

Styrelsen for Undervisning og Kvalitet
EUD Kontoret
2015

Vejledning
**Grundfags-
bekendtgørelsen**

Afsætning

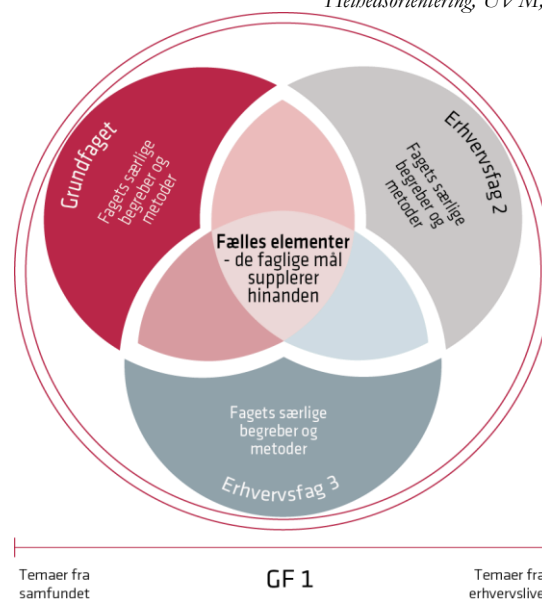
Grundfag og reformens intentioner

Denne vejledning indeholder forklarende kommentarer til nogle af nogle af den gældende bekendtgørelses bestemmelser, men indfører ikke nye bindende krav. Alle bindende bestemmelser for undervisningen og prøverne i erhvervsuddannelserne findes i uddannelseslovene og de tilhørende bekendtgørelser; herunder fagbilagene i bekendtgørelsen om grundfag.

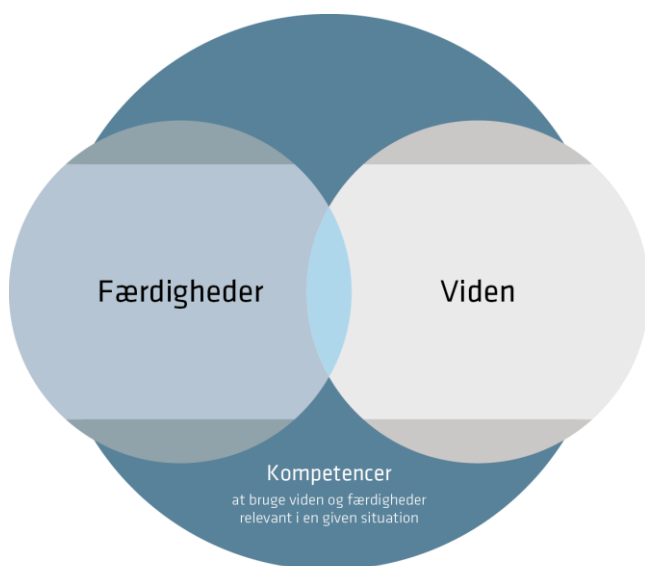
Vejledningen kortlægger fagets rolle i erhvervsuddannelserne og præciserer sammenhængen mellem grundfaget og øvrige fag i uddannelserne. Vejledningen understøtter en helhedsorienteret tilgang med henvisninger til eksempler fra undervisningspraksis.

Eksempler på god praksis samt anbefalinger og inspiration udgør dermed et af ministeriets bidrag til faglig og pædagogisk fornyelse.

Helhedsorientering, UVM, 2015



Viden – færdigheder – kompetencer



Beskrivelsen af de faglige mål tager udgangspunkt i den europæiske brug af begreber, hvor faglige mål kaldes læringsudbytte og indeholder begreberne viden, færdighed og kompetence.

1. Viden er noget man har - beskriver de indholdsområder, stofområder og faglige områder, som man beskæftiger sig med i faget.
2. Færdighed er noget man kan - en dygtighed og en evne for et eller andet. Færdigheder viser sig i form af teknikker og indgår i udførelsen af opgaver og problemer.
3. Kompetence er noget man gør - elevens potentielle handlingsformåen i en given situation og elevens evne til at gøre noget i bestemte kontekster. Kompetencer betyder at man har viljen og evnen til at bruge sin viden og sine færdigheder i en given situation.

Inspiration og guidelines

[Bekendtgørelse om grundfag, erhvervsfag og erhvervsrettet andetsprogsdansk i erhvervsuddannelserne](#), juni 2014

Viden, færdigheder, kompetencer: [Den taksonomiske beskrivelsesramme for grundfagenes faglige mål](#), juni 2014

Begrebsapparatet der er benyttet i vejledningen: ["Definition af pædagogiske begreber"](#), oktober 2014

Eksamener: [De fire grundelementer ved prøver og eksamen](#) samt tjekliste og spørgeguide

[Guideline for censor og underviser i forbindelse med eksamen](#)

Indhold

1. Identitet og formål.....	3
1.1 Identitet.....	3
1.2 Formål.....	3
2. Faglige mål og fagligt indhold.....	4
2.1 Faglige mål, 2.2 Kernestof, 2.3 Supplerende stof.....	4
Niveau F.....	4
Niveau E.....	7
Niveau C (suppleret med niveau D).....	10
Undervisningscases.....	12
3. Tilrettelæggelse.....	13
3.1 Didaktiske principper og 3.2 Arbejdsformer.....	13
3.3 It i undervisningen.....	14
3.4 Samspil med andre fag.....	14
I undervisningspraksis.....	14
4. Dokumentation.....	14
5. Evaluering.....	14
5.1 Løbende evaluering.....	14
5.2 Afsluttende standpunktsbedømmelse.....	15
5.3 Afsluttende prøve.....	15
5.3.1 Eksaminationsgrundlag.....	15
5.3.2 Bedømmelsesgrundlag.....	16
5.3.3 Bedømmelseskriterier.....	16

