

Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	December 2025
Institution	Kolding HF & VUC
Uddannelse	HF
Fag og niveau	Erhvervsøkonomi C
Lærer(e)	Emma Hansen
Hold	eøC 2508

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Iværksætter
Titel 2	Strategi
Titel 3	Marketing
Titel 4	Organisation
Titel 5	Regnskab
Titel 0	Projektforløb

Titel 1	Iværksætteri
Indhold	Kernestof: Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). <i>LUK VIRKSOMHEDEN OP!</i> (3. udg.). Forlaget Columbus. • 1.2: Iværksætteri - hvordan får iværksætteren den gode idé? • 1.3: Hvad er innovation? • 1.5: Virksomhedens idé, mission, SMART objectives og vision • 1.6: Hvilken forretningsmodel skal iværksætteren vælge? • 1.6 Deleøkonomi som forretningsmodel • 1.6 Cirkulær økonomi Supplerende stof: • Forklar mig lige. (2018). Business Model Canvas dansk. YouTube.
Omfang	3,5 moduler (7 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokus-punkter	Styrespørgsmål: • Hvad er iværksætteri? • Hvad er forskellen mellem invention, innovation og diffusion? • Hvad er en forretningsmodel og Business Model Canvas? • Hvordan omsættes vision, mission og værdier til konkrete handlinger i form af ”SMART”-målsætninger?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, matrixøvelser, casearbejde, kahoot og skema 1 ”Iværksætteri” ifm. eget projekt og egen virksomhed.

Titel 2	Strategi
Indhold	Kernestof: Lerche, S. H. (2018) <i>Virksomhedens verden</i> (1. udg.). Systime. • 5.1 Omverdensforhold • 5.2 Efterspørgselsforhold • 6.1 Strategisk evaluering: SWOT • 6.2 Konkurrencestrategi • 6.3 Vækststrategi Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). <i>LUK VIRKSOMHEDEN OP!</i> (3. udg.). Forlaget Columbus. • 2.2: Hvordan kan markedet karakteriseres? • 2.3: SWOT-analysen • 3.8 Porters generiske konkurrencestrategier • 3.9 Positioneringskortet
Omfang	4,5 moduler (9 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokus-punkter	Styrespørgsmål: • Hvad er interne og eksterne forhold i SWOT, og hvordan kan PEST bruges til at forklare de eksterne forhold? • Hvad er Ansoffs vækstmatrice? • Hvad er Porters generiske strategier? • Hvordan bruges positioneringskortet? • Hvad betyder "markedsandel", og hvordan beregnes den? • Hvordan hænger markedsformer og markedsandel sammen?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, matrixøvelser, casearbejde, kahoot og skema 2 "Strategi" ifm. eget projekt og egen virksomhed.

Titel 3	Marketing
Indhold	Kernestof: Lerche, S. H. (2018) <i>Virksomhedens verden</i> (1. udg.). Systime. • 2.3 Hvem? Kunder og kundebehov • 6.4 Efterspørgselsbaseret prissætning • 6.4 Marketingstrategi Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). <i>LUK VIRKSOMHEDEN OP!</i> (3. udg.). Forlaget Columbus. • 3.2 Forbrugernes sociale købsmotiver • 3.2 Købstyper • 3.3 Segmenteringskriterier • 3.4: Er branding vigtig for en virksomhed? • 3.7: Hvad er den rigtige pris? • 3.8: Place (Distribution) på B2C-markedet • 3.9: Promotional mix Supplerende stof: • Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. • Cphbusiness. (2023). Få helt styr på AIDA-modellen på kun 3 minutter. YouTube. • Danske Love. (2022). Markedsføringsloven. Danske Love. § 6 og § 10. • Influentnævnet. (2022). Etiske retningslinjer for influenter. • Institut for kundetyper. (2025). Forskellen mellem Emotionelle Kundetyper og traditionelle segmenteringsværktøjer. YouTube. • Jensen, R. K. (2025). 13 unikke McDonalds-burgere, du kun kan prøve i udlandet. Mandekogebogen DK. • Marketing91. (2019). What is Glocalization? Globalization vs Glocalization with examples of Apple and McDonald's. YouTube. • Rold, M. (2020). Farvernes psykologi. Interfacedesign – fra idé til digital prototype (1. udg.). Samfundslitteratur. S. 181-182. • TasteAtlas. (2025). World Food Atlas: Discover 18506 Local Dishes & Ingredients. • Wisler Poulsen, M. (2020). Farver. Designprincipper – fra idé til digital bruger-grænseflade (1. udg.). Samfundslitteratur. S. 40-41. • Wisler Poulsen, M. (2020). 80/10-princippet. Designprincipper – fra idé til digital brugergrænseflade (1. udg.). Samfundslitteratur. S. 120–121.
Omfang	5 moduler (10 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokus-punkter	Styrespørgsmål: • Hvad er marketingmix og de 4 P'er? • Hvad er "pris" og efterspørgselsbaseret prissætning

