1. Lærervejledning EuxBizCup

Indhold

Brug casen til Erhvervsområde 1 3

Casecompetition i Erhvervsområde 1 3

8 råd der giver dig og dine elever en god casecompetition 3

Casecompetition i Erhvervsområde 1 4

- Hvad er EuxBizCup? 4
- Hvilke fag arbejdes der med? 4
- Faglige mål 5

Hvad skal afleveres? 6

- Konkret løsningsforslag til markedsføringsindsats 6
- Video 6
- Metodeafsnit 7
- Sprog 7

FAQ til undervisere 8

- Hvorfor skal vi udarbejde en underordnet problemstilling? 8
- Hvorfor er opgaven ikke mere konkret formuleret? 8
- Hvorfor skal vi aflevere en video? 8
- Hvorfor skal vi arbejde med metode? 9
- Hvorfor er det en lille virksomhed, der er årets case og ikke en større virksomhed, som vi kender? 9

FAG OG MODELLER, DER KAN BRUGES TIL LØSNING AF PROBLEMSTILLINGEN 10

- *Inden* EuxBizCup løber af stablen, vil det være en fordel, at eleverne har fået gennemgået – eller har kendskab til: 10
- Eksempler på fag, problemstilling og teorier/modeller 12
- Eksempler på kombination af fag, problemstillinger og teori/modeller 16
- Eksempler på konkrete løsningsforslag 17

Brug EcomTrainer 18

- Digitalt træningslokale til dine elever 18
- EcomTrainer er værktøjsbåret 18
- Praksisnære løsningsforslag 18
- Hold materialet hemmeligt 18
- Start med Ecomtrainer *inden* EO1 18
- Adgang til EcomTrainer 19

ChatGPT og Kunstig intelligens 20

Forslag til afvikling af EO1 21
Afvikling 21
Eksempel fra Mercantec: 23
Finalen – sådan bliver dine elever evalueret 23
Tidligere vindere 25
Sådan foregår afleveringen 25
To eksempler 26
Har du spørgsmål? 26

Brug casen til Erhvervsområde 1

Når du bruger EuxBizCup i din undervisning engagerer du dine elever i en konkret problemstilling fra den virkelige verden, og samtidig opfylder du kravene til Erhvervsområde 1.

Dine elever får en fast og reel problemstilling, adgang til videointerviews og data fra virksomheden og meget mere. Virksomheden forpligter sig desuden til at implementere vinderforslaget, så der er noget på spil for eleverne.

Som underviser får du stillet en masse gode råd og vejledninger til rådighed, bl.a. forslag til fag, teori, modeller, forslag til hvordan ugen kan organiseres, hvilke workshops du kan afholde og meget mere.

Casecompetition i Erhvervsområde 1

For at deltage i EuxBizCup, skal der tages udgangspunkt i den givne casevirksomheden, og løsningen skal matche den overordnede problemformulering, som lyder: Hvordan kan casevirksomheden øge sin digitale omsætning?

Det forudsættes, at eleverne arbejder i grupper og afleverer tre delelementer:

- Et konkret **løsningsforslag**,
- En **metodeovervejelser/analyse** og
- En **videopræsentation af løsningsforslaget.**

8 råd der giver dig og dine elever en god casecompetition

1. Læs lærervejledningen igennem.
2. Koordiner ugen med dine kolleger, og gør dig klart hvad eleverne mangler fagligt for at kunne løse opgaven.
3. Sæt dig ind i casevirksomheden.
4. Forklar eleverne, hvorfor det er relevant at arbejde med metode. Find forklaringen her: Hjælp til metode.
5. Forklar eleverne, hvorfor de selv skal finde en problemstilling. Find forklaringen her: FAQ til undervisere.
6. Hjælp dine elever til strukturerer opgaven og prioritere tiden undervejs i ugen.
7. Hjælp dine elever til at forstå, hvad der menes med et konkret løsningsforslag. Du kan finde inspiration her.
8. Forklar dine elever, hvorfor de skal aflevere en video

Casecompetition i Erhvervsområde 1

Eleverne skal i Erhvervsområdet arbejde med deres erhvervsfaglige kompetencer fra de gymnasiale fag i en merkantil virkelighedsnær problemstilling, de skal stille løsningsforslag til. Eleverne skal arbejde selvstændigt og problemorienteret i de projekter, de skal igennem i EO-forløbene og vise, at de formår at bruge de metoder og modeller, de har lært i de gymnasiale fag i det studiekompetencegivende år til at løse reelle problemstillinger, der findes i rigtige virksomheder.

Hvad er EuxBizCup?

I EuxBizCup arbejder eleverne med en mindre virksomhed. Som mindre nicheforretning, er der typisk ikke midler og kompetencer til at sætte fulde sejl på den digitale vækst. Derfor ønsker de nu hjælp fra jeres kreative og dygtige elever til at komme med konkrete, eksekverbare forslag, som kan øge den digitale omsætning. Elevernes opgave i denne uge er at indsamle og analysere data, og derudfra komme med løsningsforslag til, hvordan casevirksomheden kan komme i mål med dette ønske. Der stilles data til rådighed for eleverne, men de opfordres også til selv at søge informationer fra andre kilder.

Hvilke fag arbejdes der med?

Eleverne skal i Erhvervsområdet arbejde tværfagligt, så de kommer omkring at bruge de fag med metoder og teorier, der giver mening i forhold til at løse den pågældende problemstilling. Fokus i EO1 er derudover fagligt indhold og problemstillinger, der er kendte for eleverne, og som ikke rækker ind på nye stofområder, der endnu ikke er undervist i.

