng mens redegørelsen er strukturerende i en velkendt sammenhæng.

Analysere -eleverne skal, ved hjælp af fagets metoder og modeller samt gennem undersøgelse og bearbejdning af afsætningsøkonomisk information udarbejde en systematisk fremstilling af en afsætningsøkonomisk problemstilling.

Analysens formål er at anvende metoder, modeller og teori, som redskaber til at undersøge og af-dække afsætningsøkonomiske problemstillinger, det vil sige, at der er knyttet et "hvorfor" til analysen. I afsætning vil en analyse ofte beskæftige sig med, hvordan afsætningsøkonomiske begivenheder påvirker virksomheden, og hvilke konsekvenser det kan have for virksomheden.

Det udvidede abstrakte niveau

På det udvidede abstrakte niveau finder vi spørgeformerne diskuter, perspektiver og vurder. Eleverne skal behandle nye komplekse problemstillinger med anvendelse af teori. Eleverne skal forholde sig reflekterende, generalisere, udvikle, vurdere, syntetisere m.fl.

Diskutere – eleverne skal belyse en afsætningsøkonomisk problemstilling ved at sætte forskellige synspunkter og argumenter op over for hinanden, som fortrinsvis er fagligt funderede.

Der vil være tale om at opstille argumenter og synspunkter op over for hinanden. En diskussion munder ikke nødvendigvis ud i en konklusion men har sin primære betydning via argumentationen og dennes kvalitet, det vil sige den interne logik/konsistens. Eleverne skal vise, at de kender forskel på at forholde sagligt og loyalt til et materiale og at forholde sig subjektivt til materialet.

I en diskussion er eleverne ikke afskåret fra at fremsætte personlige synspunkter eller holdninger, men det skal ske som resultat af en belysning af synspunkter og argumenter. Herved kan eleverne bidrage med deres egne velbegrundede synspunkter og argumenter.

Vurdere - eleverne skal ud fra faglige kriterier tage stilling til, hvordan undersøgte afsætningsforhold må forventes at påvirke virksomhedens udvikling.

Vurderingen betoner de faglige kriterier i en stillingtagen til et afsætningsøkonomisk forhold. Det er vigtigt, at eleven benytter fagets faglighed som en central del af vurderingen og derved legitimerer vurderingen og dens gyldighed. Vurderingens primære formål er ikke at tilkendegive synspunkter eller holdninger, men synspunkter eller holdninger kan komme til udtryk som resultat af en fagligt velbegrundet vurdering.

Perspektivere- eleverne skal tage stilling til konsekvenserne af en begivenhed set i et internationalt forbruger- og virksomhedsmæssigt perspektiv.

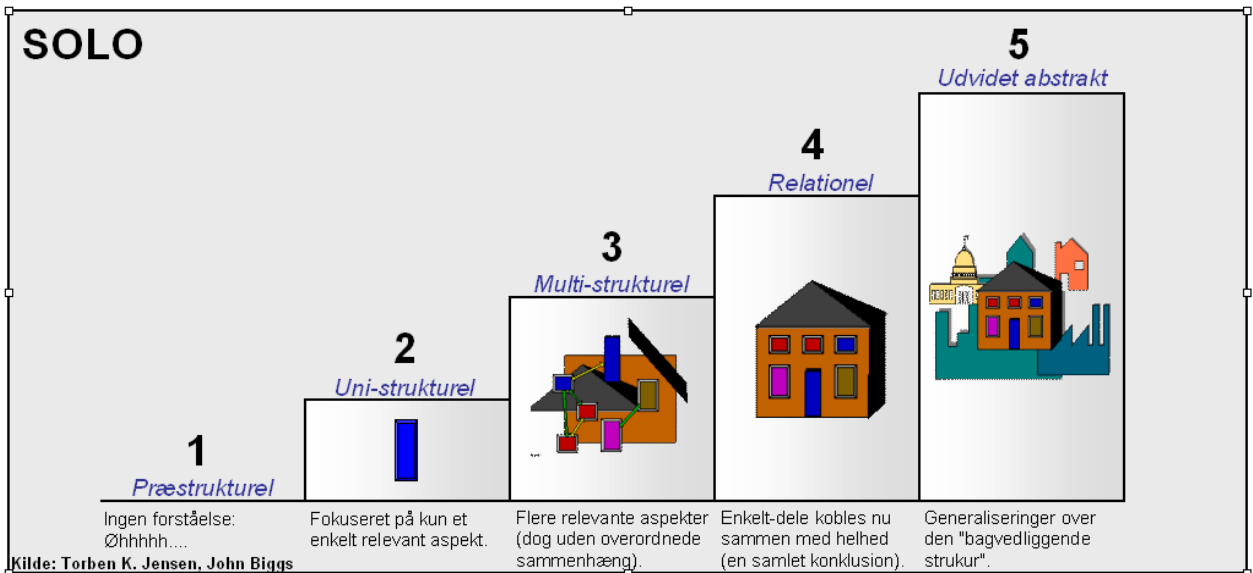
I perspektivering forventes eleverne at kunne redegøre for, hvilke konsekvenser en afsætningsøkonomisk problemstilling kan tænkes at have i fremtiden eller i en bredere sammenhæng f. eks fra det lokale til det nationale, eller fra det nationale til det globale. Der kan også være tale om nye muligheder, udfordringer eller trusler der åbner sig som konsekvens af en behandlet problemstilling. Eleverne bør overveje, hvilke problemstillinger der ligger i forlængelse af den behandlede problemstilling.

