**Studieplan (HFE-hold)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hold og skoleår:** **zerce12108 august-december online undervisning** | | | | |
| **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, 1  Innovation, 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.2  Iværksætteri 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. 3  Strategier, SWOT, PESTEL, konkurrence strategier (Porters tre generiske strategier), Vækststrategier (Ansoff, Bosten, fusion, takeover) mekanisk og organisk vækst. | At Kunne redegøre for virksomheders strategier  At få kendskab til forskellige konkurrenceformer  At få kendskab til forskellige konkurrencestrategier  At få kendskab til forskellige vækststrategier  At 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. 4  Købsmotiver, 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 virksomhedens  samlede marketingmix og redegøre for en virksomheds prisstrategi for såvel nye som eksisterende produkter  redegøre 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. 5  Regnskabsmetoder, resultatopgørelse, balance, nøgletalsanalyse, CSR | At Kunne redegøre for virksomheders regnskaber, herunder resultatopgørelse og balance  At få kendskab til forskellige regnskabsklasser  At få kendskab til forskellige krav til regnskab  At få kendskab til forskellige afskrivningsmetoder  At 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 8  Organisationsformer  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 |  |