I dette materiale lægges op til, at eleverne kan inddrage følgende fag i arbejdet med casen:

- Afsætning
- Matematik
- Virksomhedsøkonomi
- Dansk
- Erhvervsinformatik
- Sprog

Til hvert af disse fag findes i lærervejledning en oversigt over, hvilke metoder, modeller og teori, der med fordel kan benyttes til at løse problemstillingen. Her kan man som underviser som hjælp udpege den teori, der allerede er gennemgået med klassen og udelade det som ikke er.

Er der ønske om at inddrage andre fag end de nævnte, er der mulighed herfor, såfremt det giver mening i forhold til at skulle løse den overordnede problemstilling. Hvis man mener, at indhold fra fx fagene Psykologi eller Samfundsfag kan benyttes til at løse problemstillingen, er det muligt for eleverne at inddrage modeller og metoder herfra også.

I EO1 skal eleverne ikke selv udarbejde en problemstilling, men kan få stillet en opgave, som vi har gjort i dette forløb. Derudover ligger der stilladserende materiale i form af forskellige dokumenter, der viser eleverne, hvordan de kan gribe opgaven an ren metodisk. Dette er i form at vejledninger til, hvordan de fx kan bygge markedsføringsløsninger op, eller støtte til opbygning af afleveringsformat. Forløbet indeholder ikke fagfagligt materiale, idet eleverne forventes at have gennemgået dette i de tilknyttede fag.

Faglige mål

EuxBizCup opfylder følgende faglige mål fra vejledningen til Erhvervsområdet, hvor parenteserne ikke opfyldes, da vi arbejder i Erhvervsområde 1:

Eleverne skal kunne:

- Beherske relevante faglige mål i erhvervsområdets fag (og sætte sig ind i nye faglige områder).
- Undersøge og afgrænse en erhvervsrettet problemstilling ved at kombinere viden og metoder fra forskellige fag (og udarbejde en problemformulering).
- (Søge, vurdere og) anvende fagligt relevant viden.
- Beherske mundtlige (og skriftlige fremstillingsformer), herunder besvare en opgave fyldestgørende.
- Vurdere forskellige fags og metoders muligheder og begrænsninger i arbejdet med en problemstilling.
- Anvende relevante studiemetoder, herunder planlægge og strukturere eget arbejde.

Hvad skal afleveres?

Eleverne skal arbejde i grupper, og de skal aflevere følgende 3 dele, når ugen er slut:

- **Konkret løsningsforslag**, der svarer på: ”Hvordan kan casevirksomheden øge sin digitale omsætning?”.
- **Metodeovervejelsen,** analyserne og budget, der ligger til grund for deres løsningsforslag.
- **Videopræsentation** på max 10 minutter med løsningsforslaget.

Konkret løsningsforslag til markedsføringsindsats

- Eleverne skal udforme et konkret løsningsforslag, som er digitalt forankret i form af en markedsføringsindsats, som er umiddelbart anvendelig for casevirksomheden. Markedsføringsindsats skal forstås bredt, og dækker alt fra udformning af et e-mailflow, Google Ads annoncer, Facebook-konkurrencer til plan for SEO-optimering osv. Find yderligere inspiration til løsningsforslag nedenfor. Et løsningsforslag må gerne bestå af flere delelementer, fx både en Facebook-konkurrence og plan for anvendelse af influencers, men det forventes at eleverne går i dybden med ét forslag.

- Det konkrete løsningsforslag skal ligge inden for virksomhedens ressourcemæssige rammer i såvel tid, bemanding samt penge. Markedsføringsindsatsen må således max koste 100.000 kr. alt inklusiv, dog uden moms.
  Det dækker såvel eventuelle produktionsomkostninger, annonceringsudgifter, præmier som forslag om ekstern bistand fra fx studentermedhjælper eller lignende. Desuden skal der tages hensyn til, at der typisk er tale om en mindre virksomhed med begrænsende personaleressourcer. Det er en fordel at have udarbejdet et budget, så både dommere og virksomhed kan se, hvad eleverne tænker pengene brugt til.

- Løsningsforslaget må ikke være offentligt tilgængeligt. Det vil sige, at oprettes der en facebookside eller lignende, skal den være hemmelig. På denne måde har eleverne frit spil til at komme med nye og kreative idéer uden at komme i clinch med virksomhedens øvrige aktiviteter og kunder. Eleverne må altså ikke “gå live” med deres løsningsforslag! Det forslag, der vinder EuxBizCup bliver dog efterfølgende anvendt af virksomheden, og eleverne får således efterfølgende lov at se deres forslag “gå live”.

- Generelt kan der siges jo mere jo bedre. Jo bedre det afleverede materiale er gennemtænkt, jo nemmere er det for dommerne at tage stilling til, om løsningsforslaget er realistisk. Er der ekstra materiale i form af bilag eller mellemregninger, som eleverne er i tvivl om de skal sende med, så send det med som udgangspunkt.

Video

- Videoen skal være en fremlæggelse af deres konkrete markedsføringsindsats, metoden og analysen, der har ført til det konkrete forslag. Løsningsforslaget skal vægtes højest.

- Videoen må max vare 10 minutter.

- Inden eleverne optager deres video, skal en vejleder/underviser godkende en disposition over, hvad der skal præsenteres i videoen. Formålet er, at eleverne modtager sparring omkring indholdet, inden der filmes.

- I videoen skal der indgå metodeovervejelse, dvs. begrundelse for de valgte teorier, metoder og kilder, hvad disse bidrager med, og eventuelt hvilke begrænsninger de har. Ligeledes skal løsningsforslaget vises, og der skal gøres rede for idé, formål, målgruppe, udformning og budskab.

- Oplægget skal opbygges efter skabelonen til disposition. Se skabelon og et eksempel på denne side.

Metodeafsnit

- Eleverne skal lære at arbejde med metode. Erfaringerne viser, at eleverne af og til har svært ved at skelne mellem metodeafsnit og anvendelse af teori. Derfor beder vi om begge afsnit.