Det er vigtigt at inddrage betydningen af de forskellige spørgeformer aktivt i undervisningen, så eleverne opnår en klar fornemmelse af forskellen i det forventede svar, når de bliver bedt om eksempelvis at redegøre eller diskutere.

SOLO Taksonomien (SOLO 1-5)



- "Structure of the Observed Learning Outcome"
- A framework for understanding "understanding":



Arbejdsgruppen

SOLO: Liste over verber (kompetencer)

FEB 18, 2007 [4]

5.2. Prøveformer

Skolen vælger for den enkelte klasse en af følgende to prøveformer:

Prøveform a

Mundtlig prøve på grundlag af opgaver med et ukendt, autentisk tekstmateriale af et omfang på to til tre sider med ca. fire spørgsmål i tilknytning hertil.

Der gives ca. 60 minutters forberedelsestid og eksaminationstiden er ca. 30 minutter pr. eksaminand.

Eksaminationen former sig som en samtale mellem eksaminand og eksaminator med udgangspunkt i eksaminandens besvarelse af de stillede spørgsmål.

Prøveform b

Mundtlig prøve på grundlag af dels elevens dokumentation fra det sammenhængende undervisningsforløb jf. punkt 4,2, dels opgaver med et ukendt, autentisk tekstmateriale af et omfang på en til to normalsider med ca. tre spørgsmål i tilknytning hertil.

Der gives ca. 60 minutters forberedelsestid, og eksaminationstiden er ca. 30 minutter pr. eksaminand..

Eksaminationen er todelt. Første del består af eksaminandens præsentation af arbejdet med virksomheden i det sammenhængende undervisningsforløb suppleret med uddybende spørgsmål fra eksaminator. Anden del tager udgangspunkt i det ukendte tekstmateriale med de tilhørende spørgsmål og former sig som en samtale mellem eksaminand og eksaminator. Eksaminationstiden fordeles ligeligt mellem de to dele.

Prøveform a)

Mundtlig prøve på grundlag af et ukendt, autentisk tekstmateriale af et omfang på to til tre sider med ca. fire spørgsmål i tilknytning hertil. Prøvematerialet samt en beskrivelse af det sammenhængende undervisningsforløb sendes til censor forud for prøvens afholdelse.

Eksaminationstiden er ca. 30 minutter pr. eksaminand. Der gives ca. 60 minutters forberedelsestid.

Eksaminationen former sig som en samtale mellem eksaminand og eksaminator med udgangspunkt i eksaminandens besvarelse af de stillede spørgsmål.

Et prøvemateriale må højst anvendes ved tre eksaminationer på samme hold.

Prøveform b) Det anbefales at denne prøveform anvendes. Mundtlig prøve på grundlag af dels et sammenhængende undervisningsforløb, dels et ukendt, autentisk tekstmateriale af et omfang på én til to normalsider med ca. tre spørgsmål i tilknytning hertil. Prøvematerialet samt en beskrivelse af det sammenhængende undervisningsforløb sendes til censor forud for prøvens afholdelse.

Eksaminationstiden er ca. 30 minutter pr. eksaminand. Der gives ca. 60 minutters forberedelsestid.

Eksaminationen er todelt.

Første del består af eksaminandens præsentation af arbejdet med virksomheden i det sammenhængende undervisningsforløb suppleret med uddybende spørgsmål fra eksaminator.

Anden del tager udgangspunkt i det ukendte tekstmateriale med de tilhørende spørgsmål og former sig som en samtale mellem eksaminand og eksaminator.

Eksaminationstiden fordeles ligeligt mellem de to dele.

Et prøvemateriale må højst anvendes ved tre eksaminationer på samme hold.

5.3. Bedømmelseskriterier

Bedømmelsen af eksaminandens præstation er en vurdering af, i hvor høj grad eksaminanden er i stand til at opfylde læringsmålene. Der gives én karakter ud fra en helhedsbedømmelse.

Vejledende karakterbeskrivelser

Nedenstående er vist en vejledende karakterbeskrivelse for Afsætning B for karaktererne A, C og E.

Beskrivelsen er udarbejdet med udgangspunkt i læreplanens læringsmål og bedømmelseskriterier.

