Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	December 2026
Institution	Kolding HF & VUC
Uddannelse	HF
Fag og niveau	Erhvervsøkonomi C
Lærer	Ani Melkonyan
Hold	eøC 2608

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Iværksætteri
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). *LUK VIRKSOMHEDEN OP!* (3. udg.). Forlaget Columbus. ❖ 1.7: Virksomhedens idé, vision, mission og SMART-målsætninger. ❖ 1.8: Hvilken forretningsmodel skal iværksætteren vælge? ❖ 1.9: Oplevelsesøkonomi ❖ 1.10: Socialøkonomiske virksomheder ❖ 1.11: Deleøkonomi som forretningsmodel ❖ 1.12: Cirkulær økonomi

	Supplerende stof: ❖ Business model canvas - https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s https://www.dr.dk/drtv/se/loevens-hule_-nye-loever-indtager-hulen_424453
Omfang	6 moduler (12 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokuspunkter	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, øvelser, case arbejde, quiz og Projektforløb (skema 1) ” Iværksætteri ifm. Eget projekt og egen virksomhed.

Titel 2	Strategi
Indhold	Kernestof: Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). *LUK VIRKSOMHEDEN OP!* (3. udg.). Forlaget Columbus. ❖ 2.1 Hvad er en strategi? ❖ 2.2 Hvordan bliver strategien en succes? (SWOT-analyse) ❖ 2.3 Fra SWOT-analysen til strategiske beslutninger (TOWS) ❖ 2.4 Hvordan påvirker de eksterne faktorer virksomheden? (Omverdensmodellen) ❖ 2.5 Hvordan er konkurrencen på markedet? (konkurrenceformer, Porters Five Forces). ❖ 2.6 Hvordan kan virksomheden skabe en konkurrencemæssig fordel? (Porters konkurrencestrategier) ❖ 2.8 Hvordan positionerer virksomheden sig? (Positionering, positioneringskort). ❖ 2.11 Hvordan kan virksomheden vækste? (Ansoffs vækstmatrice). Supplerende stof: ❖ 2.11 Ekstern vækst ❖ 1.2 Hvordan kan markedet karakteriseres? (markedsandel, vækstrate) https://lvo.ibog.forlagetplenum.dk/?id=573

Omfang	7 moduler (14 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokuspunkter	Styrespørgsmål: ❖ Hvad er interne og eksterne forhold i SWOT, og hvordan kan omverdensmodellen bruges til at forklare de eksterne forhold? ❖ Hvordan kan man lave strategiske beslutninger baseret på faktorer i SWOT via TOWS-analysen? ❖ Hvad er Porters Five Forces? ❖ 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, øvelser, casearbejde, quiz og Projektforløb (skema 2) ” Strategi” ifm. Eget projekt og egen virksomhed.

Titel 3	Marketing
Indhold	Kernestof: Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). *LUK VIRKSOMHEDEN OP!* (3. udg.). Forlaget Columbus. ❖ 3.1 Hvad er marketing? ❖ 3.2 Hvad påvirker kundernes købsbeslutning på B2C-markedet? (Købsadfærdstyper, købstyper, købsmotiver) ❖ 3.3 Hvem skal virksomheden sælge til? (Segmenteringskriterier) ❖ 3.4 Hvorfor er branding vigtig for en virksomhed? (Brand, brandværdi) ❖ 3.5 Virksomhedens marketing-mix - 7 P’er ❖ 3.6 Hvilke produkter skal virksomheden tilbyde? (Produktsortiment) ❖ 3.7 Hvad er den rigtig pris? (efterspørgsel, prisfølsomhed) ❖ 3.8. Place (Distribution, distributionskanaler) på B2C-markedet ❖ 3.9 Promotion - hvordan skaber virksomheden opmærksomhed? (Promoveringsstrategi) ❖ 3.10 Promotional mix (AIDA)
Omfang	8 moduler (16 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokuspunkter	Styrespørgsmål: ❖ Hvad er marketingsmix og de 4 P’er (7 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 til at effektivisere denne? ❖ Hvordan anvendes forskellige marketingsværktøjer til promotion? (Fx. print-, earned media-, loyalty-, e-mail-, social media-, influencer). ❖ 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, øvelser, casearbejde, quiz og projektforløb (skema 3” Marketing” ifm. Eget projekt og egen virksomhed.

Titel 4	Organisation
Indhold	Kernestof: Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). *LUK VIRKSOMHEDEN OP!* (3. udg.). Forlaget Columbus. ❖ 5.1 Hvad er en organisation? ❖ 5.5 Fordele og ulemper ved forskellige organisationsstruktur (den funktionelle organisationsstruktur, matrixstrukturen) ❖ 6.3 Ledelsesformer - hvordan leder du? ❖ 6.4 Andre ledelsesformer - teamledelse og værdibaseret ledelse (Interkulturel ledelse- Hall og Hofstede: Skal alle ledes ens?) ❖ 6.6 Hvad er motivation? ❖ 6.8 Behovsteorierne - Herzbergs to-faktor-teori Supplerende stof: Lerche, S. H. (2018) Virksomhedens verden (1. udg.). Systime. ❖ 3.4 Ledelsesopgaver ❖ 3.3 Den uformelle struktur: Virksomhedskulturen ❖ 3.6 Situationsbestemte ledelse - Daniel Golemans seks ledelsesstile. Forklar mig lige. (2013). Herzbergs motivationsteori. YouTube. Lights OnData. (2018). The Difference Between Digitization, Digitalization, and Digital Transformation. YouTube.
Omfang	2 moduler (4 lektioner á 45)
Særlige fokuspunkter	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, øvelser, casearbejde, quiz og skema 4 "Organisation" ifm. eget projekt og egen virksomhed

Titel 5	Regnskab
Indhold	Kernestof: Telling Jepsen, M. L., & Heding, S. K. (2022). *LUK VIRKSOMHEDEN OP!* (3. udg.). Forlaget Columbus. ❖ 4.1 Hvad indeholder virksomhedens årsrapport? ❖ 4.2 Virksomhedens omsætning, faste og variable omkostninger ❖ 4.4 Resultatopgørelsen - har virksomheden tjent penge i løbet af et år? ❖ 4.5 Balancen - hvad har virksomheden investeret i, og hvordan har den finansieret det? ❖ 4.7 Sammenhæng mellem resultatopgørelsen og balancen ❖ Regnskabsanalyse Supplerende stof: ❖ 1.9 Virksomhedsformer
Omfang	2 moduler (4 lektioner á 45 minutter)
Særlige fokuspunkter	Styrespørgsmål: ❖ Hvad er formålet med årsrapport? ❖ Hvilken rolle spiller resultatopgørelsen og balancen i årsregnskabet? ❖ Hvad indebærer regnskabsanalyse?

	❖ Hvordan beregnes centrale nøgletal (overskudsgrad, likviditetsgrad og soliditetsgrad), og hvad viser de om virksomhedens økonomi? ❖ Hvordan viser virksomhedsformen sig i kravene til startkapital og regnskabsklasse (A, B, C, D)? ❖ Hvad betyder ubegrænset og begrænset hæftelse?
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning (med slides) kombineret med individuelt/gruppearbejde, øvelser, casearbejde, quiz m.m.

Titel 0	Projektforløb
Indhold	Kernestof: Etablering af egen (fiktive) virksomhed
Omfang	Indarbejdet løbende i modulerne, suppleret med 10 fordybelsestimer.
Særlige fokuspunkter	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