

| | |
|-------------------------------|---|
| Introduktion | I dette forløb er der fokus på virksomhedens strategiske position. I forløbet får eleverne blandt andet indsigt i, hvordan forskellige markeder fungerer? Herunder forskellige konkurrenceforhold, hvordan virksomheden kan opnå en større markedsandel, hvordan virksomheden kan vækste, og hvordan virksomheden kan få skabt en bæredygtig strategi. Forløbet afsluttes med et virksomhedsbesøg samt prøveeksamen i kapitel 1 og 2. |
| Emne: | - konkurrenceforhold, positionering, valg af konkurrence- og vækststrategi |
| Periode: | 14 lektioner á 70 min. |
| Kernestof: | - konkurrenceforhold, positionering, valg af konkurrence- og vækststrategi |
| Det valgfrie kernestof | - Startupvirksomheden - Den bæredygtige virksomhed - Den social økonomiske virksomhed |
| Faglige mål: | - demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder - anvende viden og kundskaber om en virksomheds konkurrenceforhold til at undersøge og diskutere virksomhedens marketing mix og strategiske muligheder - indgå i en faglig dialog og kunne diskutere erhvervsøkonomiske problemstillinger - diskutere erhvervsøkonomiske problemstillinger i fagligt samspil med andre fag - strukturere og formidle empirisk og teoretisk materiale både mundtligt og skriftligt. |

| Modul nr. | Læringsmål | Indhold og arbejdsformer | Lektier og materialer |
|------------------|--|---|---|
| 1. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvad betyder begrebet strategi? - Hvordan kan markedets karakteriseres - Hvad er formålet med SWOT-analysen | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Læreroplæg om virksomhedens strategiske arbejde. 3. Opgave om markedet og Kastbergs Gourmet-is. 4. Opsamling på tavlen. 5. Med udgangspunkt i figur 2.1 og 2.2 gennemgår eleverne i par | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 61-66.</p> <p>Maleriale:</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | <p>formålet med SWOT-analysen. De skal ligeledes finde 3 faktorer, som kan være en styrke for en given virksomhed, 3 faktorer som kan være en svaghed for en given virksomhed, 3 faktorer som kan være en mulighed for en given virksomhed samt tre faktorer som kan være en trussel for en given virksomhed.</p> <p>6. Kort fælles opsamling. 7. Opgave om SWOT-analysen og Kastbergs Gourmet-is.</p> | <p>For Joachim er hobbyen med is blevet til levevej. Tvmidtvest.dk. 22.6.2022.</p> <p>Velkommen til Kastbergs Gourmet-Is</p> |
| 2. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formålet med TOWS-analysen? - Hvordan kan virksomheden anvende TOWS-analysen i det strategiske arbejde. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet 2. Gennemgang af opgaven om SWOT-analysen og Kastbergs Gourmet-is. 3. Læreroplæg om TOWS-analysen 4. Gruppearbejde om SWOT-analysen/TOWS-analysen. Klassen inddeles i grupper på 3-4 personer. 5. Præsentationer 6. Kahoot om SWOT-analysen og TOWS-analysen. | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S.66-67.</p> <p>Maleriale:</p> <p>Opgave om SWOT-analysen/TOWS-analysen.</p> |
| 3. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling</p> |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Formålet med STEEPL-analysen. - Hvordan hænger STEEPL-analysen sammen med SWOT-analysen. | <ol style="list-style-type: none"> 2. Stationslæring om STEEPL-analysen. 3. Kort fælles opsamling på STEEPL-analysen. I den forbindelse forklares, hvordan STEEPL-analysen og SWOT-analysen hænger sammen. 4. Opgave om STEEPL og Hummel. 5. Kort fælles opsamling. | <p>Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S.67-69</p> <p>Materiale:</p> <p>Printe spørgsmålene til stationslæring om STEEPL-analysen.</p> <p>Hummel når rekordsalg: Buldrer afsted. Børsen 2.6.2022.</p> <p>Hummel øger effektivitet med robotter. Børsen 2.6.2022.</p> <p>https://www.hummel.dk/presse</p> |
| 4. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurrenceformerne på markedet - Virksomhedens position på markedet | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Hvem bliver dagens PEST-analyse vinder? I par skal eleverne placere forskellige ord ift. faktorerne i PEST-analysen. 3. Læreroplæg om konkurrenceformer og markedspositioner. 4. Pararbejde om opgaven om danske festivaler. 5. Matrixarbejde om Frellsen. På klassen ses programmet: Kaffe- og chokoladefirma solgte engang bolsjer, fisk og burgere: Nu fylder Frellsen 125 år. TV2lorry.dk. 8.4.2022. Gruppe 1 | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 69-72.</p> <p>Materiale:</p> <p>Printe øvelse til PEST-analysen festivalkits.dk</p> <p>Kaffe- og chokoladefirma solgte engang bolsjer, fisk og burgere: Nu fylder Frellsen 125 år - Viljen til Succes TV 2 Lorry</p> |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | <p>udarbejder en SWOT-analyse for Frellsen. Gruppe 2 undersøger Frellsens forretningsmodel. Gruppe 3 undersøger Frellsens værdikæde. Gruppe 4 undersøger Frellsens position på marked. Præsentationerne uploades i klassens ”fællesmappe” fx OneNote.</p> | <p>Frellsen - Kaffe og Chokolade siden 1897</p> |
| 5. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positioneringskortet - Porters five forces | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Opsamling på matrixarbejdet. 3. Klasseværelset anvendes som et stort positioneringskort, hvor eleverne skal flytte sig alt efter, hvor de mener produktet placerer sig. Hvert hjørne i klassen repræsenterer et af felterne i positioneringskortet. Eleverne skal tage stilling til følgende virksomheders positionering: <ul style="list-style-type: none"> - IKEA - Apple - Djurs Sommerland - Frellsen <p>Positioneringskortet tegnes på tavlen og de relevante pointer skrives på tavlen.</p> 4. Undervisningsdifferentiering – eleverne vælger selv om de vil | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 72-76.</p> <p>Maleriale:</p> <p>McDonalds i storstilet sats på kaffe som nyt vækstben (fodevarewatch.dk)</p> <p>Peter Larsen Kaffe (mcdonalds.com)</p> <p>Mere end to ud af fem drikker morgenkaffe (cooanalyse.dk)</p> <p>Coronapandemien skaber nye kaffevaner Circle K (ritzau.dk)</p> |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | | <p>blive i klassen og få gennemgået Porters Five Forces eller om de arbejder med casen om to-go-kaffe. Eleverne der arbejder med to-go-kaffe skal fremlægge deres resultater for de andre elever. Eleverne som har fået gennemgået materialet af læreren, stiller kritiske faglige spørgsmål til opgaven om to-go-kaffe.</p> <p>5. Kort opsamling. Hvad er svært ved Porters Five Forces?</p> | |
| 6. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porters konkurrencestrategier - Blue Ocean Strategy | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Quiz og byt om Porters konkurrencestrategier. 3. Kort opsamling på spørgsmål om Porters Konkurrencestrategier. 4. Pararbejde om Wally and Whiz. Relevante pointer skrives på tavlen. 5. Læreroplæg om Blue Ocean Strategy 6. Individuelt arbejde om Blue Ocean strategy og LuggageHero. | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 77-82.</p> <p>Materiale:</p> <p>Printe Quiz og byt spørgsmål til Porters konkurrencestrategier.</p> <p>Video: Wally and Whiz EY Entrepreneur of the Year. 21.8.2019.</p> |
| 7. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boston Consulting Group | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Opsamling på om opgaven om Blue Ocean strategy. | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling</p> |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Ansoffs vækstmatrice | <ol style="list-style-type: none"> 3. Kort gennemgang af BCG på tavlen. 4. BCG tegnes på tavlen. Herefter skal eleverne undersøge McDonalds produkt portefølje ud fra BCG og skrive svarerne på tavlen. 5. Tjek-på-lektionen. Kahoot om Ansoffs vækstmatrice. 6. Matrixarbejde om Ansoffs og en valgfri virksomhed | <p>Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 82-86.</p> <p>Materiale:</p> <p>Opgave om Ansoff og en valgfri virksomhed.</p> |
| 8. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ansoffs vækstmatrice | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Præsentation af matrixarbejdet. 3. Casearbejde om Sony og Ansoffs vækstmatrice. 4. Gennemgang af opgaven om Sony på tavlen. 5. Skriveøvelse - hvad har I lært. | <p>Materiale:</p> <p>Case om Sony</p> |
| 9. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forskellen på intern og ekstern vækst | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Quiz og byt om begreber om intern. og ekstern. 3. Opsamling på begreberne om intern og ekstern vækst. De begreber som eleverne har haft svært ved gennemgås på tavlen. Anvend evt. power-point fra hjemmesiden. 4. Casearbejde om starbucks. | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 86-90.</p> <p>Materiale:</p> <p>Print spørgsmålene til quiz og byt</p> <p>Evt. anvend power-point om intern og ekstern vækst</p> |