A	Fremragende	Fremlæggelsen er velstruktureret og formidles med sikker anvendelse af afsætningsfaglige fagudtryk. Eksaminanden demonstrerer omfattende kendskab til det aktuelle fagområde og sætter med faglig sikkerhed ukendt materiale i relation til kendte problemstillinger. Eksaminanden analyserer og vurderer fagligt kvalificeret resultater fra afsætningsmæssige problemstillinger. Eksaminanden kan både forklare modeller og analysere og forklare figurer omhandlende afsætningsøkonomiske sammenhænge med ingen eller få uvæsentlige mangler. Eksaminanden kan perspektivere sin afsætningsmæssige viden og inddrage samfundsmæssige og etiske aspekter.
C	God	Fremlæggelsen er sammenhængende og formidles med anvendelse af afsætningsøkonomiske fagudtryk. Eksaminanden demonstrerer godt kendskab til det aktuelle fagområde og kan i rimelig grad sætte ukendt materiale i relation til kendte problemstillinger. Eksaminanden inddrager i rimelig grad afsætningsøkonomiske metoder og resultater fra eksperimenteret arbejde. Eksaminandens forklaring af modeller samt analyse og forklaring af figurer omhandlende afsætningsøkonomiske sammenhænge indeholder adskillige mangler. Eksaminanden per-

		spektiverer i rimelig grad sin afsætningsmæssige viden og inddrager samfundsmæssige og etiske aspekter.
E	Tilstrækkelig	Fremlæggelsen er noget usammenhængende. Eksaminandens anvendelse af afsætningsøkonomiske fagudtryk er usikker. Eksaminandens kendskab til det aktuelle fagområde er præget af adskillige væsentlige mangler og ukendt materiale sættes kun i mindre grad i relation til kendte problemstillinger. Eksaminanden kan i mindre grad analysere og vurdere resultater fra afsætningsmæssige sammenhænge. Eksaminandens forklaring af modeller samt analyse og forklaring af figurer omhandlende afsætningsøkonomiske sammenhænge er usikker og mangler præcision og væsentlige mangler forekommer. Eksaminanden perspektiverer i begrænset omfang sin afsætningsøkonomiske viden og inddrager samfundsmæssige og etiske aspekter.

Paradigmatiske eksempler

I dette afsnit er angivet en række eksempler på, hvordan arbejdet med kernestoffet og det supplerende stof kan tilrettelægges i faget. Der er vist eksempler på såvel korte som længere forløb, lige- som der er angivet eksempler på enkeltfaglige undervisningsforløb og forløb, som anvender et fler- fagligt perspektiv på undervisningen.

Eksempler på forløb inden for faget

Segmentering	
Formål	Formålet med forløbet er at give eleven indsigt i og forståelse af brug af en segmenteringsmodel på konsumentmarkedet. Endvidere trænes eleverne i systematisk gennemførelse af segmenteringsprocessen. Endelig er formålet at give eleverne indsigt i sammenhængen mellem segmentering, målgruppevalg og virksomhedens kommunikation.
Mål	Eleven skal kunne <ul style="list-style-type: none">• gennemføre segmentering og vurdere virksomhedens valg af målgruppe• analysere og vurdere virksomhedens kommunikation, herunder specielt direct marketing
Kernestof	<ul style="list-style-type: none">• Segmentering og målgruppevalg• Direct marketing og CRM
Supplerende stof	<ul style="list-style-type: none">• Mosaic segmenteringsmodellen
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Fra deduktiv til induktiv læring <ul style="list-style-type: none">• Læreroplæg om segmenteringsteori med efterfølgende klasses Diskussion• Pararbejde ved PC med udgangspunkt i Mosaic-segmenteringsmodel Miniprojekt omkring et konkret produkt – segmentering, målgruppevalg og ideer til direct mail kampagne
Arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Klasseundervisning• Pararbejde ved PC• Miniprojekt
It	Brug af PC med internetadgang i forbindelse med pararbejde, opgaveløsning og projektarbejde
Produktform	Faglig skrivning
Tilrettelæggelse af forløbet	Forløbet omfatter 6-10 timer enten i sammenhæng eller fordelt på flere dage. Forløbet tænkes gennemført på første eller andet år.
1) Læreroplæg	Læreren gennemgår teorien bag segmentering og de enkelte faser i segmenteringsprocessen med efterfølgende klasses Diskussion. Endvidere arbejdes der med en ”belastningsprøve” af hvert segment f.eks. med udgangspunkt i SMUKT-modellen for at finde de(t) mest profitable segment(er) og dermed de(n) ønskede målgruppe(r).
2) Øvelser på klassen	Eleverne løser mindre opgaver og/eller cases om segmentering ud fra følgende skabelon: <ul style="list-style-type: none">a) Hvorfor segmentering?b) Hvem er konsumenten?c) Gennemfør segmentering ved hjælp af relevante segmenteringskriterierd) Udvælg en eller flere relevante målgrupper (SMUKT-kriterier)e) Test målgrupperne rent kommercielt