Indledning

Der er udarbejdet en række undervisningscases, som retter sig mod centrale temaer i faget. Disse indgår i vejledningen i overordnet form og er tilgængelige i fuld længde [på emu.dk](http://pa.emu.dk). Her indgår forslag til de faglige mål, kernestof og supplerende stof, der kan inddrages i de enkelte cases samt forslag til anvendelse af didaktiske og pædagogiske metoder ved tilrettelæggelse og gennemførelse af forløbene.

1. Identitet og formål

1.1 Identitet

Fra fagbilaget: Afsætning er et samfundsvidenskabeligt fag. Faget beskæftiger sig med private og offentlige virksomheders forhold til den nationale og internationale omverden og med virksomhedernes afsætningsmæssige beslutninger. Faget udvikler elevens kompetencer indenfor salg, service, rådgivning, markedsanalyse og markedskommunikation.

Faget afsætning er et kernefag. Indenfor alle områder af erhvervsuddannelserne vil virksomhederne eller organisationerne beskæftige sig med at afsætte en vare eller levere en serviceydelse. Ikke nødvendigvis et produkt som en kunde afregner direkte for, men uanset om det er kontormedarbejderens administrative arbejde, SOSU assistentens plejeaktiviteter, butikkens salg af varer eller forretningens serviceydelser, så kan det afsætningsmæssige aspekt være involveret.

Inden en vare eller serviceydelse kan afsættes, skal der være foretaget en række analyser og overvejelser. Herefter forestår selve afsætningsprocessen og endelig vil der udstå en efterbehandling. Faget afsætning indeholder disse områder.

1.2 Formål

Fra fagbilaget: Formålet med undervisningen er, at eleverne opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder viden og færdigheder i afsætning med vægt på salg, service, rådgivning, markedsanalyse og markedsføring, så eleverne kan varetage arbejdsopgaver inden for disse områder. Eleverne skal gennem arbejde med konkrete afsætningsmæssige problemstillinger få styrket deres evne til at afsætte produkter og tjenesteydelser samt forstå offentlige og private virksomheders strategiske grundlag for valg af konkrete afsætnings-, salgs- og servicekoncepter.

Eleven skal tilegne sig færdigheder, faglig viden og afsætningsmæssige kernekompetencer, herunder en grundlæggende forretningsforståelse. Denne kompetence skal bringes i spil indenfor elevens uddannelsesområde og kunne anvendes i en tværfaglig kontekst, herunder i problembaserede cases.

2. Faglige mål og fagligt indhold

2.1 Faglige mål, 2.2 Kernestof, 2.3 Supplerende stof

Dette afsnit udfolder og eksemplificerer de enkelte niveaus faglige mål, kernestof og supplerende stof.)For det enkelte fagniveau er mål og kernestof udfoldet som inspiration til elevens arbejde med de konkrete emner. Beskrivelsen af fagniveauerne indeholder:

- fagniveauets karakteristika
- udfoldning af fagmålene
- undervisningseksempler
- mind map med fagniveauets emner

Niveau F

Undervisningens omdrejningspunkt på niveau F er ”den gode sælger/servicemedarbejder” og omhandler forhold, der har indflydelse på kundernes oplevelse af en salgs- eller serviceproces. Der lægges vægt på elevens forståelse og anvendelse af salgs- og kommunikative værktøjer, der har betydning for det personlige salg eller den personlige service, samt på anvendelse af markedsføringsmæssige metoder og fremstillingsformer.

Et vigtigt aspekt er, at virksomheden og dens kunder/klienter eller borgere oplever medarbejderen som en dygtig sælger/servicemedarbejder. Uanset om man uddanner sig til frisør, kosmetiker, fitnessinstruktør eller salgsassistent, så er det primære at give kunderne en god oplevelse.

Undervisningen kan gøres helhedsorienteret ved at eleverne vælger hver deres virksomhed, hvor de redegør for og demonstrerer, hvordan den gode sælger/serviceassistent skal optræde i netop den virksomhed.

Kernestoffet er det faglige indhold, der som minimum skal indgå i undervisningen.

Det supplerende stof uddyber og perspektiverer kernestoffet, og bør medtages i det omfang, at det er relevant for elevens uddannelsesretning. Eksempelvis vil det være relevant at inddrage både købeloven, eksponering og butiksindretning for elever, der uddanner sig inden for detailområdet, f.eks. frisørfaget eller butik.

Det væsentlige i undervisningen er elevens praktiske arbejde med anvendelse af salgsværktøjer. Udgangspunktet for opnåelse af de faglige mål er derfor anvendelsesorienteret, så eleven i videst muligt omfang lærer om personligt salg gennem praktiske øvelser og opgaver.