- Det forventes, at eleverne udarbejder analyser, der ligger til grund for løsningsforslaget. Eleverne skal dog lægge vægt på løsningsforslaget i videoen. Dommerne kan i finalen fordybe sig i elevernes teoretiske afsæt, hvis der ikke er tid til at forklare det i videoen.

Sprog

Det er tilladt for eleverne at aflevere på engelsk, for at imødekomme brugen af sprogfag i EO1. Det kan være både video og tekst eller blot en af delene, alt efter hvilket krav I stiller på skolen.

FAQ til undervisere

Undervejs i arbejdet med EuxBizCup, er der aspekter, som jeres elever kan opleve som udfordrende. Det gælder også senere, når de skal skrive Erhvervsområdeprojekt, som Erhvervsområde 1 (og dermed EuxBizCup) er første skridt hen imod. Det kan hjælpe eleverne at vide, at det er normalt at opleve en eller flere fase, hvor det føles svært og uoverskueligt, når man arbejder med større opgaver. Læringen i at møde sådan en fase og opdage, at man kan komme videre, er værdifuld. I ved helt sikker bedst, hvordan I støtter jeres elever gennem disse faser, men for nogle elever kan det hjælpe at kende svaret på "*Hvorfor skal vi egentlig…?*". Her finder I derfor svaret på en række typiske elevspørgsmål om opgavens struktur og indhold:

Hvorfor skal vi udarbejde en underordnet problemstilling?

Det simple svar er: Fordi eleverne skal øve sig i dette, da de skal kunne det, når de skal skrive Erhvervsområdeprojekt.

EuxBizCup er udarbejdet til at kunne bruges i Erhvervsområde 1. Et af målene med de tre forløb i Erhvervsområdet er, at eleverne gradvist selv bliver i stand til at udarbejde problemstillinger og problemformulering, hvilket de skal kunne i Erhvervsområdeprojektet (det tredje og sidste forløb). Derfor lægger EuxBizCup op til, at eleverne øver sig i dette ved selv at udarbejde en underordnet problemstilling. Den underordnede problemstilling har i øvrigt til formål at understøtte fokus og fordybelse.

Arbejdet med problemstillingen kan være vanskeligt for nogle elever, og derfor er det vigtigt med hjælp og vejledning i den del af processen. Nogle elever vil have brug for konkrete eksempler, det kan der findes hjælp til her: Forventningsafstemning.

Hvorfor er opgaven ikke mere konkret formuleret?

Det simple svar er: Fordi eleverne skal øve sig i selv at finde fokus, da de skal kunne det, når de skal skrive Erhvervsområdeprojekt.

EuxBizCup er udarbejdet til at kunne bruges i Erhvervsområde 1. Et af målene med de tre forløb i Erhvervsområdet er, at eleverne gradvist selv bliver i stand til at udarbejde problemstillinger og problemformulering, hvilket de skal kunne i Erhvervsområdeprojektet (det tredje og sidste forløb). Opgaven er derfor bevidst ikke formuleret specifikt, idet eleverne skal øve sig i selv at finde fokus. Den åbne formulering giver desuden skolerne mulighed for selv at vælge hvilke fag, der skal bidrage til Erhvervsområde projekt 1.

Arbejdet med problemstillinger kan være vanskeligt for nogle elever, og derfor er det vigtigt med hjælp og vejledning i den del af processen. Nogle elever vil have brug konkrete eksempler, det kan der findes hjælp til på siden Fag og modeller til løsningsforslag.

Hvorfor skal vi aflevere en video?

Det korte svar er: Det kræves for at kunne indgå i konkurrencen, da det giver dommerpanelet mulighed for at se elevernes faglige præsentationer.

Videopræsentationen er desuden en øvelse, hvor eleverne skal have fokus på det produkt, de skal aflevere og således kan træne bl.a. deres modellerings- og ræsonnementskompetencer ligesom de kommunikative kompetencer bliver øvet.
Endelig giver det skolen muligheder for at planlægge evalueringen fleksibelt, og der spares tid, idet eleverne ikke skal bruge hele sidste dag i erhvervsområde 1 på at vente på evaluering/se hinandens fremlæggelser.

Hvorfor skal vi arbejde med metode?

Det simple svar er: Fordi eleverne skal øve sig i dette, da de skal kunne det, når de skal skrive Erhvervsområdeprojekt.
Metodeovervejelser er en vigtig del af Erhvervsområdeprojektet samt det studiekompetencegivende mål i hele Erhvervsområdet. Derfor er det indtænkt i EuxBizCup, så eleverne allerede i Erhvervsområde 1 begynder at blive bevidste om, hvad metode er. Erfaringen fra tidligere viser, at nogle elever kan have svært ved at skelne mellem metode og anvendelse af teorien, derfor er det vigtigt at understøtte eleverne i dette. Der kan findes hjælp i metodehjælpen: Hjælp til metode.

Hvorfor er det en lille virksomhed, der er årets case og ikke en større virksomhed, som vi kender?

Når årets case vælges, bliver der lagt vægt på, at elevernes løsningsforslag reelt har mulighed for at blive til virkelighed, da EuxBizCup sætter fokus på praktisk anvendelse af teorien, som er en af grundstenene i erhvervsskolerne. Derfor vælges der ikke en stor, kendt virksomhed med omfattende marketingsafdeling osv., men en mindre virksomhed, hvor elevernes bud reelt har mulighed for at blive bragt i spil efterfølgende og gøre en forskel for virksomheden.
Fremtiden er digital forankret, og vi ser flere og flere e-handelsvirksomheder. Det er derfor relevant, at eleverne får kendskab til, hvordan sådan en virksomhed drives. EuxBizCup giver eleverne praksisnære erfaringer med at løse opgaver indenfor digital handel, hvilket er relevant, når eleverne skal søge en elevplads.