<p>Temadag 1</p>	<p>3. Mosaic-segenteringsmodel Når eleverne har et basalt kendskab til segmenteringsprocessen, arbejdes der videre med at få en dybere indsigt i segmentering med udgangspunkt i Mosaic-segenteringsmodellen. Eleverne får en kort indføring i programmet. Mosaic er et brugervenligt program, der ikke kræver særlige forudsætninger. Eleverne inddeles i grupper på 2, der gennemføres en række øvelser ved PC'en som pararbejde. Først sætter eleverne sig ind i Mosaic-håndbogen, der kan findes på Post Danmarks hjemmeside (www.postdanmark.dk – under menupunktet erhverv). Der arbejdes med følgende segmenteringskriterier i Mosaic: alder, bopæl, nationalitet, husstandsstørrelse, familie- og husstandstyper, boligform, indkomst, løn, uddannelse og region. Udover at give indblik i Mosaic-segenteringsmodellen beskriver websitet også de forskellige trin i en direct mail kampagne. Der kan stilles en opgave med tjekspørgsmål til eleverne, så de kommer rundt i Mosaic-håndbogen. Når eleverne har opnået fortrolighed med programmet, kan de i grupper arbejde med nogle af de cases, der ligger på hjemmesiden. Et antal cases udvælges og grupperne kan evt. arbejde med forskellige cases.</p>
<p>Temadag 2</p>	<p>4. Mini-projekt I sidste del af forløbet arbejder grupperne med konkrete produkter – hvor der vælges et eller flere relevante segmenter, der foretages et målgruppevalg og der arbejdes med tilrettelæggelse af og ideer til direct marketing kampagner.</p>
<p>Evaluering</p>	<p>Tjekopgave i Mosaic-håndbogen Faglig skrivning omkring et konkret produkt – segmentering, målgruppevalg og ideer til direct mail kampagne.</p>

Virksomhedsportræt og informationssøgning

Formål	Formålet med forløbet er, at eleverne lærer at anvende teorier og begreber fagligt korrekt ved beskrivelse og analyse af en virksomhed. Desuden skal eleverne arbejde med informationssøgning som en integreret del af beskrivelsen af virksomheden.
Mål	Eleverne skal kunne <ul style="list-style-type: none"> • Beskrive og analysere en virksomhed ved hjælp af faglige begreber og teorier • Indsamle og anvende relevant information til analysearbejdet
Kernestof	<ul style="list-style-type: none"> • Informationssøgning • Virksomhedens interne og eksterne forhold • Konkurrenceforhold • Målgruppebeskrivelse • Strategisk planlægning
Supplerende stof	<ul style="list-style-type: none"> • Avisartikler, statistikker og hjemmesider • Evt. regnskabsanalyse
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Casepædagogik på baggrund af en mindre case med et antal spørgsmål
Arbejdsformer	Der arbejdes i starten af forløbet individuelt med casematerialet, herefter i grupper med beskrivelsen og analysen af virksomheden. Fremlæggelse af væsentlige problemfelter eller muligheder på klassen.
It	Internettet og relevante databaser anvendes til informationssøgning. Specielt www.sdfs.dk , hvor eleverne kan hente supplerende artikler om virksomheden og branchen. Derudover tekstbehandling samt et præsentationsprogram.
Produktform	Kildefortegnelse samt mundtlig fremlæggelse af udvalgte dele af virksomhedsportrættet.
Tilrettelæggelse af forløbet	Forløbet planlægges til at ligge på tredje semester af det tre-årige forløb, således at eleverne har et grundlæggende teoretisk fundament til beskrivelsen af virksomheden.
Forslag til casemateriale	www.ceres.dk www.bryggeriforeningen.dk Statistik fra DST om ølforbruget i Danmark Artikler: Interessen for øl er stærkt stigende, Jyllands-Posten 4. december 2004 Royal-mærket øger dansk salg, Jyllands-Posten 19. november 2004 Strategiplan løfter Bryggerigruppen, Berlingske Tidende 12. januar 2004
	Afhængig af de konkrete krav til opgaven samt casens sværhedsgrad sættes der 6-10 timer af til forløbet. Eleverne præsenteres for casen, som f.eks. kan bestå af en mellemstor dansk virksomheds hjemmeside suppleret med tre-fire artikler om virksomheden. Evt. en artikel om branchen eller konkurrencesituationen. Desuden angives hvor eleverne kan hente yderligere relevant materiale, f.eks. konkurrenters hjemmesider, brancheforeningen, Danmarks statistik, Købmandsstandens Oplysning Bureau mm. Eleverne supplerer selv med yderligere materiale til brug for virksomhedsportrættet. Besvarelsen skal indeholde et "kvalificeret" virksomhedsportræt med følgende punkter (afhængig af, hvor meget eleverne har lært!) <ul style="list-style-type: none"> • Omverdensanalyse • Virksomhedens ide • Værdikædeanalyse • SWOT-analyse • Virksomhedens generiske strategi • Konkurrenceforholdene på markedet
	Eleverne udarbejder en kildefortegnelse samt stikord til en præsentation, som fremlægges på klassen.
Evaluering	Eleverne evalueres på deres mundtlige fremlæggelse samt deres evne til at indsamle relevant materiale. (Kildefortegnelsen)