I undervisningspraksis

Det kan foregå via rollespil foran klassen eller videooptagelser af rollespil. Ved at lade elever optage det på video inddrages også elevernes it-kompetencer. Problemstillingerne i rollespillene bør tage udgangspunkt i virkelighedsnære problemstillinger, hvor målet er, at eleverne får trænet deres kropssprog og kommunikative evner. Man kan vælge at fokusere på det gode eksempel eller opfordre til, at sælgeren skal fremstå som det dårlige eksempel f.eks. ud fra ideen: find fem fejl. Endelig kan det være en god idé at arrangere et besøg hos kommunen eller en privatejet virksomhed, der vil fortælle om deres salgs- og service principper. Elevernes egne erfaringer fra fritidsjob eller som kunder bør inddrages i undervisningen.

Mål 1: Redegøre for betydningen af personlig fremtræden, kropssprog og mundtlig kommunikation i salg eller rådgivning

I undervisningen fokuseres på kommunikation og kropssprog. Eleven bliver bevidst om egen personlig fremtræden og de signaler man sender med sit kropssprog.

Eleven opnår forståelse for, at kunder er forskellige og introduceres for forskellige kundetyper og kommunikative værktøjer, der skal tackle disse kundetyper. Eleven skal, via aflæsning af kropssprog og anvendelse af "4 x 20 reglen", kunne kategorisere en kunde og herefter betjene kunden optimalt. Eleven bør kende til forbrugergrupper, herunder de voksende forbrugergrupper som f.eks. TWEENS og det grå guld.

Mundtlig kommunikation er vigtig for en sælger, hvorfor eleven introduceres for en række kommunikative værktøjer, som kan anvendes i salgsarbejdet. Et kommunikationsværktøj kan f.eks. være kommunikationsmodellen med afsender, modtager, kanal og støj.

Undervisningen giver eleven kendskab til forskellige former for salg (telefonsalg, klassisk salg, selvbetjening og rådgivende salg). Et vigtigt element i undervisningen er at gøre eleven bevidst om, hvilke salgs- og serviceegenskaber, der er væsentlige indenfor forskellige former salgsarbejde. Elever inden for servicefagene skal lære, hvordan man i netop deres fag ved hjælp af bl.a. kropssprog og kommunikation, kan yde en god service.

Den gode sælger kan formulere relevante spørgsmål til kunderne. Et element i undervisningen kan derfor være at arbejde med gode spørgsmålsformuleringer, så sælgeren får kunden i dialog.

Reklamationsbehandling er ligeledes et vigtigt område. Eleven skal klædes på til at tackle kundereklamationer. Her skal eleverne have kendskab til købelovens bestemmelser om sælgers pligter og kundens rettigheder samt reklamationsretten. Herunder hører viden om returret ved e-handel og køb i en fysisk butik.

Eleven gøres bevidst om vigtigheden af god hygiejne og formålet med dresscode. Det vil være relevant at komme ind på, hvilke personlige kompetencer en god sælger/servicemedarbejder har.



I undervisningspraksis

Med udgangspunkt i problemorienterede salgs- og service situationer kan eleverne opføre i grupper rollespil eller videooptagelse af rollespil. Dette kan eventuelt foregå i en fysisk virksomhed.

Mål 2: Redegøre for forskellige faser i en salgs- eller rådgivningsproces og anvende dette i en autentisk situation.

Hvordan kan man åbne en dialog med kunden, analysere kundens behov for til sidst at vejlede hen mod det rette produkt og få afsluttet salget? Der fokuseres på det centrale i forbindelse med elevens uddannelsesretning. Eleven introduceres for salgstrappens 6 trin og skal efterfølgende kunne anvende teorien i en autentisk situation.



I undervisningspraksis

I grupper kan opføres rollespil eller videooptagelse af rollespil eventuelt i en fysisk virksomhed, hvor eleven demonstrerer brug af salgstrappen i sit salgsarbejde.

Mål 3: Redegøre for og anvende principperne for salg og rådgivning, herunder personligt salg eller rådgivning af kunder, borgere eller klienter

Eleven skal beskæftige sig med sin uddannelsesretning og kunne diskutere principper for salg og rådgivning. Under principper forstås, hvad der ligger til grund for det optimale salg og den optimale rådgivning af enten kunder, borgere eller klienter. Eleven skal lære at en god sælger/servicemedarbejder skal kunne lytte til kundens behov og ønsker. Det gælder såvel en kunde hos en frisør, i et fitness center eller en borger i kommunen. Samtidige at det er vigtigt at kunne stille afklarende spørgsmål inden det egentlige rådgivningsarbejde går i gang.

Indenfor ethvert fag i erhvervslivet er der en række oplæringsområder. Eleven arbejder med konceptstyring, salg, produktet og driften af virksomheden. En medarbejder skal efterleve virksomhedens politikker for god kundeservice.

Stadig mere salg og rådgivning foregår online, hvorfor undervisningen også bør komme omkring principper for salg og markedsføring, via f.eks. e-handel, borgerservice.dk og netbank.



I undervisningspraksis

I grupper kan opføres rollespil eller videooptagelse af rollespil eventuelt i en fysisk virksomhed, hvor eleven demonstrerer anvendelse af principperne for salg og rådgivning, med udgangspunkt i elevens uddannelsesretning.

Mål 4: Anvende markedsføringsmæssige metoder og fremstillingsformer

Eleven opnår viden om markedsføringsmæssige metoder og fremstillingsformer og kan anvende disse.

Med markedsføringsmæssige metoder menes fx annoncer, plakater, brochurer, online markedsføring (sociale medier, nyhedsmails, hjemmeside), pressemeddelelse, butikssindretning, butiksmiljø, events mv. Det omfatter de metoder, som virksomheden/ organisationen/ foreningen kan anvende for at få sit budskab ud til målgruppen.