FAG OG MODELLER, DER KAN BRUGES TIL LØSNING AF PROBLEMSTILLINGEN

Da EuxBizCup ligger forholdsvis tidligt på skoleåret, vil eleverne ikke have nået at tilegne sig al relevant teori, og de må derfor gerne inddrage teori fra C-niveau og selv løfte til B-niveau. (Sætte sig ind i nye faglige områder. Se evt. læreplan for faget erhvervsområdet).

Inden EuxBizCup løber af stablen, vil det være en fordel, at eleverne har fået gennemgået – eller har kendskab til:

Fag	Teori, der med fordel kan være gennemgået *inden* EuxBizCup
Afsætning B	• Kvalitative, kvantitative og komparative metoder • Datakilder • Værdikæder • Forretningsmodeller • Omverdensforhold • SWOT-analyse • Købsadfærd • Marketingmix • Segmentering og målgruppevalg • Markedsføringsplan • Mission, vision og værdier • Konkurrencestrategier • Vækststrategier
VØ B	• Ejerformer • Værdikæder • SWOT-analyse • Interessentmodel • Konkurrencestrategier • Vækststrategier • Beregning af nøgletal
Informatik B	• IT som værdiskaber • IT-systemer (ERP) • IT i virksomheden • Owned, Earned & Paid Media
Dansk A	• Reklameanalyse
Fremmed-sprog	• Reklameanalyse

For at løse den overordnede problemstilling *"Hvordan kan casevirksomheden øge sin digitale omsætning"*, skal eleverne opstille nogle underordnede problemstillinger, som i mange tilfælde vil tvinge dem til at arbejde tværfagligt.

I skemaet nedenfor ses nogle forslag til underordnede problemstillinger samt hvilke modeller og teori, der kan indgå fra fagene. Noget af denne teori vil eleverne have fået gennemgået *inden* EuxBizCup, og andet teori vil blive gennemgået på de workshops, der placeres under projektugen.
Vejleder kan hjælpe eleverne med at udvælge relevant teori, som ikke gennemgås, men som eleverne selv fordyber sig i.

Herunder findes:

- En liste med eksempler på fag, problemstilling og teorier/modeller, som kan indgå i EuxBizCup.
- Konkrete eksempler på hvordan fag, problemstillinger og teorier kan kombineres i praksis.
- Eksempler på hvad konkrete løsningsforslag kan være

Eksempler på fag, problemstilling og teorier/modeller

Fag	**Mulige underordnede problemstillinger.** Eleverne vælger et par stykker og angiver hvilke fag, der indgår i løsningen	**Mulige teorier og modeller**
Afsætning B	**Hvem er casevirksomhedens nuværende målgruppe?** (Fag: AFS/IT/MAT) **Hvem kan være fremtidige målgruppe(r)?** (Fag: AFS) **Hvem skal være målgruppen for de nye marktingaktiviteter?** (Svaret skal baseres på svarene på problemstillingerne fra matematik) (Fag: AFS/MAT) **Hvordan kan casevirksomheden kommunikere til en ny målgruppe fx unge mænd?** (Fag: AFS/DA/IT) ***(EcomTrainer: Google Adds, Facebook, Instagram, TikTok, Sprii Liveshopping etc.)*** **Hvordan kan casevirksomheden kommunikere på et nyt medie fx Instagram?** (Fag: DA/AFS/IT/MK) ***(Ecom Trainer: Instagram, Woomio, Ubersuggest)*** MK=markedskommunikation	Markedsanalyse • Opstil formål med analysen samt problemformulering • Opstil evt. hypoteser, som kan af- eller bekræftes • Vælg kvantitativ eller kvalitativ analyse og gennemfør analysen Segmentering og målgruppevalg • Segmenteringsprocessen • Livsstilsanalyser • Personas Marketingmix Målgrupper Livsstilsanalyser AIDA Digitale medier SOR-modellen Målgrupper (fx Conzoom) Kommunikationsmodel Sociale medier Den sociale medieplatform Teori om følgere på sociale medier (fx Hanne Klitøe) Viral markedsføring (Fx Malcom Gladwell) Oplevelsesøkonomi Oplevelseskommunikation (MK) Sproglige virkemidler (MK) Psykologiske virkemidler (MK) Visuelle virkemidler (MK), Big data, SEO Storytelling

Virksomheds-økonomi B:	**Hvordan måles effekten af kampagnen?** (Fag: VØ) ***(Ecom Trainer: Google Analytics,)*** **Hvordan optimeres budgettet på de kr. 100.000?** Fx ansættelse af studentermedhjælper til SEO-optimering, oprydning på webshop, systemoptimering mm. **Hvordan er virksomhedens situation, og hvor er der udviklingsmuligheder?** (Fag: VØ/AFS) **Hvilken konkurrencestrategi har virksomheden for den digitale omsætning?** (Fag: VØ/AFS) **Hvordan kan virksomheden optimere sin gældende forretningsmodel?**	Regnskabsanalyse • Begrænsede nøgletalsberegninger fra C-niveau • CVR-registeret Budgettering Break even Analyse af interne og eksterne situation • Værdikædeanalyse • Konkurrencesituation (Porters Five Forces) • SWOT Konkurrencestrategi • Porters konkurrencestrategier Værdikæde Business Model Canvas Væksstrategi Konkurrencestrategi