Købsadfærd og marketingmix

Formål	Formålet med forløbet er at give eleverne en forståelse af sammenhængen mellem købsadfærdsanalysen og virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation. Endvidere er formålet at tydeliggøre, at virksomheden løbende arbejder med marketingmixet, da virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation er løbende processer og ikke statiske parametre.
Mål	Eleverne skal såvel i et nationalt som internationalt perspektiv kunne: <ul style="list-style-type: none"> - analysere købsadfærden på konsumentmarkedet - vurdere virksomhedens valg af målgrupper analysere og tage stilling til virksomhedens produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation.
Kernestof	<ul style="list-style-type: none"> • Købsadfærd • Målgruppevalg • Marketingmix
Supplerende stof	Forløbet tager udgangspunkt i konkrete virksomheder, f.eks. Kims, Sonofon, Danske Bank eller en international virksomhed. Forslag til casevirksomheder kan findes i f.eks. <i>B2C Super-brands 2004</i> , der ofte medtager et historisk perspektiv, eller på de ledende reklamebureauers hjemmesider, f.eks. www.kunde.dk , www.bates.dk eller www.normik.dk
Tilrettelæggelse	
Arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none"> • Læreroplæg om den teoretiske sammenhæng mellem købsadfærd, valg af målgruppe samt marketingmix • Gruppearbejde og gruppefremlæggelser
Produktform	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppepræsentation • Individuel faglig skrivning
It	Informationssøgning på internettet, brug af casevirksomhedens hjemmeside
Tilrettelæggelse af forløbet	<p>Forløbet placeres i forårssemesteret på hh2, hvor eleverne begynder at danne sig et overblik over sammenhængen mellem de enkelte stofområder i faget. Forløbet kan afvikles som 3 temadage eller henlægges til den daglige undervisning i en periode på f.eks. 2-3 uger.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eleverne udarbejder først en analyse af købsadfærden dækkende det valgte produktområde, f.eks. forbrugerens valg af mobiltelefonudbydere. Herefter vurderer gruppen, hvordan købsadfærden har ændret sig gennem de sidste 3-5 år. 2. Dernæst analyseres målgruppevalg og marketingmixet hos en betydende udbydere på markedet (f.eks. Sonofon). Det analyseres og vurderes, hvordan virksomheden har arbejdet med valg af målgruppe, og med udgangspunkt heri hvordan virksomheden har arbejdet med produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation over en periode på 2-3 år. 3. Til sidst vurderer gruppen sammenhængen mellem købsadfærden og virksomhedens marketingmix og om der er behov for yderligere tilpasning af marketingmixet med udgangspunkt i købsadfærdsanalysen. Endelig perspektiverer gruppen, hvordan den valgte virksomhed i de kommende år vil arbejde videre med produktudvikling, prisfastsættelse, distribution og kommunikation f.eks. i lyset af ændrede forhold i virksomhedens fjernmiljø, konkurrencesituation eller andet.
Evaluering	Eleverne evaluerer hinandens gruppefremlæggelser. Forløbet afsluttes med, at eleverne individuelt reflekterer over den teoretiske sammenhæng mellem de tre hovedemner i form af faglig skrivning over emnet.

Eksempler på tværfaglige forløb

E-commerce	
Formål	Formålet med emneforløbet er at undersøge e-handels udbredelse og muligheder med udgangspunkt i konkrete virksomheders valg af internettet som distributionskanal.
Mål	<p><i>Fra afsætning:</i> Eleverne skal kunne</p> <ul style="list-style-type: none"> - anvende viden om virksomhedens interne og eksterne forhold til at diskutere virksomhedens strategiske planlægning, specielt distributionsstrategi <p><i>Fra engelsk:</i> Eleverne skal kunne</p> <ul style="list-style-type: none"> - anvende viden om erhvervsrelaterede forhold i Storbritannien og USA til analyse og perspektivering af aktuelle forhold - skriftligt formulere forskellige teksttyper, herunder oversættelser, resumeer, interne og eksterne forretningsmeddelelser og længere, selvstændige fremstillinger af komplekse problemstillinger og emner
Kernestof	<p><i>Fra afsætning:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - metoder til informationsindsamling og -behandling - E-business - omverdensmodel, værdikæde og SWOTanalyse. <ul style="list-style-type: none"> - konkurrencemæssige fordele, Bostonmodellen, generisk strategi, Ansoff's vækstmatrix og distributionsstrategi
Supplerende stof	<p><i>Fra engelsk:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - faglige tekster og nyhedstekster, der behandler emner inden for marketing, international økonomi, kultur og samfundsforhold - almene og erhvervsrelaterede kommunikationsformer - centrale tekster, der tilsammen giver et portræt af det moderne Storbritannien og USA omfattende historiske, kulturelle, samfundsmæssige og erhvervsrelaterede forhold
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Forløbet tager udgangspunkt i det induktive princip, idet eleverne arbejder projektorienteret med emnet
Arbejdsformer	Gruppearbejde
Studiemetoder	<ul style="list-style-type: none"> • Faglig skrivning • Gruppearbejdsformen • Gruppepræsentationer, herunder responsgivning
It	Informationssøgning på internettet
Tilrettelæggelse af forløbet	Forløbet omfatter 4 sammenhængende temadage af 5 timer.
Temadag 1	Eleverne inddeles i grupper og vælger en virksomhed, der helt eller delvis sælger deres varer via internettet. Der udarbejdes i fællesskab med læreren en problemformulering dækkende det teoriapparat, som eleverne vil analysere og vurdere den valgte virksomhed ud fra. Det er vigtigt, at eleverne gør sig klart, hvilke muligheder og begrænsninger e-handel giver den valgte virksomhed i sammenligning med konkurrenterne. Eleverne kan evt. arbejde ud fra en analyseskabelon, som lærerne præsenterer og gennemgår. Faglig skrivning
Temadag 2	Der udarbejdes en synopsis på engelsk dækkende hovedelementerne i analysen.
Temadag 3	Der udarbejdes en powerpoint præsentation til brug for den mundtlige fremlæggelse. De sidste lektioner på temadag 3 bruges desuden til udarbejdelse af mundtlige opponentindlæg.
Temadag 4	Grupperne fremlægger deres powerpoint præsentationer dækkende virksomhedsanalysen. Opponentgrupperne giver respons til gruppen umiddelbart efter fremlæggelsen.
Evaluering	Synopsen, den mundtlige fremlæggelse, opponentindlægget samt det sproglige niveau evalu-