Fremstillingsformer kan f.eks. være budskabet i reklamen og det grafiske layout. Det kan også være udarbejdelse af en butikssindretning via et it-program eller en fysisk model. Eleven udarbejder en markedsføringsaktivitet med et budskab og vælger de rette medier i forhold til målgruppen. Det forudsætter at eleven kan beskrive målgruppen ud fra segmenteringskriterier såsom demografiske og geografiske forhold, købsadfærd og livsstil.

Eleven udformer en reklame med udgangspunkt i AIDA modellen, som et værktøj til at skabe en effektiv reklame.



I undervisningspraksis

Eleven kan vælge en virksomhed/organisation inden for sit uddannelsesområde og udarbejde en reklame samt vælge markedsføringsmedier. Der kan arbejdes tværfagligt med faget dansk ved udarbejdelse af en reklamekampagne. Her vil den skriftlige kommunikation være i fokus.

Mål 5: Redegøre for relevante love og regler, der tager sigte på at beskytte kunder, klienter eller borgere i forbindelse med salg og rådgivning

Følgende love er relevante at inddrage i undervisningen: købeloven, markedsføringsloven, forbrugeraftaleloven og persondataloven.

- I købeloven fokuseres på sælgers pligter og købers rettigheder samt reklamationsfristen.
- Markedsføringsloven giver anvisninger på, hvad en virksomhed må og ikke må i sin markedsføring overfor kunderne.
- Forbrugeraftaleloven indeholder bl.a. regler om e-handel. Her er fortrydelsesfristen forskellig alt efter om der handles via fjernsalg eller via en fysisk butik.
- Persondataloven er vigtig, da det ikke er alle typer af oplysninger, som virksomheder må registrere om deres kunder eller klienter. I den forbindelse er det vigtigt, at eleven forstår forskellen på, hvad en offentlig virksomhed må registrere om borgere og hvad en privat virksomhed må registrere. Endelig kan man komme ind på forhold som tavshedspligt og professionsansvar.



I undervisningspraksis

Eleven kan vælge en virksomhed/organisation inden for sin uddannelsesretning og redegøre for væsentlige love og regler, som skal efterleves. Eleverne præsenteres for problemorienterede cases, hvor eleven skal finde løsninger med udgangspunkt i lovenes forskrifter.

Links til uddybende materialer



Til inspiration

Se også emu.dk for [samlet oversigt over undervisningscasene](#), samt [mind map ”Den gode sælger”](#) med målene for faget afsætning, niveau F.

Niveau E

Undervisningens omdrejningspunkt er “Virksomheden og dens omverden”.

For at kunne fremstå som en troværdig, engageret og vidende sælger/servicemedarbejder skal man have kendskab til virksomheden og dens omverdenen. Det er væsentlig eksempelvis at kende til virksomhedens interessegrupper, herunder ydelse og modydelse i forhold til de enkelte grupper. Her tænkes ikke bare i forhold til den afhængige omverden (kunder, konkurrenter osv.), men også den uafhængige omverden (lovgivning, demografi, økonomi mv.).

Det væsentlige i undervisningen er elevens praktiske arbejde med anvendelse af teorier og modeller. Udgangspunktet for opnåelse af de faglige mål er derfor anvendelsesorienteret, så eleven lærer om virksomheden via en helhedsorienteret og praksisnær tankegang.

Undervisningen kan gøres helhedsorienteret ved at eleverne vælger hver deres virksomhed, f.eks. i lokalområdet, og med udgangspunkt i denne redegør for virksomhedens omverden og udviklingsmuligheder. Man kan lade det være en mulighed for eleverne at opsøge den pågældende virksomhed for et interview. På denne måde bliver undervisningen mere praksisnær for eleverne.

Alternativt kan eleverne simulere start af egen e-handelsvirksomhed og med denne som udgangspunkt arbejde sig igennem målkravene.

Undervisningen kan bygges op som en kombination af korte læreroplæg, hvorefter eleverne arbejder med teorien og den virksomhed, som de har valgt. Eleverne kan løbende aflevere besvarelse af deres opgaver, således at de kan evalueres på den skriftlige kommunikation. Forløbet kan afsluttes med gruppefremlæggelser, hvor eleverne evalueres på mundtlig kommunikation.

Undervisningen kan gøres helhedsorienteret og tværfaglig i et samarbejde med faget it og dansk og de uddannelsesspecifikke fag, som udtryk for elevens uddannelsesvalg. Et af de faglige mål på niveau E omhandler e-handel, som også behandles i faget it. Derudover kan man i forløbet stille krav til anvendelse af programmer, som eleven skal bruge i forbindelse med opgaver og fremlæggelser. Eleven skal også søge information på nettet og i denne forbindelse kan underviseren introducere til søgedatabaser såsom SKODA. Dansk kan inddrages i forhold til mundtlig og skriftlig kommunikation samt intern og ekstern kommunikation. Derudover kan undervisningen gøres til genstand for en dansk-faglig vurdering mundtligt som skriftligt. Elevens egne erfaringer fra bl.a. fritidsjob bør i videst mulig omfang inddrages i undervisningen.

Mål 1: Kommunikere om markedsføringsmæssige forhold i mundtlig og skriftlig form

Undervisningen giver eleven mulighed for mundtlige fremlæggelser og skriftlige afleveringer. Mundtlige fremlæggelser kan være foran klassen. Det kan foregå offline, dvs. fysisk på skolen. Men it-værktøjer giver også mulighed for en fremlæggelse via digitale kommunikationsmedier, aflevering af præsentation med speak eller videoklip med elevens fremlæggelse. Målet skal ses i tæt sammenhæng med de øvrige mål på niveauet.

