

Studieplan for marketinglinjen på Handelsgymnasiet Vestfyn 2015-2018

Studieretningen henvender sig især til personer som har lyst til at arbejde kreativt med nye ideer og innovation i virksomheder samt med de muligheder, de digitale medier giver i en markedsføringsmæssig sammenhæng fx i reklamebranchen.

Studieretningen giver således en god ballast til videregående studier som markedsføringsøkonom, multimediedesigner, journalist eller international virksomhedskommunikation.

Studieretningsfag

Studieretningsfagene er afsætning på A-niveau, innovation på B-niveau og multimedie på C-niveau.

I afsætning A arbejdes der med virksomheders forhold i den nationale og internationale omverden og herunder virksomhedens markedsføringsmæssige beslutninger fx udformning af produkt, prisfastsættelse, salgskanaler og reklameindsats. Eleverne får viden om strategi, købsadfærd, markedsanalyse, markedskommunikation og afsætningsledelse. Faget tager udgangspunkt i eksisterende virksomheder og deres udfordringer og muligheder på det nationale og globale marked.

I innovation B er der fokus på 2 overordnede aspekter af innovation. Det første aspekt er arbejdet med etablering af egen virksomhed. Et centralt omdrejningspunkt i forståelsen af en iværksætters etableringsarbejde sker gennem deltagelse i Company Programme arrangeret af Fonden for Entreprenørskab. Det andet aspekt er eksisterende virksomheders arbejde med innovation og deres fokus på selve ideudviklingsfasen og styringen af denne. Eleverne skal fx besøge eksisterende virksomheder for at analysere virksomhedens arbejde og strategi inden for innovation.

I multimedie C arbejdes der med en teknisk, en kommunikationsteoretisk og en æstetisk vinkel på multimedier. Der arbejdes med forskellige typer af websites og informationssystemer på DVD, online og apps. Elevernes skal fx analysere eksisterende websites og producere egne multimedieprodukter på forskellige platforme fx computer, mobiltelefoner og tv/radio.

Samspil mellem fagene

I forbindelse med elevernes deltagelse ved Company Programme i innovation B knyttes de tre studieretningsfag særdeles tæt sammen. Etableringen af en elevvirksomhed er en tværfagligdisciplin. Afsætning A bidrager med centrale markedsundersøgelser i forbindelse med vurdering og afdækning af behov ved de fundne ideer. I forlængelse af dette bidrager multimedie C med indhold og opbygning af en kommunikationsplatform for den etablerede elevvirksomhed.

I dansk A og multimedie C gennemføres et undervisningsforløb med produktion af nyheder til tv og internet. Forløbet afvikles i samarbejde med en ekstern part med ekspertise indenfor moderne tv-produktion.

Mål

Gennem det 3-årige uddannelsesforløb skal eleverne opnå en række kompetencer både på det faglige, almene og personlige område. En udvikling af disse kompetencer har som formål at forberede eleverne til en videregående uddannelse ved de højere læreranstalter, således at overgangsfrekvensen til disse uddannelsesinstitutioner øges. Udviklingen af disse kompetencer skal således sikre, at den enkelte elev er fagligt og personligt rustet til at kunne håndtere overgangen fra gymnasiet til de videregående uddannelser.

Uddannelsen skal sikre, at eleven opnår den nødvendige faglige kompetence, som opbygges via det faglige indhold i undervisningen og valg af arbejdsmetoder. Her kan bl.a. nævnes projektarbejdsformen, hvor der stilles store krav til elevernes evne til problemløsning og fordybelse i et stofområde. Det flerfaglige samarbejde er med til at styrke denne kompetence.

Undervisningsplan for studieretningsforløbet

2. semester:

På 2. semester får eleverne en generel introduktion til faget innovation B, og introduceres til centrale grundbegreber og personer. Desuden arbejdes der med iværksætteri i Danmark. Endvidere introduceres eleverne til idegenereringsteknikker bl.a. med det formål at opnå en afklaring på produkt/serviceydelse i relation til Company Programme.

I afsætning arbejdes der med emnerne strategisk planlægning, internationaliseringsteori, makroforhold og udbudsforhold.

I slutningen af 2. semester gennemføres der en studietur til Berlin. Studieturen indgår som en del af studieområdet del 1.

3. og 4. semester:

I innovation B arbejdes der på 3. semester videre med idegenereringsteknikker bl.a. i et fagligt samspil med multimedie C, hvor der også arbejdes med storyboard. På 4. semester arbejdes der i innovation B med forretningsplan i relation til eksamensprojektet i faget.

I multimedie C arbejdes der på 4. semester med SEM (Google Adwords og Facebook), SEO (søgemaskineoptimering) og grafisk annonceproduktion. Der inddrages så vidt muligt gæstelærere bl.a. fra Fynske Medier.

I afsætning A arbejdes der på 3. semester med efterspørgselsforhold og metode, hvor der bl.a. arbejdes med markedsanalyseprocessen i samspil med multimedie C (Google) og innovation B. På 4. semester arbejdes der med en virksomheds markedsføringsplan på nationalt niveau, hvor de sociale medier skal inddrages. Forløbet afvikles i samarbejde med multimedie C.

