

Provkonstruktion

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Handel och hållbar utveckling

Tema: Handelns ansvar och företags hållbarhet

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse av företagens ansvar inom handel och hur hållbarhet kan integreras i affärsstrategier. Provets frågor syftar till att utvärdera både kunskaper om central teori samt förmåga att analysera och resonera kring praktiska exempel på hållbarhet.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla företags ansvar inom handel samt hur hållbarhet kan integreras i affärsstrategier. Detta innefattar diskussioner om Corporate Social Responsibility (CSR) och hur företag kan ta ansvar för sina sociala och miljömässiga påverkan genom att utveckla och implementera hållbara affärsmodeller.

Kunskapskrav

Eleven redogör för begreppet företags samhällsansvar och hur det kan tillämpas inom handeln. Eleven anger exempel på hur företag kan arbeta med hållbarhetsfrågor genom att analysera sina egna affärsmodeller och förklara hur dessa relationer påverkar olika intressenter.

Prov

Faktafrågor

1. Vad innebär Corporate Social Responsibility (CSR)?

- A. Att företag ansvarar för sina anställdas välmående

- B. Att företag självreglerar sin verksamhet utifrån etiska riktlinjer
- C. Att företag måste betala skatt i de länder de verkar i
- **D. Att företag tar ansvar för sin påverkan på samhälle och miljö**

2. Vilket av följande är ett exempel på en hållbar affärsmodell?

- **A. Fokusera på att minska avfall och öka återvinning**
- B. Maximera kortsiktig vinst utan hänsyn till miljön
- C. Använda billig arbetskraft utan att ta ansvar för arbetsförhållanden
- D. Öka produktion utan att överväga miljöpåverkan

3. Vilka aspekter ingår i begreppet företags samhällsansvar?

- A. Ekonomisk, social och miljömässig påverkan
- **B. Social, ekonomisk och etisk påverkan**
- C. Kostnadsbesparingar och produktivitet
- D. Endast ekonomiska resultat

4. Vilket av följande företag är kända för hållbarhetsinitiativ?

- A. Nokia
- **B. Patagonia**
- C. Blockbuster
- D. Kodak

5. Vad är ett nyckelmål för hållbarhetsstrategier?

- A. Att öka produktpriser för att maximera vinst
- **B. Att minska negativ miljöpåverkan**
- C. Att expandera företaget internationellt
- D. Att maximera aktieägarvärde

6. Vilken dimension ingår i CSR?

- A. Kulturell påverkan
- **B. Miljömässig påverkan**
- C. Teknologisk påverkan
- D. Temporär påverkan

7. Vad driver efterfrågan på hållbara produkter?

- A. Ökade produktionstider
- **B. Kunder som medvetet väljer miljövänliga alternativ**
- C. Stigande konsumtionspriser
- D. Begränsad tillgång på resurser

8. Vad är en potentiell risk med bristande hållbarhet i verksamheter?

- **A. Negativ påverkan på företagets rykte**
- B. Ökade produktionskostnader
- C. Större marknadsandelar
- D. Högre anställdas produktivitet

9. Vad innebär transparens inom företags hållbarhet?

- A. Att företag ger mindre information till allmänheten
- **B. Att företag öppet redovisar sina hållbarhetsinsatser**
- C. Att företag begränsar insynen i sina affärsstrategier
- D. Att företag håller sina metoder hemliga

10. Vilket syfte har en hållbarhetsplan för ett företag?

- A. Att öka kortsiktig lönsamhet
- **B. Att integrera hållbarhet i affärsstrategin**
- C. Att minska personalens ansvar
- D. Att formulera nya produktlinjer

11. Vad är skillnaden mellan strategisk och operationell CSR?

- A. Strategisk CSR handlar om kortsiktiga vinster
- **B. Strategisk CSR integreras i affärsmodellen medan operationell CSR fokuserar på dagsaktuella insatser**
- C. Ingen skillnad
- D. Operationell CSR är viktigare än strategisk CSR

12. Hur kan företag mäta sin hållbarhet?

- **A. Genom att utföra hållbarhetsrapporter och analysera resultat**
- B. Genom att öka produktionen
- C. Genom att fokusera enbart på ekonomiska resultat
- D. Genom att ignorera kundernas krav

13. Vad kan företag göra för att involvera sina kunder i hållbarhetsarbete?

- A. Ge kunder incitament för att köpa mer
- **B. Inkludera kunder i utvecklingen av hållbara produkter**
- C. Minskning av produktutbudet
- D. Fokusera på endast att öka vinsten

14. Vilken typ av ledarskap krävs för att genomföra hållbarhetsinitiativ i företag?

- A. Autokratisk ledarskapsstil
- **B. Participativ ledarskapsstil**
- C. Laissez-faire ledarskap

- D. Transaktionellt ledarskap

15. Vilka intressenter är viktiga att beakta i företagets hållbarhetsstrategier?

- **A. Medarbetare, kunder, leverantörer och samhälle**
- B. Endast aktieägare
- C. Bara kunder
- D. Bara myndigheter

Resonerande frågor

1. Hur kan företag balansera vinstmaximering med socialt ansvar och hållbarhet? (Denna fråga ger eleverna möjlighet att visa sin förmåga att analysera konflikter i affärsstrategier och ge insikter om företagets komplexa beslut.)

2. Vilka risker är kopplade till att inte integrera hållbarhet i företagsstrategin? (Eleverna får här möjlighet att diskutera de långsiktiga konsekvenserna av bristande hållbarhet och ge exempel från verkliga fall.)

3. På vilket sätt kan konsumenter påverka företagets hållbarhetsstrategier genom sina köpbeslut? (Frågan uppmanar eleverna att reflektera över konsumentmakt och ge konkreta exempel på hur detta fungerar.)

4. Vilka faktorer bör företag överväga när de utvecklar hållbara affärsmodeller? (Den här frågan kräver djupare analys av olika aspekter av hållbarhet och affärsstrategier.)

5. Hur kan företag kommunicera sina hållbarhetsinsatser till sina intressenter? (Genom att svara på denna fråga kan eleverna visa förståelse för kommunikationens betydelse i hållbarhetsarbete.)

6. Vilken roll har innovation i genomförandet av hållbara affärsstrategier? (Frågan öppnar för diskussion om hur och när företag kan innovativa lösningar för att bli mer hållbara.)

7. Hur kan samarbete mellan olika aktörer främja hållbarhet inom handeln? (Eleverna får möjlighet att resonera kring betydelsen av samarbeten för att uppnå hållbarhet.)

8. Vilka långsiktiga effekter kan hållbara affärsstrategier ha på samhället? (Frågan ger eleverna möjlighet att tänka kritiskt om de bredare konsekvenserna av företagets hållbarhetsinsatser.)

Bedömning

Provet bedöms med följande poängsystem:

Faktafrågor: Varje korrekt svar ger 1 poäng.

Resonerande frågor: Varje korrekt och välformulerad svar ger 2 poäng.

För betyg E krävs totalt 8 poäng, för betyg C krävs totalt 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för betyg A krävs totalt 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).