

Inledning och instruktion

Skissa på ett undervisningsupplägg, temauppgift eller projekt, som på ett eller annat sätt berör handelns digitalisering. Ta gärna inspiration från utbildningsmodulerna som du redan gått och din yrkesvardag. Det kan både vara ett upplägg som du redan testat eller som är helt nytt.

Ta med dig ditt förslag på upplägg/ifylld mall till utbildningstillfället i oktober. Försök att hålla beskrivningen av ditt upplägg kort.

På utbildningen kommer du att få dela med dig av ditt exempel, lyssna på andras upplägg och tillsammans hjälpas åt att vidareutveckla dem.

Min skiss på undervisningsupplägg (mall att fylla i inför tillfället i oktober)

Inledning:

1. Skola: Tingsholmsgymnasiet
2. Skolform: Gymnasium
3. Kontaktperson och mail: Christhina Kjollerström,
christina.kjollerstrom@ulricehamn.se

Beskrivning av upplägget:

4. **Rubrik på upplägget:** OMVÄRLDSANALYS - EN GPS FÖR FÖRETAGET
5. Syftet och mål med upplägget:
 - a. **Vad vill du uppnå med upplägget?**
 - Förståelse för vad omvärldsanalys handlar om
 - Förståelse för hur omvärldsbevakning går till
 - Kunskap om olika digitala sätt att analysera omvärlden
 - b. **Vilken koppling har upplägget till styrdokument och kunskapsmål?**
 - Examensmål för HA: Utbildningen ska utveckla elevernas förmåga att söka, analysera och värdera information från olika branscher och områden. Den ska utveckla elevernas färdigheter i att använda IT på ett situationsanpassat sätt.
 - Affärsutveckling och ledarskap - Centralt innehåll: Affärsutveckling, omvärldsanalys och marknadsundersökningar
6. Omfattning på upplägget (exempelvis tid och antal tillfällen):

7. Genomförande – så här gör vi (planering, genomförande, uppföljning):

Planering:

- Lär dig hur Google Trender, Google Ads och Google Analytics samt Facebook, Instagram och LinkedIn fungerar så att du kan visa och förklara för eleverna hur omvärldsbevakning sker med hjälp av dem.

Genomförande:

- Förklara varför företag behöver göra omvärldsanalyser regelbundet. Koppla det till hur man använder en gps för att ta sig fram och att man behöver kolla den med jämna mellanrum så att man vet att man är på rätt väg.
- Eleverna får därefter gå in på Google Trender för att se vad som trendar, hur Google Ads fungerar och vad Google Analytics kan visa om de kopplar ett konto till sin webshop.
- Eleverna får sen gå vidare till sociala medier som Facebook, Instagram och LinkedIn och kolla vad som är inne just nu.
- De får också gå in och söka omdömen från olika företag via internet.
- Därefter diskussion om hur man kan tolka och värdera omdömen.
- Diskutera vad som kan hända med ett företag som inte håller koll på omvärlden och vad konsumenterna är intresserade av och om det kan skilja mellan olika branscher hur ofta företagen behöver göra sina omvärldsanalyser.
- Avsluta med en SWOT för att tydliggöra hur informationen de tagit fram ska användas för att strukturera upp den och försöka hitta möjligheter att utveckla sitt företag.

8. Övriga medskick och tips till någon annan som ska genomföra upplägget:

Uplägget kan lyftas till en internationell marknad genom att den görs på engelska och där man istället för att avsluta med en SWOT använder PEST där andra kanaler finns och där man bl.a. utgår från vilket styrsätt som finns i andra länder.

Affärskommunikationskurserna fungerar väldigt bra ihop med detta.

Om kursen går i åk 2 kan eleverna göra det ihop med eleverna som gör UF och i samband med att affärsplanen skrivs. De kan då få en inblick i UF och UF-eleverna kan få feedback på sina företag och affärsplaner.