Mål 2: Redegøre for virksomheders nær- og fjernmiljø

Undervisningen indeholder omverdensmodellen, der omhandler virksomhedens nær- og fjernmiljø. Eleven opnår en forståelse for, at der er forhold, som virksomheden kan påvirke og forhold, som virksomheden må tilpasse sig.

Mål 3: Redegøre for udviklingen i salg- og service i den private og offentlige sektor

Der bør i undervisningen arbejdes med begreber, som er en forudsætning for, at eleverne kan redegøre for udviklingen i salg og service i den private og offentlige sektor. Dette kan f.eks. være begreberne: Handelsvirksomheder, grossister/engroshandler, detailforretninger, distributionskæder, sortiment, brancheglidning, oplevelsesøkonomi.

Undervisningen skal indeholde introduktion til forskellige forretningskæder, herunder forskellen på kædetyper og fordele og ulemper ved at være med i et kædesamarbejde. Et vigtigt element er også e-handlens betydning for den fremtidige udvikling i sektorerne.

Eleverne får et overordnet kendskab til den offentlige sektor og de udviklingstendenser, der gør sig gældende.



I undervisningspraksis

Her kan man komme ind på den digitale borger <http://www.borger.dk>, Nem-ID og Digital signatur samt fordelene og ulemperne ved den teknologiske udvikling. Undervisningen kan også have et fokus på

sundhedsvæsenet for at give eleverne et indblik i denne sektors udviklingstendenser, herunder robotstøvsugereren hos de ældre, færre men større sygehuse, elektroniske patientjournaler (EPJ) mv.

Mål 4: Redegøre for virksomheders idégrundlag, idé og mål samt identificere brancherelevante virksomheders politikker og koncepter for salg, rådgivning og markedsføring

Eleven opnår indsigt i og forståelse for, at private og offentlige virksomheder styres forskelligt og grundlæggende har forskellige mål.

Eleven skal lære at analysere en virksomheds stærke og svage sider samt muligheder og trusler ved hjælp af SWOT-modellen. I denne sammenhæng er det vigtigt, at eleven kender forskel på en løs idé og en forretningsidé, som er fundamentet for virksomheden. Der introduceres til begrebet operationelle mål og formuleres operationelle mål med udgangspunkt i en virksomhed. Eleven formulerer politikker som retningslinjer for, hvordan virksomheden skal nå målene.

Der introduceres til de tre forskellige niveauer i en virksomhed (strategisk, taktisk og operationelt). Eleverne afdækker: På hvilket niveau bliver en given opgave gennemført? Hvem fastlægger f.eks. idégrundlaget, planlægger reklamekampagner osv.? Hvorfor er det vigtigt, at virksomheden har et forretningskoncept og hvad ligger i begrebet servicekoncept?

Mål 5: Redegøre for brancherelevante konkurrenceforhold

Der introduceres til en række begreber for at opnå en sammenhængende forståelse af konkurrenceforholdene. Dette kan f.eks. være betydningen af markedsøkonomi, markedsandele samt snæver og bred konkurrence. Konkurrenceforhold:

- Hvem er konkurrenterne (bred og snæver konkurrence)?
- Hvilken konkurrenceform er der i branchen?
- På hvilket marked konkurreres der (homogent eller heterogent)?
- Analyse af konkurrenter
- Hvilken konkurrencemæssig position indtager virksomheden i forhold til konkurrenterne?
- Hvordan er markedsopdelingen (potentielt, effektivt og latent marked)?

Modellen ”Porters Five Forces” kan eventuelt introduceres som et analyseværktøj.

Mål 6: Identificere muligheder og udfordringer ved elektronisk handel

Undervisningen skal give eleven mulighed for at kende virksomhedernes digitale muligheder. Dette kan f.eks. være online markedsføring, organisk søgning via Google, og e-handel med kunder og leverandører. Eleven redegør for fordele og ulemper ved e-handel set fra virksomhedens og fra kundens synspunkt.

Der skabes indsigt i, hvordan man rent praktisk kan starte en e-handels butik. Hvilke overordnede løsninger skal der til og hvilke overordnede arbejdsopgaver indgår. Her kan skelnes mellem online opgaver og offline opgaver. En overset ressource og krævende offline opgave ved e-handel er forsendelse af produkter til kunder. Det giver også anledning til at diskutere, hvor lang leveringstid, der er acceptabelt i dag.

Undervisningen omhandler, hvilke produkter eller serviceydelser, der er mest udbredt ved elektronisk handel og udviklingstendenserne, f.eks. i supermarkedsbranchen, og kan i denne forbindelse inddrage overvejelser om produkters egnethed til e-handel.

Undervisningen rummer også viden om sikkerhed omkring e-handel. Hvordan kan en virksomhed sikre sig bedst muligt, og hvordan kan man gøre kunderne trygge ved at handle på siden?



I undervisningspraksis

Her kan man f.eks. komme ind på E-mærket, krypterede forbindelser (SSL) og Trustpilot. Eleven opnår kendskab til, hvilke oplysninger der skal fremgå af en hjemmeside.