Segmentering og moderne tekster

Formål	Formålet med forløbet er, at eleverne skal kunne anvende viden om segmentering og målgruppevalg med særlig vægt på livsstil i afsætning B sammenholdt med at kunne analysere og tolke moderne tekster i dansk, således at der laves et tværfagligt forløb i afsætning og dansk.
Mål	<i>Fra afsætning</i> Eleverne skal kunne: indsamle, analysere og vurdere interne og eksterne informationer til brug for segmentering og samt kunne vurdere valg af målgruppe. <ul style="list-style-type: none">• udarbejde og gennemføre en markedsanalyse• analysere og forholde sig til forskellige livsstilsanalyser• opstille målgruppestrategi <i>Fra dansk</i> Eleverne skal kunne analysere, vurdere og perspektivere udvalgte moderne tekster. Det kan fx være forskellige journalistiske genrer i aviser, tidsskrifter og ungdomsblade eller virksomheders hjemmesider, politiske partiers materialer eller blade som Samvirke, Ud&Se eller Isabella.
Kernestof	<ul style="list-style-type: none">• Informationsindsamling• Segmentering og målgruppevalg• Mini-Risk modellen eller Gallup Kompass• Målgruppestrategi• Virksomhedens marketingmix
Supplerende stof	<ul style="list-style-type: none">• Tekstanalyse• Billedanalyse
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Fra deduktiv til induktiv læring. Gennemgang af afsætningsøkonomisk og dansk teori i klassen, hvorefter eleverne arbejder projektorienteret. Eleverne arbejder i grupper med læreren/lærerne som vejleder(e). Der lægges vægt på vejledning i hele forløbet.
Arbejdsformer	<ul style="list-style-type: none">• Klasseundervisning• Gruppearbejde• Virksomhedsbesøg/gæstelærer
Produktform	Synopsis, rapport eller dansk stil
Studiemetoder	<ul style="list-style-type: none">• Gå i dybden med et/flere fagområder• Informationssøgning• Formidling af fagligt stof• Faglig skrivning• Tværfaglighed
It	Informationssøgning via diverse databaser, links. Et spørgeskemaprogram og PowerPoint bør inddrages.
Tilrettelæggelse af forløbet	Individuelt hvor mange timer der afsættes. Blok-/flexdage kan evt. anvendes for at gennemgå stof i en koncentreret periode med henblik på at intensivere forløbet.
Temadag 1	Teori gennemgås i læringsrum enten ved lærer og/eller elevgennemgang af teoretiske begreber og modeller i begge fag.

<p>Temadag 2-3</p>	<p>Eleverne inddeles i grupper og tildeles samme eller forskellige danske tekster, som behandles i forhold til danskfagets terminologi. Teksterne sættes herefter i relation til relevante afsætningsemner med særlig vægt på segmentering og livsstil. Eleverne har mulighed for at supplere/udvide betragtningerne fagene i mellem.</p> <p>Kan evt. kombineres med dataindsamling, hvor relevante analysemetoder inddrages. Eleverne forbereder præsentation af materiale vha. PowerPoint, der præsenteres og gennemgås i klasserummet, hvorefter oplæg diskuteres og evalueres i klassen. Der kan evt. vælges opponentgrupper.</p> <p>Danskdelen af forløbet kan evt. afleveres som dansk stil.</p>
<p>Evaluering</p>	<p>Tværfaglig forløb og faglig skrivning.</p>

