

Før <i>(Før casen bliver introduceret)</i>	Under <i>(Arbejdet med casen)</i>	Efter <i>(Opsamling efter casen)</i>
<p>Før eleverne bliver introduceret til casen, skal de have en introduktion til begrebet segmentering.</p> <p>Underviseren skal læse casen "Project Zero" igennem, samt sætte sig ind i de forskellige "energityper"</p>	<p>Underviseren introducerer casen Project Zero til eleverne samt de forskellige "energityper".</p> <p>Efter introduktionen tager alle testen: Hvilken energitype er du?, som findes inde i casen.</p> <p>Efter færdiggørelsen af testen, skal eleverne deles ind i grupper, hvor de skal diskutere følgende:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vælg en "energitype" og kom med eksempler på produkter, der kan matche med "energitypen". 2. Kan ens "energitype" bruges i forhold til trends inden for købsadfærd? 	<p>Efter man har arbejdet med casen, kan man på klassen arbejde videre med følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indsamle data på klassen – hvordan ser klassen "energityper" ud? - Lave diagrammer over klassens "energityper" og sammenholde det med conzoom. - Anvende appen WATTS, som man hører om i case 4 til at komme med forslag til parametermix til "energitypen"
<p>Faglige mål:</p> <p>Bæredygtighed er noget, som fylder mere og mere i forbrugernes hverdag. De forventer, at man kan handle ind på en bæredygtig måde. Virksomhederne skal tilpasse sig, så de fremstår bæredygtigt. De skal have styr på forsyningskæden og konceptet, så alle i virksomheden agerer ud fra samme bæredygtige agenda.</p> <p><u>Efterspørgsel / Niveau D +C:</u></p> <p><i>"Anvende metoder til at segmentere markeder og vælge operationel målgruppe"</i></p> <p><i>"Anvende metoder til at beskrive (simpel) købsadfærd og trends i forhold til et konkret produkt eller virksomhed"</i></p>		

Udarbejdet af: Casper Christoffersen (Tietgen), Camilla Sand (Aalborg Handelsskole), Jens Dræby (Tietgen) og Kasper Laursen (Viden Djurs)