	• Hvad er ”produkt”, og hvordan hænger det sammen med branding og brand equity? • Hvad er ”promotion”, og hvordan bruges segmentering og persona til at effektivisere denne? • Hvordan anvendes forskellige marketingværktøjer til promotion? (fx print-, earned media-, loyalty-, e-mail-, social media-, influencer- og SEO) • Hvad er ”place”, og hvordan kan AIDA-modellen anvendes til at styrke distribution og retail marketing?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, matrixøvelser, casearbejde, kahoot og skema 3 ”Marketing” ifm. eget projekt og egen virksomhed.

Titel 4	Organisation
Indhold	Kernestof: Lerche, S. H. (2018) <i>Virksomhedens verden</i> (1. udg.). Systime. • 3.2 Den formelle struktur: Myndighed og ansvar • 3.3 Den uformelle struktur: Virksomhedskulturen • 3.4 Ledelsesopgaver • 3.6 Situationsbestemt ledelse Daniel Golemans seks ledelsesstile Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). <i>LUK VIRKSOMHEDEN OP!</i> (3. udg.). Forlaget Columbus. • 5.5 Den funktionelle organisationsstruktur • 5.5 Matrix-strukturen • 6.3 Interkulturel ledelse - Hofstede: Skal alle ledes ens? • 8.1 Hvad er motivation? • 8.3 Herzbergs to-faktor-teori • 8.7 Hvad påvirker stressniveauet? Supplerende stof: • Forklar mig lige. (2013). Herzbergs motivationsteori. YouTube. • Hofstede Insights. (2023). Country Comparison Tool. • Lights OnData. (2018). The Difference Between Digitization, Digitalization, and Digital Transformation. YouTube. • Royakkers, L., Timmer, J., Kool, L., & van Est, R. (2018). Societal and ethical issues of digitization. Springer. S. 138 (Table 1).
Omfang	3,5 moduler (7 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokus-punkter	Styrespørgsmål: • Hvad er indre og ydre motivation? • Hvad er vedligeholdelsesfaktorer og motivationsfaktorer ifølge Herzbergs to-faktor-teori? • Hvorfor kræver forskellige kulturer og situationer forskellige ledelsesstile ifølge Hofstede og Goleman? • Hvad er en formel organisationsstruktur? • Hvordan forklarer Edgar Scheins kulturanalysemodel den uformelle organisationsstruktur? • Hvordan understøtter organisationsudvikling vækst? • Hvilke etiske risici er forbundet med digitisering, digitalisering og digital transformation?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, matrixøvelser, casearbejde, kahoot og skema 4 "Organisation" ifm. eget projekt og egen virksomhed.

Titel 5	Regnskab
Indhold	Kernestof: Lerche, S. H. (2018) <i>Virksomhedens verden</i> (1. udg.). Systime. • 4.1 Årsrapport og regnskabsanalyse • 4.2 Resultatopgørelsens hovedposter • 4.3 Balancens hovedposter • 4.4 Oversigt: Centrale nøgletal Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). <i>LUK VIRKSOMHEDEN OP!</i> (3. udg.). Forlaget Columbus. • 2.7 Virksomhedsformer • 5.2 Virksomhedens interessenter Supplerende stof: • REMA 1000 DANMARK A/S - Horsens - Regnskab
Omfang	2,5 moduler (5 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokus-punkter	Styrespørgsmål: • Hvordan viser virksomhedsformen sig i kravene til startkapital og regnskabsklasse (A, B, C, D)? • Hvad betyder ubegrænset og begrænset hæftelse? • Hvad er formålet med en årsrapport? • Hvilken rolle spiller resultatopgørelsen og balancen i årsregnskabet? • Hvad viser årets resultat om den økonomiske bæredygtighed? • Hvad indebærer regnskabsanalyse? • Hvordan beregnes centrale nøgletal (overskudsgrad, likviditetsgrad og soliditetsgrad), og hvad viser de om virksomhedens økonomi?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, matrixøvelser, casearbejde og kahoot.

Titel 0	Projektforløb
Indhold	Kernestof: Etablering af egen (fiktive) virksomhed
Omfang	Indarbejdet løbende i modulerne, suppleret med 10 fordybelsestimer.
Særlige fokus-punkter	Formålet med projektforløbet og skemaerne er: • at skabe en rød tråd i projekterne • at overføre den teoretiske viden fra undervisningen til egne virksomheder • at give underviser mulighed for at følge med i processen og støtte undervejs
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt/gruppearbejde og skema 1, skema 2, skema 3 og skema 4.