Dansk A	**Hvordan kan casevirksomheden kommunikere til en ny målgruppe, fx unge mænd?** (Fag: DA/AFS/IT/MK) **Hvordan kan casevirksomheden forbedre deres kommunikation på hjemmesiden/Facebook?** (Fag: DA/AFS/IT/MK) ***(Ecom Trainer: Facebook, Wordpress)*** **Hvordan kan casevirksomheden kommunikere på et nyt medie fx Instagram?** (Fag: DA/AFS/IT/MK) ***(Ecom Trainer: Instagram)***	Kommunikation • Kommunikationsmodel • Appelformer • Argumentationsteori • Retoriske pentagram • Sproglige virkemidler • Visuelle virkemidler • Psykologiske virkemidler Storytelling
Informatik B	**Hvilke nye digitale platforme kan casevirksomheden anvende i deres markedsføring?** Email flows, nye platforme til sociale medier, SEO, database/platforme, brug af Big Data, dataanalyse (Fag: IT/AFS) ***(Ecom Trainer)*** **Hvordan kan casevirksomheden forbedre deres kommunikation på hjemmesiden/ Facebook?** (Fag: IT/DA/AFS/MK) ***(EcomTrainer: Facebook, Wordpress)***	IT som værdiskaber i virksomheden Sociale medier Big Data strategi BMC-modellen IT-systemers arkitektur Lovgivning om ophavsret, købelov og e-handelsloven IT-sikkerhed Interaktionsdesign (brugervenlighed, brugerflade, designregler)

Matematik B	**Hvordan ser en matematisk model ud for omsætningen?** (Fag: MAT/VØ) **Hvordan er sammenhængen mellem omsætningen og de forskellige variable i databasen?** (Vælg minimum 2 variable udover omsætning) Fag: MAT	0-punkts analyse Regression sanalyse
Fremmedsprog	**Hvordan kan casevirksomheden kommunikere med nye geografiske markeder?** (Fag: ENG/AFS/MK) ***(EcomTrainer: Google, YouTube)***	Kommunikation • Reklameanalyse fx Laswells kommunikationsmodel, AIDA(S) • https://theenglishhandbook.systime.dk/?id=p177 • https://ccc.systime.dk/?id=p167&L=0 Kulturanalyse Hofstede, Hall m.fl.

Eksempler på kombination af fag, problemstillinger og teori/modeller

Fag: Engelsk/Tysk + Afsætning

Problemstilling: *Hvordan kan der arbejdes med nye leverandører fra andre lande (fx Tyskland/England)?*

Teorier og modeller:

Hofstede, Hall

B2B Købsadfærd

Løsningsforslag: Forslag til forretningsbreve/mail, hjemmeside forslag

Ecomtrainer: Mailchimp, Wordpress

Fag: Afsætning/VØ/Matematik

Problemstilling: *Bestemmelse af optimal pris for sælgere/kunder*

Teori og modeller:

Optimal pris

Bundling, Sortiment

Løsningsforslag: Konkrete prisforslag, beregninger af pris/omsætning/avance osv.

Ecomtrainer: Google Analytics

Fag: Afsætning/VØ

Problemstilling: *Hvordan skal casevirksomheden positionere sig ift. konkurrenterne?*

Teori og Modeller:

Konkurrentanalyse/Porters Five Forces

Marketingmix

Positionering

Løsningsforslag:

Forslag til tilretning af parametermix ift. optimal positionering (fx nye produkter + reklame for nye produkter).

Ecomtrainer: Ubersuggest, Google Analytics

Fag: Afsætning/IT/Dansk

Problemstilling: *Hvordan kan casevirksomheden sikre sig bedst mulig præsentation af produkter på hjemmesiden (enten ift. indhold eller SEO)*

Teori og Modeller:

Kommunikationsmodel

Parametermix – (produkt/promotion)

SEO

Hjemmesidedesign

Løsningsforslag:

Skabelon til varer, der skal satses på – hvad skal produktsiden indeholde udover standardinformationer fra leverandøren.

Ecomtrainer: Wordpress, Canva

Eksempler på konkrete løsningsforslag

- Indlæg/video til blog
- Organiske opslag/video til Facebook/Instagram/…
- Snapchat (eksempler)
- Eksempler på nyt hjemmeside-design og -indhold
- Eksempel på samarbejde med influencers (fx blog/events),
- Bannerreklamer /Display/…
- SEO forslag
- Forslag til Google Ads-kampagner (SEM) – fx liste af relevante søgeord.
- Forslag til Facebookkampagner
- Forslag til E-mail Marketing (formulering og opsætning af mails, plan for udsendelse)
- Standardisering af hjemmesidedesign: Skabelon til yderligere informationer til produkter.
- Standardisering af leverandørudvælgelsen.
- Forslag til tilretning af parametermix ift. optimal positionering (fx nye produkter + reklame for nye produkter).
- Forslag til kontakt til udenlandske leverandører. Fx forslag til forretningsbreve/mail, hjemmeside forslag
- …

Brug EcomTrainer

EcomTrainer er udviklet til at give dine eleverne en forståelse for, hvordan man rent praktisk arbejder i forskellige digitale værktøjer.

Digitalt træningslokale til dine elever

Ecomtrainer er et online træningsunivers udviklet af Videnscenter for Digital Handel, hvor undervisere og elever b.la. kan træne praksisnære digitale færdigheder indenfor:

- Mailchimp – lær at bruge værktøjet, som er kilden til billig eksponering overfor kunder, der aktivt har sagt ja tak til markedsføring.
- Facebook – viser hvordan eleverne opretter en professionel Facebookside, og hvordan annoncer administreres.
- Instagram – nå nye målgrupper på det billedbårne medie. Der er instruktioner i brugen, samt annonceopsætning.
- Google Analytics – lær dine elever at læse data fra dashboardet, og hvorfor det er en kilde til evig inspiration og analyse om sine kunder og forretning.
- Canva – grafisk værktøj til at designe opslag, banner og lign.
- Woomio – et søgningsværktøj til Instagram til at finde den rette influencer. Dette værktøj kan med fordel kobles til segmentering og målgruppevalg.
- GoogleAds – giver forståelse og overblik for annoncering. Der kan med fordel skabes kobling til virksomhedsøkonomi, IT og dansk.
- ChatGPT – lær at prompte og bruge sprogmodellen i en virksomhedskontekst

EcomTrainer er værktøjsbåret

Hvert værktøj I EcomTrainer består af :

1. Videointroduktion
2. Mindre stimulatingsopgave hvor elever kan sikre, at han/hun har forstået introduktionsvideoen
3. Vejledning og link til, hvordan eleven kan komme påbegynde træningen.