Reklameanalyse

Formål	Det er formålet med forløbet at eleverne arbejder med reklameanalyse set fra flere forskellige synsvinkler. Undervisningen i dansk, afsætning og markeds kommunikation bidrager
Mål	<p><i>Fra afsætning:</i> Med udgangspunkt i en specifik reklame skal eleverne kunne vurdere virksomhedens kommunikation i forhold til en valgt målgruppe og virksomhedens øvrige strategi.</p> <p><i>Fra dansk:</i> Eleverne skal kunne analysere en reklame, herunder redegøre for reklamens retoriske (sprogliche og argumentatoriske) og æstetiske opbygning, virkemidler og budskab</p> <p><i>Fra markeds kommunikation:</i> Eleverne skal kunne anvende viden om medier og kommunikation til at diskutere indhold og udformning af et budskab</p>
Kernestof	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • Branding
Supplerende stof	<ul style="list-style-type: none"> • Reklameanalyse • Budskabsudformning • Medier
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Der arbejdes selvstændigt med analyse af en eller flere aktuelle trykte eller elektroniske reklamer som det centrale omdrejningspunkt i de tre fag
Arbejdsformer	Læreroplæg Eleverne arbejder i grupper med hver deres reklame. Der lægges op til en høj grad af selvstændighed i arbejdet. Klassediskussion på baggrund af synopsis
Produktformer	Der udarbejdes en kort synopsis med hovedpunkter i reklameanalysen.
It	Internettet – virksomhedens hjemmeside – bruges til at skaffe yderligere informationer om
Tilrettelæggelse af forløbet	Forløbet planlægges til at vare 5 timer
1½ time	Der arbejdes indledningsvis med læreroplæg om kommunikation og forskellige måder, hvorpå virksomhederne kan få sit budskab ud til målgruppen. Sammenhængen til det overordnede marketingmix inddrages. Eleverne inddrages i grupper og vælger enten selv eller bliver tildelt en eller flere reklamer. Der arbejdes videre på klassen i grupper med reklamens udformning set i relation til øvrige oplysninger om virksomhedens marketingmix. Bøgerne Superbrands 2003 og 2004 hjemmesiden www.kunde.dk kan være
2½ time	Der arbejdes med analyse af reklamen med udgangspunkt i en gennemgang af teorien bag det gyldne snit og AIDA-modellen. I dansk arbejdes med billedanalyse (komposition, perspektiv, skygger, farver, symbolik mm.) samt sproglig analyse (argumenttyper, sprog- handlinger m.m.). Eleverne udarbejder i grupper en kort synopsis med relevante
1 timer	Synopsen danner baggrund for en klassediskussion.
Evaluering	Synopsen samt den mundtlige præstation i forbindelse med klassediskussion

Case: The Cameron Balloons Virtual Factory

Formål	Formålet med caseforløbet er at give eleverne en forståelse af virksomhedsbegrebet, herunder hvordan en virksomhed fungerer, og hvordan samspejlet er mellem de enkelte afdelinger i en virksomhed. Endvidere har caseforløbet til formål at give eleverne indsigt i virksomhedens strategivalg.
Mål	<p><i>Fra afsætning:</i> Eleverne skal kunne anvende viden om virksomhedens interne og eksterne forhold til at diskutere virksomhedens strategiske planlægning.</p> <p><i>Fra virksomhedsøkonomi:</i> Eleverne skal kunne redegøre for en virksomheds økonomiske styring i en markedsorienteret sammenhæng, herunder diskutere virksomhedens strategiske muligheder.</p> <p><i>Fra engelsk:</i> Eleverne skal kunne anvende viden om samfundsmæssige og erhvervsrelaterede forhold i Storbritannien til analyse og perspektivering af aktuelle forhold.</p>
Kernestof	<ul style="list-style-type: none"> • Interne og eksterne forhold • Strategisk planlægning
Supplerende stof	<ul style="list-style-type: none"> • Økonomistyring • Samfunds – og erhvervsforhold i Storbritannien • Materialer om “The Cameron Balloons Virtual Factory”
Tilrettelæggelse	
Didaktik	Forløbet kan tilrettelægges som et egentligt caseforløb, hvor eleverne med udgangspunkt i casematerialet i grupper selv definerer problemområder, som de ønsker at arbejde med. Lærerne fungerer her som vejledere. En anden mulighed er at gøre brug af de opgaver, der findes i casen, således at forløbet i højere grad bliver lærerstyret. Det må afhænge af, hvor træne eleverne er i casemetoden, af deres engelsk kompetencer og hvor i uddannelsen forløbet tænkes placeret.
Arbejdsformer	Gruppearbejde med udgangspunkt i casen
Produktformer	Grupperne udarbejder en PowerPoint præsentation, der viser de problemstillinger, gruppen har analyseret og analyseresultatet.
It	Da casen er it-baseret bruges internettet direkte i hele forløbet. Desuden inddrages IT i forbindelse med udarbejdelse af produktet.
Tilrettelæggelse af forløbet	Forløbet tilrettelægges som et flerfagligt forløb, hvor afsætning indgår på lige fod med virksomhedsøkonomi og engelsk. Caseforløbet tager udgangspunkt i en internetcase om The Cameron Balloons Virtual Factory, der er bygget op som en virtuel virksomhed. Link til den virtuelle virksomhed kan findes på www.infoguide.dk eller direkte på www.bized.ac.uk/virtual/cb . Casen er en beskrivelse af en virksomheds forskellige funktioner, herunder design, indkøb, produktion, marketing og økonomi. Ud over selve virksomhedsbeskrivelsen findes der i casematerialet både teori-afsnit og worksheets. F.eks. findes der under marketing-afsnit om <i>market segmentation</i> , <i>marketing mix</i> og <i>product life cycle</i> . Forløbet kan have et omfang af 2 temadage. Eleverne inddeles i grupper og arbejder selvstændigt med at identificere relevante problemstillinger, der analyseres og præsenteres f.eks. i PowerPoint.
Evaluering	Grupperne fremlægger deres præsentation for klassen på engelsk. Der kan evt. arbejdes med opponentgrupper.