Mål 7: Redegøre for relevante love og regler i forbindelse med salg

Følgende love og regler kan fx indgå i undervisningen:

- Købeloven, herunder forskellen på reklamationsret og garanti
- Aftaleloven
- Markedsføringsloven
- Forbrugeraftaleloven, herunder dørsalg
- Fortrydelsesret
- Helligdagsloven
- E-handelsloven



I undervisningspraksis

Eleven kan vælge en virksomhed/organisation (offentlig eller privat), hvor fagniveauets temaer konkret sættes i spil.

Links til uddybende materialer



Til inspiration

Se også emu.dk for [samlet oversigt over undervisningscasene](#), samt [mind map ”Virksomheden og dens omverden”](#) med målene for faget afsætning, niveau E.

Niveau C (suppleret med niveau D)

Der er i høj grad sammenfald mellem kernestoffet på niveau D og C, hvorfor disse niveauer er beskrevet samlet. Udgangspunktet for beskrivelsen er niveau C, som er slutmålet for hovedparten af de erhvervsuddannelser, hvor faget indgår. På niveau C skal eleven anvende teorier og modeller til løsning af afsætningsmæssige problemstillinger, hvor der på de underliggende niveauer i højere grad er tale om at kunne forstå og redegøre for begreber og metoder. Niveau D indeholder emnet svind og tab. Selvom det ikke eksplicit fremgår af kernestoffet på niveau C, bør elever, der afslutter dette niveau, beskæftige sig med emnet.

Der er en taksonomisk progression fra niveau D til C. Det væsentlige i undervisningen er elevens praktiske arbejde med anvendelse af afsætningsøkonomiske modeller. Udgangspunktet for opnåelse af de faglige mål er helhedsorienteret, anvendelsesorienteret og praksisnær undervisning. Undervisningen bør primært være problem- og projektorienteret, hvor der f.eks. kan tages udgangspunkt i elevvalgte virksomheder, der er

relevante for elevens uddannelsesretning. Eleven kan bidrage til formulering af en problemstilling som grundlag for det videre arbejde inden for kernestoffets rammer. Elevernes egne erfaringer fra fritidsjob mv. kan inddrages i undervisningen.

Dette afsluttende niveau bør føre frem til at eleven har et solidt kendskab til købmandskab og forretningsforståelse og kan anvende relevante metoder og værktøjer i sammenhæng med disse begreber. Hovedvægten i vejledningen er lagt på beskrivelse af problemorienterede cases, der i korte træk beskrives i selve vejledningsteksten med link til hele beskrivelsen på emu.dk.

Mål 1: Identificere grundlæggende afsætningsforhold på forskellige markeder

Eleven skal opnå kendskab til afsætningsforhold på forskellige markeder og kunne redegøre for forskellene. Markeder:

- B-t-C
- B-t-B (herunder delmarkeder)
- Det offentlige (serviceydelser og tjenester)

Eleven skal redegøre for, hvordan markederne adskiller sig fra hinanden, herunder købsadfærd og markedsføring. Undervisningen skal yderligere fokusere på området serviceydelser og tjenester i private eller offentlige virksomheder.

Mål 2: Anvende simple afsætningsøkonomiske modeller i brancherelevante sammenhænge

Eleven anvender afsætningsøkonomiske modeller i en given branche eller virksomhed. Afsætningsøkonomiske modeller kan f.eks. være:

- Markedsføringsplanens faser
- Markedsanalysens faser
- SWOT-modellen
- Målgruppesegmentering og SMUK modellen
- Livsstilsmodeller
- Konkurrentanalyse
- Skydeskivmodellen
- Omverdensmodellen
- De 4 P'er (Parametermix)

Mål 3: Anvende grundlæggende viden om konkrete virksomheders omverdensforhold, udbud og efterspørgsel til at begrunde afsætning og markedsføring i enkle, brancherelevante sammenhænge

Viden om omverdensforhold samt udbuds- og efterspørgselsforhold tager udgangspunkt i underliggende niveauerens kernestof. Denne viden sættes i spil sammen med brancherelevante afsætningsøkonomiske modeller, jf. mål 2 ovenfor.

I arbejdet med at begrunde afsætning og markedsføring inddrages også metoder til segmentering af markederne og fastlæggelse af målgrupper, der danner grundlag for tilrettelæggelse af virksomhedens parametermix.

Mål 4: Forklare begrebet branding

Eleven forklarer begrebet branding og de elementer, der skal til for at skabe et brand. Her kan man komme ind på fordele og ulemper ved at markedsføre et brand samt forskellene på direkte markedsføring og branding. Eleven bør kende til begreberne personlig branding og employer branding. Undervisningen omfatter både private og offentlige virksomheders branding strategier.

Mål 5: Bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds grundlæggende markedsforhold

Hvordan bearbejdes de informationer, som virksomheden har tilegnet sig ved analysen af virksomhedens markedsforhold? Elevens opgave bliver at sammenfatte delinformationer til noget brugbart, der kan præsenteres på en meningsfuld måde. Den opnåede viden skal give virksomheden et godt grundlag for at forstå og agere i virksomhedens markeds-mæssige kontekst.

Der arbejdes med at skabe et overblik over fagets grundlæggende elementer som anvendes i en problemorienteret/praksisnær sammenhæng. Desuden vil elevens formidlingsevne blive bragt i spil.

Links til uddybende materialer



Til inspiration

Se også emu.dk for [samlet oversigt over undervisningscasene](#), samt [mind map](#) ”[Forretningsforståelse](#)” med målene for faget afsætning, niveau D og C.