Praksisnære løsningsforslag

Eleverne kan anvende et eller flere værktøjer fra EcomTrainer I deres praksisnære løsningsforslag. Hvis eleverne anvender EcomTrainer, kan de tage screendumbs af løsningen og indsætte i det materiale, som de afleverer.

Det er IKKE et krav, at de studerende skal anvende EcomTrainer i deres løsningsforslag.

Hold materialet hemmeligt

Vigtigt: Det er vigtigt, at elevernes materiale IKKE offentliggøres. Hvis en elev fx vælger at oprette en Facebookannonce, skal siden/opslaget skjules, så casevirksomheden kunder ikke vildledes. Underviseren skal tydeliggøre, at eleverne arbejder med en eksisterende virksomhed.

Start med Ecomtrainer *inden* EO1

Skal eleverne have en god oplevelse med både EuxBizCup og EcomTrainer, er det en rigtig god idé at introducere værktøjerne og EcomTrainer et godt stykke tid inden, I afvikler EO1. Eleverne har nok at gøre

med at tage stilling til et ny måde at arbejde på i EO1, hvad et konkret løsningsforslag er og meget andet de skal have i hovedet. Derfor er det en god idé, at de har været på EcomTrainer-platformen og har stiftet bekendtskab med nogle af værktøjerne på forhånd, så de kan gå i gang med at bruge dem, fremfor først at skulle sætte sig ind i både platform og værktøj inden, de kan nå til det konkrete de arbejder med.

Adgang til EcomTrainer

Alle elever og undervisere med UNIlogin kan gratis tilgå Ecomtrainer, hvis din skole har underskrevet databehandler- og brugsaftalen. Kan du ikke få adgang, kontakt Flemming Jessen på mail flmj@merkura.dk eller telefon 2541 3611.

Link: https://www.ecomtrainer.dk/vaerktojer

ChatGPT og Kunstig intelligens

Hvad med ChatGPT, Copilot og lignende? Kort fortalt må eleverne for vores skyld gerne benytte sig af ChatGPT, men…

Generativ AI kan hjælpe eleverne, men ikke løse deres opgave

Vi kan ikke tale opgaveløsning og elever uden at tage stilling til generativ AI som ChatGPT, CoPilot og Google Gemini. Virksomhederne har i høj grad taget den kunstige intelligens til sig, og udnytter den arbejdskraft, som modellen yder. Klædes eleverne på til at bruge ChatGPT, er de allerede et skridt længere fremme i jobkøen, når de skal søge elevpladser.

Brugen af ChatGPT er flersidet.

1. Dels er der den hjælp, som ChatGPT kan give eleverne i form af idégenerering, forslag til medieplanlægning, sparring og hvad de ellers kan finde på at prompte chatten med.
2. Dels er der den kompetence det kræver at bruge ChatGPT og få de svar ud af den, som man efterspørger.
3. Dels er der elevernes kritiske stillingtagen til de resultater, som ChatGPT leverer
4. Og dels er der aspektet i, om eleverne selv skriver deres opgave, eller om det er en opgave, der er produceret af ChatGPT

Ad 1) I konkurrencen ser vi ikke noget problem i, at eleverne har fået sparring eller udviklingshjælp fra ChatGPT. Der skal blot være en gennemsigtighed i det. Derfor vil vi gerne have prompten og det originale svar fra ChatGPT med som bilag, hvis eleverne vælger at bruge værktøjet. Det vil hverken trække op eller ned, hvis eleverne benytter sig af ChatGPT. Forslaget vil blive vurderet ud fra følgende skema, hvor de tre højest vægtende faktorer er hvorvidt forslaget er realistisk, implementerbart og om det skaber værdi for casevirksomheden.

Ad 2) For at få kvalificerede svar ud af ChatGPT, kræver det, at de input (prompts) der bliver givet også er af en vis kvalitet. Det er derfor ikke nødvendigvis givet, at eleverne får noget brugbart ud af ChatGPT. Der findes mange steder, hvor du kan lære eleverne om at prompte bl.a. hos Videncenter for Digital Handels lynkursus i ChatGPT.

Ad 3) ChatGPT er ikke altid en troværdig kilde. Diskuter altid med eleverne inden de tager ChatGPT i brug, at de skal være kildekritiske som med alt anden information. Det kan forekomme, at det kun er delvist rigtige svar den giver, eller i værste fald opdigter et svar, der lyder plausibelt. Vi anbefaler at tage udgangspunkt i beslutningstræet fra CIU, om hvorvidt det er en god idé eller ej at benytte ChatGPT.

Ad 4) Vi opfordrer selvfølgelig ikke eleverne til at få ChatGPT til at skrive opgaven for dem, da hele Erhvervsområdet bygger op til, at eleven bl.a. skal lære at skrive en rapport. Eleverne kan heller ikke løse opgaven udelukkende med ChatGPT, da det kræver, at de kobler deres teori med praksis, og skaber et konkret løsningsforslag.

