**Studieplan (HFE-hold)**

|  |
| --- |
| **Hold og skoleår:** **zerce12008 1/2 årig e-learning**  |
| **Underviser: Safar Azizi** |
| **Periode**(Uger) | **Forløb** | **Fag** Faglige mål, fagligt indhold, fokuspunkter | **Progesssion**Arbejdsformer Kompetencer | **Skriftligt****arbejde** |
| Modul 1 | Innovation og entreprenørskab | Luk virksomheden op kap, 1Innovation, invention, diffusion, Radikal og inkremental innovation, PLC, Innovationstyper, innovationsformer, faktorer der driver til innovation | At få kendskab til innovationsbegreber At træne evnen til at tænke "Out of the box"At få redeskaber til at tænke kreativt At udforske sine ideer At Lære at redegøre analysere, diskutere og cases ved at bruge fagbegreber |  |
| Modul 2 | Iværksætteri, mission og vision, herunder virksomhedens interessenter | Luk virksomheden op kap.2Iværksætteri typer, idegrundlag, mission, vision, interessenter, Canvas modellen, virksomhedsformer  | At Kunne redegøre for virksomheders forretningsmodel At få kendskab til forskellige forretningsmodeller At få redeskaber til at tænke kreativt At kunne undersøge og diskutere problemstillinger i forbindelse med etablering af en virksomhed.At få kendskab til forskellige iværksættere typer og bevægegrunde for at være iværksættere |  |
| Modul 3 | Virksomhedens strategi | Luk virksomheden op kap. 3Strategier, SWOT, PESTEL, konkurrence strategier (Porters tre generiske strategier), Vækststrategier (Ansoff, Bosten, fusion, takeover) mekanisk og organisk vækst.  | At Kunne redegøre for virksomheders strategierAt få kendskab til forskellige konkurrenceformer At få kendskab til forskellige konkurrencestrategier At få kendskab til forskellige vækststrategierAt kunne undersøge og diskutere problemstillinger i forbindelse med virksomhedens valg af strategi.At diskutere og analysere forskellige vækststrategier for virksomheden |  |
| Modul 4 | Virksomhedens markedsføring og afsætning | Luk virksomheden op kap. 4Købsmotiver, købsadfærd, segmenteringskriterier, livsstil analyse, de 4 P’er,  | redegøre for et produkt som en del af en virksomhedens samlede marketingmix og redegøre for en virksomheds branding.redegøre for pris som en del af en virksomhedenssamlede marketingmix og redegøre for en virksomheds prisstrategi for såvel nye som eksisterende produkterredegøre for distribution som en del af en virksomhedens samlede marketingmix og redegøre for forskellige distributionsformer.redegøre for promotion som en del af en virksomhedens samlede marketingmix og redegøre for forskellige promotionsformer.Analysere og diskutere forskellige strategiske markedsførings muligheder Opnå kompetence i forhold til at lære om en virksomheds måde at markedsføre sine produkter på |  |
| Modul 5 | Virksomhedens Regnskab og nøgletal | Luk virksomheden op Kap. 5Regnskabsmetoder, resultatopgørelse, balance, nøgletalsanalyse, CSR | At Kunne redegøre for virksomheders regnskaber, herunder resultatopgørelse og balanceAt få kendskab til forskellige regnskabsklasserAt få kendskab til forskellige krav til regnskabAt få kendskab til forskellige afskrivningsmetoderAt kunne undersøge og diskutere virksomhedens indtjeningsevne og rentabilitet At diskutere og analysere virksomhedens forskellige nøgletal |  |
| Modul 6 | Virksomhedens organisation, ledelse, kultur og motivation | Luk virksomheden op kap. 6,7 og 8Organisationsformer Ledelsesformer, motivationsformer  | Anvende viden om virksomhedens økonomiske forhold til at diskutere og vurdere virksomhedens målopfyldelse. Økonomistyring, herunder regnskabsforståelse og budgettering. Kursisterne trænes i at kunne:- kunne opstille simpelt regnskab ud fra simple data. - kunne forholde sig kritisk til virksomheders regnskab. - søge information og nøgletal på internettet |  |
| Modul 7 | Eksamensprojekt af selvvalgte virksomhed | Starts up virksomhed | Arbejder med egen virksomhed Lærer at anvende de forskellige teorier og modeller  |  |