| | | | |
|--------|---|---|--|
| | | 5. Fælles opsamling | Case: Starbucks. |
| 6. | <p>Eleverne skal I dette modul opnå en forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR - Den tredobbelte bundlinje | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduktion til modulet. 2. Læreroplæg om CSR og den tredobbelte bundlinje. 3. Case om CSR og IKEA 4. Introduktion til virksomhedsbesøget. | <p>Lektie: Luk virksomheden op! Af Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen. Forlaget Columbus. 3. udgave S. 90-93.</p> <p>Materiale: IKEA</p> |
| 11-12. | Virksomhedsbesøg | <p>I forbindelse med virksomhedsbesøget har eleverne fokus på forskellige dele af læreplanen.</p> <p>Gruppe 1 skal undersøge virksomhedens forretningsmodel</p> <p>Gruppe 2 skal undersøge styrker og svagheder ved virksomhedens værdikæde</p> <p>Gruppe 3 skal udarbejde en SWOT-analyse for virksomheden</p> <p>Gruppe 4 skal undersøge virksomhedens position på markedet</p> <p>Gruppe 5 skal undersøge konkurrencesituationen på markedet</p> | |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| | | <p>Gruppe 6 skal undersøge virksomhedens vækstmuligheder</p> <p>Gruppe 7 skal undersøge virksomhedens CSR-strategi.</p> | |
| 13. | Præsentationer af undersøgelserne fra virksomhedsbesøget. | Eleverne skal i dette modul fremlægge deres undersøgelser fra virksomhedsbesøget. | |
| 14. | Prøveeksamen i de kapitel 1 og 2 | | <p>Materiale:</p> <p>Bilag A: Peter Vang Christensen er årets ejerleder: “Min far havde en gammeldags ledelsesstil med kæft, trit og retning. Måske har han nu lært lidt af min måde at gøre tingene på”. Børsen.17.12.2021.</p> <p>Bilag B: Ejerleder går i offensiven efter rekordsalg: Vil fordoble plantekædes butikker og nå milliarder. Børsen. 29.3.2022.</p> |