Forslag til afvikling af EO1

Afvikling

Skolen vælger hvilke fag, der skal anvendes til EO1. Der afsættes en uge til opgaven på elevernes skema. Klassens faglærere skemalægges på skift og har 2 opgaver: Vejleder og underviser. Som underviser planlægges workshops af kortere varighed, der enten består af repetition af tidligere gennemgående emner eller undervisning af nye emner – i begge tilfælde af relevans for EO1 opgaven. Når underviseren ikke afholder workshops, skal underviseren fungere som vejleder for eleverne.

Eleverne arbejder i grupper og afleverer pr. gruppe en samlet opgavebesvarelse i form af et konkret og digital forankret markedsføringstiltag, teorien for hvorfor de har valgt dette tiltag, samt en videopræsentation af deres fremlæggelse af tiltaget. Herefter bedømmer underviserne elevernes arbejde, afgiver eventuelt karakter og kårer en én vinder pr. uddannelsesinstitution, der sendes videre til Merkura.

NB: disposition bør godkendes af en underviser, før eleverne producerer videoen.

Nedenfor følger en tidsplan til tilrettelæggelsen af EO1 for underviserteamet. Dernæst er der to eksempler fra hhv. Tietgen og Mercantec, hvordan de har tilrettelagt selve ugen, og hvordan eleverne arbejder.

Forslag til konkret tidsplan for afvikling

Opgave	Deadline	Hvem
Diskuter indhold af kommende EO1 – skal det være EuxBizCup?	4 uger før opstart	EUX lærerteamet
Opdater EO1 opgavemateriale	1 uger før opstart	EUX lærerteamet
Opret mappe på Learnspace/Teams/etc. til forløbet	1 uge før opstart	En underviser fra teamet udpeges
Lærestyrede grupper udarbejdes	1 uge før opstart	EUX lærerteamet
Opdater læringsmateriale i de enkelte fag	1 dag før opstart	Hver fagansvarlig lærer i EUX lærerteamet
Udlevering af opgaven	Kl. 8 på opstartsdagen	De lærere som har klassen i første lektion printer og udleverer opgaven.
Gruppedannelse (frivillig eller lærerstyret?)	1. lektion på opstartsdagen	De lærere som har klassen i første lektion sikrer gruppedannelse
Afrapportering af status. Hver dag udleveres et skema, hvor elever kan skrive på. Elever der skriver alene får	Hver dag ved dagens afslutning	De lærere som er skemalagt

5 minutter og grupper får 10 minutter.		
Oprettelse af mappe til aflevering af opgavebesvarelse (video)	4. dag af forløbet	En underviser fra teamet udpeges
Aflevering af videoopgave	5. dag i sidste lektion	De undervisere som har klassen i deres sidste lektion i forløbet
Fordelingsnøgle til evaluering opdateres med antallet af grupper	Senest på 5. dagen af forløbet	En underviser fra teamet udpeges
Evaluering og bedømmelse af de tildelte opgaver	Senest 2 hverdage efter aflevering	De tildelte undervisere
Vurdering af "top 3", hvoraf en gruppe indstilles til "BizCup"	Senest 3 hverdage efter aflevering	EUX Lærerteamet

Eksempel fra Tietgen Business

Fag: Virksomhedsøkonomi, afsætning, matematik og IT

Lektioner: 27 lektioner á 60 minutter i uge 40

Bemanding: Det tilstræbes, at alle faglærere er tilstede hver dag i afmålt tid, som fremgår af elevernes skema, her 2 lærere pr lektion.

Antal klasser: 3 klasser, der undervises sammen

Lokaler: 3 lokaler ved siden af hinanden i en fløj for sig selv

Skema: Uge 40

Elever: mandag kl 8:15 – fredag kl 11:00

Undervisere: 2 undervisere med hver sit fag på skift og 4 undervisere til at votere fredag fra kl 11-14:20

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
1. lektion	VØ	VØ	VØ	VØ	MAT, IT
2. lektion	VØ	VØ	VØ	VØ	MAT, IT
3. lektion	MAT, IT	AFS, MAT	AFS, MAT	MAT, IT	*AFS, MAT**
4. lektion	MAT, IT	AFS, MAT	AFS, MAT	MAT, IT	*AFS, MAT**
5. lektion	AFS, IT	MAT, IT	VØ	AFS, MAT	*AFS, MAT**
6. lektion	AFS, IT	MAT, IT			

** Eleverne har fri, lærerne gennemser dispositioner og videoer, afgiver karakterer og beslutter, hvilken gruppe skal sendes videre.*

Eksempel fra Mercantec:

	Mandag	**Tirsdag**	**Onsdag**	**Torsdag**	**Fredag**
Lektion 1	Start/gruppedannelse	Undervisning/Vejledning	Undervisning/ Vejledning Filmiske virkemidler	Vejledning/ videoproduktion	Vejledning/ videoproduktion
Lektion 2	Undervisning/Vejledning	Undervisning/Vejledning	Vejledning	Vejledning/ videoproduktion	Vejledning/ videoproduktion
Lektion 3	Undervisning/Vejledning	Undervisning/Vejledning	Vejledning	Vejledning/ videoproduktion	Vejledning/ videoproduktion
Lektion 4	Undervisning/Vejledning	Undervisning/Vejledning	Midtvejssamtale	Vejledning/ videoproduktion	Vejledning/ videoproduktion
Lektion 5	Undervisning/Vejledning	Undervisning/Vejledning	Midtvejssamtale	Vejledning/ videoproduktion	Aflevering
Lektion 6	Undervisning/Vejledning	Undervisning/Vejledning	Midtvejssamtale	Vejledning/ videoproduktion	

Finalen – sådan bliver dine elever evalueret

Det er dig som underviser, der vælger hvilken gruppe fra hver klasse, der skal repræsentere jeres skole. Det er tilladt at sende én gruppe videre per skole. Også selvom skolen har flere lokationer og klasser, skal der kun sendes én gruppes forslag ind.