Øvrige ideer til undervisningsforløb

A) Metoder til informationsindsamling og –behandling:

Forløbet ligger relativt tidligt i forløbet. Der arbejdes med et meget kort og kompakt forløb, som kan have karakter af forelæsning om formålet med markedsanalyse. Det følges op af eksempler på, hvordan man kan arbejde videre med området i de andre stofområder. Det vigtigste er fokus på informationsindsamling i alle fagets stofområder. Der arbejdes med små forståelsesopgaver til opøvelse af terminologien inden for markedsanalyse. Der lægges op til integration i efterfølgende forløb i faget evt. sammen med matematik og virksomhedsøkonomi.

Deltagende fag kan være: Afsætning, virksomhedsøkonomi, statistik, matematik

B) Virksomheden og samfundet

Med udgangspunkt i en beskrivelse af en bestemt periode i Danmark, f.eks. 50'erne og en bestemt egn, f.eks. Sønderjylland, Odense, Lolland arbejdes der med relevante historiske emner fra regionerne. Toneangivende lokale og nationale virksomheder inddrages som en vigtig faktor i forhold til dagligdagen i den valgte periode og egn. Der arbejdes med forskellige problemstillinger som ændrede brancheforhold, konkurrenceforhold, markedsføring og disses betydning for samfundets udvikling. Der kan tages udgangspunkt i et afsnit fra serien "Krøniken" eller "Matador".

Deltagende fag kan være: Afsætning, samtidshistorie, dansk.

C) Pris

Med udgangspunkt i eksemplet "Pris" i studieområdet del 1 arbejdes der med et tilsvarende tværfagligt forløb på andet år. Der skal være en bevidst progression i valg af såvel arbejdsformer som indhold. Prisstrategier for nye produkter og for eksisterende produkter inddrages og sammenhængen til virksomhedens distribution, kommunikation og produktudvikling diskuteres. I virksomhedsøkonomi arbejdes der med kalkulationer af optimal pris samt forskellige simuleringer.

Deltagende fag kan være: afsætning, virksomhedsøkonomi og matematik.

D) Innovation og virksomheders konkurrenceevne

Virksomheder kan vælge at konkurrere på lave priser eller på produktgenskaber. Sidstnævnte strategi kræver innovation i virksomheden. Der arbejdes med begrebet konkurrenceevne, og hvilken betydning innovation har for en virksomheds konkurrenceevne. Forskellen på markedsdrev og prisdrev innovation diskuteres på klassen med udgangspunkt i en case om to forskellige virksomheder.

Deltagende fag kan være: Afsætning, innovation, design og virksomhedsøkonomi.

E) Virksomheden og samfundet

Med udgangspunkt i en beskrivelse af en bestemt periode i Danmark, f.eks. 50'erne og en bestemt egn, f.eks. Sønderjylland, Odense eller Lolland, arbejdes der med relevante historiske emner fra regionerne. Toneangivende lokale og nationale virksomheder inddrages som en vigtig faktor i forhold til dagligdagen i den valgte periode og egn. Der arbejdes med forskellige problemstillinger som ændrede brancheforhold, konkurrenceforhold, markedsføring og disses betydning for samfundets udvikling. Der kan tages udgangspunkt i et afsnit fra serien "Krøniken" eller "Matador".

Deltagende fag kan være: Afsætning, samtidshistorie, dansk.

F) Growth strategies and globalisation

Relevante teorier gennemgås på dansk og engelsk: Ansoff's vækstmatrix, organisk vækst, e-commerce, konkurrenceforhold, SWOT-analyse og regnskabsanalyse. Der arbejdes med virksomheder, som i disse år må træffe vigtige beslutninger om deres fremtid i lyset af globaliseringen: Tesco, Cadbury, Anheuser Busch, Levi's.

Deltagende fag kan være: Afsætning, virksomhedsøkonomi og engelsk.