I slutningen af 3. semester skal hver elev udarbejde en studieretningsopgave i en flerfaglig problemstilling fra studieretningsfagene afsætning A og innovation B. Eleven kan vælge mellem to forskellige problemformuleringer udarbejdet af lærerne.

Hver elev skal besvare en større skriftlig opgave i fagene dansk eller samtidshistorie eller i begge fag. Eleven vælger selv det/de fag, som opgaven skal skrives i, og valget skal foretages senest 6 uger inden afleveringstidspunktet. Opgaven tildeles 15 elevtimer. Elevens faglærer/faglærere er vejleder på opgaven, og i fællesskab indkredser de en problemformulering inden for det valgte emneområde senest 2 uger inden afleveringstidspunktet. Faglæreren/-lærerne bedømmer opgavebesvarelsen. Opgaven skal indeholde en analyse og perspektivering. Formålet med opgaven er dels at styrke de faglige mål og dels at skabe progression i arbejdet med større skriftlige opgaver. Produktet kan foreligge skriftligt eller på multimedier.

Samfagligt arbejdes der i slutningen af 3. semester og på 4. semester med faget erhvervs-case (afsætning A og virksomhedsøkonomi B). Faget tager udgangspunkt i en række beskrivelser af aktuelle danske virksomheders situation, hvor eleverne ved brug af faglig viden og modeller fra fagene skal analysere virksomhederne, udvælge centrale problemstillinger og udarbejde relevante løsningsforslag til de givne problemstillinger. Eleverne arbejder i grupper og skal på baggrund af deres analyse og vurdering udarbejde en synopsis, der danner grundlag for en efterfølgende mundtlig eksamen. I forbindelse med udviklingen af elevernes mundtlige udtryksfærdighed og formidlingsevne vil der på 4. semester blive fulgt op på arbejdet med den retoriske arbejdsproces.

På 4. semester gennemføres der en studietur. Formålet med studieturen er at give eleverne yderligere viden og praktisk kendskab til nogle af de emner, som henholdsvis studieretningsfag og obligatoriske fag arbejder med på 3. og 4. semester.

5. og 6. semester:

På 5. semester arbejdes der i innovation B med innovation i eksisterende virksomheder, herunder brugerdriven innovation.

På 5. og 6. semester arbejdes der i afsætning A med efterspørgselsforhold og marketingmix på det internationale marked med det formål at kunne udarbejde en international markedsføringsplan.

På 6. semester tilrettelægges undervisningen i afsætning A med et sammenhængende forløb, som tager udgangspunkt i et samarbejde med en virksomhed. Forløbet afvikles i samarbejde med innovation B.

Det internationale område omfatter fagene international økonomi, samtidshistorie, dansk og fremmedsprogene engelsk og spansk. På 5. semester har eleven mulighed for at afvikle hele det internationale område eller en del af det internationale område på forlagt undervisning i udlandet, blandt andet USA, Kina, Spanien og Irland.

På 6. semester skal hver elev udarbejde et studieretningsprojekt. Studieretningsprojektet skal skrives inden for et emne/tema, således at der indgår et studieretningsfag på A-niveau (afsætning A) og et fag på mindst B-niveau (et obligatorisk fag, et valgfag eller et studieretningsfag). Udgangspunktet for studieretningsprojektet er således det valgte emne/tema, hvorefter fagvalget finder sted.

Studiemetoder og skriftligt arbejde

Det skriftlige arbejde på studieretningen planlægges således, at elevernes arbejde fordeles jævnt over uddannelsens 2½ år og på de enkelte semestre. I planlægningen er der tilstræbt progression i såvel valg af arbejdsformer som produktformer. Mht. arbejds- og produktformer opnås progressionen på følgende måde:

Der arbejdes med relativt bundne øvelser i starten, og disse bliver afløst af opgaver af en mere åben og problemløsende karakter.

Der sker en ændring i karakteren af det skriftlige arbejde fra løsning af mindre opgaver til udarbejdelse af synopsis og rapportskrivning.

Der stilles øgede krav til elevernes ordforråd, grammatiske indsigt og omfanget af opgaven.

Der stilles øgede krav til elevernes håndtering af forskellige genrer f.eks. analyseopgaver, essays, e-mail samt virksomhedens interne og eksterne kommunikation.

Der stilles øgede krav til elevernes selvstændighed og ansvarlighed i forbindelse med valg af arbejdsformer (f.eks. kort læreroplæg på 1. år mod forelæsninger på 3. år).

For en uddybning henvises til skolens plan for udvikling af studiekompetencer.

Evaluering og eksamen

Evaluering og antallet af eksaminer følger den af skolen udarbejdede evalueringsstrategi.

Lærerteamet tilrettelægger evalueringen i klassen, således at der gennem det 3-årige uddannelsesforløb veksles mellem forskellige evalueringsmetoder, og således at der både foretages formative og summative evalueringer.

Evalueringresultaterne indgår som en væsentlig del i teamets arbejde med at justere planlægningen og gennemførelsen af undervisningen.