Til finalen vil eleverne stå overfor et dommerpanel af bestående af en ekstern fagprofil, en uvildig underviser, en repræsentant fra Videncenteret og en repræsentant fra casevirksomheden. Eleverne bliver bedømt på en række parametre, som du kan på de næste sider. Det vil derfor være en god ide at bruge disse bedømmelseskriterier i udvælgelsen på skolen også.

Nr.	Bedømmelseskriterier	Tegn	Max point	Gode råd til eleverne
Løsning				
1	**Realiserbart** Løsningen er færdig og klar til brug og kan den umiddelbart realiseres af virksomheden.	• Løsning kan copy/pastes direkte over på virksomhedens IT-platform uden ekstra arbejde • Løsning visualiseret og konkret beskrevet • Dybdebesvarelse – Forslag beskrevet i dybden	10	
2	**Realistisk** Løsningen er realistisk og kan løses inden for de givne rammer.	• Max budget 100.000 kr. • Realistisk tidsforbrug for indehaver • Realistisk IT-udstyr og IT-kompetencer	7	
3	**God idé** Løsningen indeholder en god idé.	• Nytænkende/nyskabende • Kreativt – tænkt ud af boksen • ”Blikfang”	5	
4	**Værdi** Løsningen øger den digitale omsætning.	• Løser problemstillingen • Skaber betydelig meromsætning	7	
5	**Målgruppe** Løsningen passer til valgte og virksomhedens målgruppe	• Match mellem målgruppe, løsning og virksomheden • Tekst, billeder, medier, formater, værktøjer mm. er målrettet målgruppen	5	
Faglig begrundelse				
6	**Modelleringskompetence** De valgte fags teorier fagligt anvendes relevant og hensigtsmæssigt.	• Relevante teorier og modeller anvendt • Teorier og modeller anvendt i praksis	3	
7	**Ræsonnementskompetence** Der argumenteres fagligt og begrundet for løsningsforslaget.	• Brug af fagsprog • Løsningsforslag/valg er begrundet • Målgruppe, teori og modeller anvendes i argumentation	3	
8	**Databehandlingskompetence** Besvarelsen bygger på relevante kilder og data.	• Data og materiale fra virksomheden er anvendt • Analyser inddraget i opgaven • Data anvendt kildekritisk	3	
Gruppens arbejde og fremlæggelse				
9	**Kvalitet** Gruppen er velforberedt og præsenterer deres løsning godt.	• Løsning er gennemarbejdet • Alle opgaver er løst - fyldestgørende	5	

		• Budskabet formidles forståeligt • Kan besvare spørgsmål		
10	**EUX-faktor** Gruppen har X-faktor	• Det "ekstra" eller "uventede" • En ekstraordinær indsats	5	
Point i alt				

Skriv her 3 positive kommentarer om løsning og præsentation	**Skriv her evt. 3 negative kommentarer om løsning og præsentation**
1. 2. 3.	1. 2. 3.

Tidligere vindere

Hvad skal der egentlig til for at vinde EuxBizCup?

Hvert år skifter casevirksomheden i EuxBizCup. Det gør, at der ikke er en skabelon for, hvilket løsningsforslag, der er en sikker vinder. Hvad der passer til en virksomhed er ikke sikkert vil kunne implementeres i en anden. Det der dog kendetegner vinderne er, at de har forstået virksomhedens udfordringer, forstået målgruppen, kan knytte teori til praksis implementering og er gået i dybden med ét løsningsforslag, frem for at holde sig på strategisk og overordnet niveau. Der er ikke mulighed for at se tidligere afleverede opgaver, men der er optagelser fra de sidste par års finaler, hvor eleverne pitcher, og dommernes spørgsmål. Du finder videoerne på denne side: Hall of fame.

Sådan foregår afleveringen

Materialet fra skolens finaleforslag sendes til morc@merkura.dk hurtigst muligt efter eleverne har afleveret. Dog max 3 hverdage.

Det er dig som underviser, der har ansvaret for, at gruppes materiale bliver sendt ind til Videncenter for Digital Handel. Hvordan du sender det ind kan ske på flere måder. Du kan eksempelvis lægge videoen på YouTube og sende et link, og samtidig sende det konkrete løsningsforslag og teorigennemgang på mail. En anden mulighed er at zippe alle filer og sende det med WeTransfer.

I skal sende:

- Elevernes videopræsentation.

- Elevernes løsningsforslag.
- Elevernes metodeovervejelse og analyser.

To eksempler

Vi ønsker at eleverne skal blive så praksisnære som muligt. Derfor skal de også aflevere et konkret og digitalt forankret løsningsforslag, der kan implementeres direkte hos virksomheden. Eleverne skal fordybe sig i et konkret forslag, fremfor at slå brede penselstrøg. Nedenfor ses to tænkte eksempler, hvor det konkrete og dybdegående eksempel er fremhævet i detaljer.

Nedenfor er 2 løsningsforslag beskrevet med tilhørende eksempler på bedømmelse. Den første gruppe har valgt en bred besvarelse med flere forskellige forslag, mens gruppen i eksempel 2 har valgt en konkret løsning og arbejdet i dybden med deres besvarelse.
Af bedømmelse fremgår det, at eksempel 1 kun får en score på 5 point ud af 15 mulige i forhold til bedømmelseskriterierne ”realiserbart” og ”målgruppe”, mens eksempel 2 får max point.

Bemærk at der er flere sider i PDF’en

To Forslag - Udgave til undervisere 2021

Har du spørgsmål?

Du er velkommen til at kontakte projektleder, Morten Christoffersen.

morc@merkura.dk

Mobil: 4171 5705