Undervisningscases

Der er udarbejdet en række undervisningscases, som retter sig mod centrale temaer i faget. Formålet med den enkelte case er beskrevet nedenfor med link til casen i fuld længde på emu.dk. For [samlet oversigt over casene](#), se emu.dk.

[Kundebetjening](#)

Formålet med casen er, at eleven opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder særlig viden og færdigheder i planlægning og gennemførelse af kundebetjening. Gennem arbejdet med en konkret praksisnær case skal eleven vurdere og betjene kunden i salgets faser, der skal styrke elevens evne til at afsætte produkter og tjenesteydelser for offentlige og private virksomheder.

[Markedsføringsplanen](#)

Formålet med casen er, at eleven opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder særlig viden og færdigheder i planlægning og opfølgning af en markedsføringskampagne. Eleven skal gennem arbejdet med konkrete og praksisnære markedsføringsmæssige problemstillinger styrke sin evne til at afsætte produkter og tjenesteydelser for offentlige og private virksomheder.

Business to business - B2B

Formålet med casen er, at eleven opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder særlig viden om virksomhedens distributionskæde samt færdigheder i afsætning med vægt på salg, service og rådgivning på forskellige markeder. Eleven skal gennem arbejde med konkrete afsætningsmæssige problemstillinger få styrket evnen til at afsætte produkter og tjenesteydelser, samt forstå offentlige og private virksomheders strategiske grundlag for valg af konkrete afsætnings-, salgs- og servicekoncepter.

Praktisk segmentering

Formålet med casen er, at eleven opnår grundlæggende forretningsforståelse, herunder særlig viden og færdigheder i at identificere den primære målgruppe for et produkt (fysisk eller serviceydelse), og dermed målrette marketingsmixet. Eleven skal gennem arbejde med konkrete praksisnære problemstillinger styrke evnen til at afsætte produkter og tjenesteydelser for offentlige og private virksomheder.

Markedsanalyse

Formålet med casen er, at eleven opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder viden om markedsforhold og færdigheder i planlægning og opfølgning på en markedsanalyse. Eleven skal gennem arbejde med konkrete praksisnære problemstillinger få styrket evnen til at afsætte produkter og tjenesteydelser for offentlige og private virksomheder.

Branding

Formålet med casen er, at eleven opnår en grundlæggende forretningsforståelse, herunder særlig viden og færdigheder i planlægning og gennemførelse af profilering/branding. Eleven skal gennem arbejde med konkrete praksisnære markedsføringsmæssige problemstillinger få styrket evnen til at afsætte produkter og tjenesteydelser for offentlige og private virksomheder.

3. Tilrettelæggelse

3.1 Didaktiske principper og 3.2 Arbejdsformer

Fagets mål bør i stor udstrækning skulle opnås ved anvendelse af helhedsorienteret og praksisbaseret undervisning. Arbejdet med de mange begreber og metodikker bør tilrettelægges anvendelsesorienteret, så eleven kan se meningen med og forstå anvendelsen af det eleven lærer. Samtidigt er det væsentligt, at eleven når frem til en forståelse, som peger ud over undervisningssituationen mod elevens uddannelsesområde og det erhverv eleven skal udøve efterfølgende.

I de udarbejdede undervisningscases er der fokus på elevens opnåelse af en grundlæggende forretningsforståelse ud fra et konkret praksisnært tema. Denne form skal bidrage til elevens helhedsforståelse for virksomhedernes problemstillinger, som kan knyttes til elevens teoretiske begrebsdannelse og elevens uddannelsesvalg.

Arbejdsformen bør være undersøgende, eksperimenterende og reflekterende, så den skærper elevens interesse og motivation for faget.

3.3 It i undervisningen

Der inddrages i videst muligt omfang informationsteknologiske værktøjer i undervisningen. Eksempler er inddragelse af præsentationsværktøjer og opbygning af hjemmeside, hvor den selvvalgte virksomhed præsenteres med udgangspunkt i elevens praktiske opgaveløsninger, brug af mindmap til idégenerering, brug af online konferenceværktøjer og simulering af e-handel.

3.4 Samspil med andre fag

Det skal være klart og tydeligt for eleven at fagets interaktion med andre fag kan fremkalde løsninger på konkrete praksisnære problemstillinger.



I undervisningspraksis

Eksempler herpå kan være:

- Erhvervsøkonomi kan inddrages i elevens arbejde med beskrivelse/analyse af private eller offentlige virksomheders idegrundlag, mål og politikker samt nær- og fjernmiljø.
- Dansk kan inddrages i elevens arbejde med at målrette reklame til målgruppen samt beskrivelse af behov og livsstil.
- Samfundsfag kan inddrages i elevernes beskrivelse af udviklingen i befolkningens sammensætning, købevne, national og international økonomi.
- Innovation kan inddrages i elevernes arbejde med identifikation og udvikling af virksomhedens politikker, koncepter og strategier.

4. Dokumentation

På niveauerne F og E kan den løbende dokumentation eksempelvis bestå af skriftlige opgaver, caseopgaver, rapporter, præsentationer, rollespil og synopsis. Dokumentationer skal fordeles jævnt over undervisningsforløbet og være redskaber for bedømmelse og evaluering af eleven.

På niveau D og C arbejder eleven med en brancherelevant case, som nærmere beskrevet i fagbilaget. Det er skolen, der i den lokale undervisningsplan fastsætter rammerne for projektets varighed og omfang.

5. Evaluering

5.1 Løbende evaluering

Den løbende evaluering i faget har til formål at understøtte progressionen i elevens læring og at fremme en proces, hvor eleverne reflekterer over deres faglige udvikling i sammenhæng med faget og erhvervsuddannelsen som helhed.

Evalueringen har til formål at vejlede eleven om standpunkt og udbytte af undervisningen. Dette vil normalt foregå som feedback i den daglige undervisning. Formålet med at evaluere eleven er, at skærpe elevens fokus på hvad eleven har lært og dermed optimere den videre læring.

I forbindelse med den løbende evaluering er det vigtigt, at bedømmelsen foregår systematisk og at bedømmelseskriterierne er tydelige for eleven, så eleven har mulighed for at måle sig op ad de krav, der stilles i undervisningen. Præcise og italesatte bedømmelseskriterier er en forudsætning for en meningsfuld og motivationsskabende løbende evaluering.

5.2 Afsluttende standpunktsbedømmelse

Standpunktskarakter afgives på baggrund af en samlet vurdering af elevens præstation sammenholdt med fagets mål. Evalueringen sker på et grundlag og på præmisser, som elevens skal kende. Hvor der er tale om integration med et eller flere andre fag er det vigtigt at sikre, at fagets mål varetages og evalueres på tilstrækkelig tydeligt grundlag.

Klarhed om kriterierne er en forudsætning for at sikre, at fagets mål tilgodeses og indgår i evalueringen af elevens standpunkt.

5.3 Afsluttende prøve

Der afholdes ikke afsluttende prøve på niveau F og E.

På niveau D og C afholdes en mundtlig prøve, der tager udgangspunkt i elevens dokumentation, det er beskrevet nærmere i fagbilaget. Dette gælder dog ikke, hvis faget er omfattet af bestemmelserne om caseseksamen, jf. nedenfor.

Fagets niveau D og C afholdes som en caseeksamen, jf. bestemmelserne i § 9 i bekendtgørelse om grundfag, erhvervsfag og erhvervsrettet andetsprogsdansk, når faget gennemføres indenfor følgende uddannelser:

- 1) Detailhandelsuddannelse med specialer
- 2) Eventkoordinatoruddannelsen
- 3) Finansuddannelsen
- 4) Generel kontoruddannelse
- 5) Handelsuddannelse med specialer
- 6) Kontoruddannelse med specialer
- 7) Sundhedsservicesekretæruddannelsen

5.3.1 Eksaminationsgrundlag

Eksaminationsgrundlaget er det faglige stof eller materiale, der eksamineres ud fra, og som skal gøre det muligt for eksaminanden at demonstrere de opnåede afsætningsfaglige mål.

Eksaminationsgrundlaget er den skriftlige dokumentation af den brancherettede case, som eleven har udarbejdet i undervisningen. Dette gælder ikke for merkantile uddannelser, hvor prøveformen er caseeksamen. Her er eksaminationsgrundlaget elevernes løsning af de caseopgaver, som censor udpeger som grundlag for eksaminationen.

Det er skolen, der i den lokale undervisningsplan fastsætter rammerne for, hvordan eleven arbejder med dokumentation og eksaminationsgrundlag, herunder fastsætter de væsentlige mål og krav i faget. Eleven skal ved undervisningens begyndelse kende til de mål, som skolen vurderer som væsentlige i afsætning.

5.3.2 Bedømmelsesgrundlag

Bedømmelsesgrundlaget er de produkter, processer eller præstationer, der gøres til genstand for bedømmelsen.

Bedømmelsesgrundlaget i faget afsætning er elevens dokumentation og mundtlige præstation ved den efterfølgende dialog og afprøvning af elevens viden om afsætningsmæssige spørgsmål. Fremlæggelsen af dokumentationen må maksimalt fylde 1/3 af den afsatte tid til eksaminationen. Den resterende tid anvendes til dialog om dokumentationen, samt afprøvning af elevens viden om afsætningsmæssige spørgsmål.

Bedømmelsesgrundlaget for elever, som skal til den merkantile caseeksamen, er elevens præstation ved den mundtlige afprøvning af elevens viden om fagets mål, der tager udgangspunkt i de caseopgaver, som censor udpeger som grundlag for eksaminationen.

Bedømmelsesgrundlaget kan være det samme som eksaminationsgrundlaget. Hvis der er forskel på bedømmelsesgrundlaget og eksaminationsgrundlaget, skal det fremgå tydeligt i den lokale undervisningsplan, hvilke dele der indgår i bedømmelsen.

Eleven skal kende bedømmelsesgrundlaget fra undervisningens begyndelse.

5.3.3 Bedømmelseskriterier

Skolen beskriver prøvens bedømmelseskriterier. Dog indgår fagbilagets bedømmelseskriterier, hvor de er beskrevet i fagbilaget. Bedømmelseskriterierne skal tage udgangspunkt i de væsentlige mål og krav, som skolen har udvalgt i forhold til prøven samt i prøvens bedømmelsesgrundlag.

Det er vigtigt, at der blandt uddannelsens ledere og lærere på skolen er en dialog om, hvordan de konkrete bedømmelseskriterier skal udmøntes. Formålet er at tydeliggøre for elev, lærer og censor, hvad der skal til for at opnå en bestemt karakter.

Eleven bedømmes i forhold til fagets mål, og karakteren for prøven gives på baggrund af en helhedsvurdering af elevens præstation i faget.