

# VEJLEDNING TIL GRUNDFAGET SALG OG SERVICE

## FAGBILAG 19

Gældende fra juli 2011  
Uddannelsesstyrelsen, Afdelingen for erhvervsrettede uddannelser

Indledning.....	2
1. Fagets formål og relevans for EUD.....	2
2. Undervisningens tilrettelæggelse.....	3
3. Mål og indhold.....	3
3.1. Niveau F: undervisningens mål.....	3
3.2. Niveau F: rammer for valg af indhold.....	4
3.3. Niveau E: undervisningens mål.....	4
3.4. Niveau E: rammer for valg af indhold.....	5
3.5. Niveau D: undervisningens mål.....	6
3.6. Niveau D: rammer for valg af indhold.....	5
3.7. Niveau C: undervisningens mål.....	7
3.8. Niveau C: rammer for valg af indhold.....	6
4. Dokumentation.....	8
4.1. Dokumentation på niveau D og C.....	7
5. Evaluering, afsluttende bedømmelse og afsluttende prøve.....	9
5.1. Bedømmelse på grundlag af kompetencemålene.....	9
5.2. Afsluttende bedømmelse (summativ).....	8
5.3. Løbende bedømmelse (formativ).....	10
5.4. Afsluttende prøve.....	11

## Indledning

Formålet med vejledningen til grundfaget salg og service er at udfolde fagets didaktiske muligheder og give konkrete forslag til hvilket fagligt indhold og hvilke tilrettelæggelsesformer, der kan anvendes i undervisningen, så eleverne opnår de kompetencemål, som er fastsat for faget. Vejledningen er gældende fra 1. juli 2011.

Alle bestemmelser, der er bindende for undervisningen og prøverne i grundfagene, findes i uddannelsesloven og de tilhørende bekendtgørelser, herunder fagbilag. Denne vejledning beskriver rammer for og anvisninger på, hvorledes de bindende bestemmelser kan opfyldes.

Eksempler og forslag i vejledningen er tænkt som inspiration for underviseren og er af gode grunde ikke udtømmende. For yderligere inspiration kan henvises til [www.eudtube.dk](http://www.eudtube.dk), som rummer mulighed for at downloade inspirationsmateriale og for at uploade eget materiale.

På eudtube.dk's forside er desuden link til fagsiden for salg og service, der blandt andet indeholder faglig inspiration, fagbilag og kontaktoplysninger.

Der er følgende væsentlige ændringer i faget salg og service: reglerne om dokumentation er ændret, så det åbner op for andre dokumentationsformer end rent skriftlig dokumentation.

Vejledningen er bygget op i fem kapitler. Første kapitel beskriver formål med grundfaget salg og service. Dernæst et kapitel med generelle overvejelser om undervisningens tilrettelæggelse. Kapitel tre beskriver mål og indhold i undervisningen på de enkelte niveauer. Endelig følger kapitler om dokumentation, prøver og bedømmelse. Uddrag fra fagbilaget for salg og service er skrevet med *kursiv*.

## 1. Fagets formål og relevans for EUD

*Formålet med faget er, at eleven opnår indsigt og færdigheder i markedsføringsmæssige sammenhænge således at eleven kan varetage arbejdsopgaver indenfor salg, handel og markedsføring. Faget bidrager til elevens erhvervsfaglige uddannelse med de markedsføringsmæssige kompetencer, der indgår deri.*

Salg og service bidrager til at opfylde formålet med erhvervsuddannelserne som anført i ”Lov om erhvervsuddannelser” og som yderligere er udfoldet i ”Bekendtgørelse om erhvervsuddannelser” (hovedbekendtgørelsen). Fagets formål understreger handlingsperspektivet, hvor eleven via arbejdet med markedsføringsmæssige problemstillinger styrker evnen til at arbejde med salg, handel og markedsføring i sit fremtidige arbejdsliv, herunder styrker evnen til at etablere egen virksomhed.

## 2. Undervisningens tilrettelæggelse

Fagets mål er beskrevet som kompetencemål. Kompetence forstås her som den evne en elev har til, på baggrund af faglig indsigt, at handle hensigtsmæssigt i en given situation. Derved bliver det elevernes handlin-

ger, der afdækker i hvilken grad, eleverne besidder de enkelte kompetencer og dermed også elevernes handlinger, som giver grundlag for bedømmelse af eleverne.

Tilrettelæggelsen af undervisningen og valg af indhold skal tilgodese elevernes forudsætninger og valg af uddannelse. Fagets udmøntning kan variere fra uddannelse til uddannelse, såvel som fra skole til skole. Skolen beskriver i den lokale undervisningsplan, hvordan faget gennemføres i den enkelte uddannelse.

Undervisningens mål angiver det, eleven skal kunne ved undervisningens afslutning, mens indholdet angiver de vidensområder, eleverne skal arbejde med. Hverken mål eller indhold må opfattes isoleret, men skal ses i sammenhæng med hinanden. Det centrale er: Eleverne skal kunne anvende viden om markedsføringsmæssige metoder og begreber til at bearbejde, redegøre for og diskutere aktuelle og konkrete problemstillinger inden for salg, handel og markedsføring og på baggrund heraf anviser konkrete handlingsmuligheder.

### 3. Mål og indhold

Generelt

Der arbejdes generelt med markedsføringsøkonomiske problemstillinger, der viser de anvendelsesmuligheder faget har i praksis og giver eleven mulighed for at styrke sine markedsføringsmæssige færdigheder.

#### ***3.1. Niveau F: undervisningens mål.***

*Undervisningens mål er, at eleven*

- 1) kan anvende markedsføringsmæssige problemstillinger i erhvervs-mæssige sammenhænge samt i sammenhæng med andre fag i uddannelsen,*
- 2) kan kommunikere omkring markedsføringsmæssige sammenhænge i mundtlig form,*
- 3) kan anvende relevante informationsteknologiske værktøjer og hjælpemidler,*
- 4) kan anvende markedsføringsmæssige metoder og fremstillingsformer,*
- 5) kan redegøre for forbrugerforhold,*
- 6) kan redegøre for personligt salg og kundebetjening og*
- 7) opnår grundlæggende kendskab til bestemmelserne i købeloven, der tager sigte på at beskytte forbrugeren i forbruger-køb.*

#### ***3.2. Niveau F: rammer for valg af indhold.***

*Undervisningen omfatter erhvervsfaglige problemstillinger, der viser de markedsføringsmæssige sammenhænges anvendelse i praksis og samtidig giver eleven mulighed for at vedligeholde og udbygge sine markedsføringsmæssige kompetencer.*

Undervisningen bygger på mundtlig kommunikation og praktisk præsentation med anvendelse af den for fagområderne faglige terminologi.

Der arbejdes med metoder og modeller til løsning af praktiske problemstillinger.

Der inddrages informationsteknologiske værktøjer i undervisningen til informationsøgning.

Undervisningen omfatter følgende områder:

a. Forbrugerforhold

Eleverne skal have kendskab til og forståelse for forbrugernes behov, motiver, præferencer, købe- og forbrugsvaner, gruppepåvirkninger, købeevne og for disse faktorer indflydelse på købsbeslutningen ved forskellige købstyper.

Desuden skal eleverne kunne redegøre for, hvordan ændringer i ovennævnte faktorer påvirker forbruget.

b. Personligt salg og kundebetjening

Eleverne skal kunne redegøre for forskellige betjeningsformer og disses betydning for det personlige salgssarbejde.

Eleverne skal kunne redegøre for retningslinjer for det forberedende, det gennemførende og det afsluttende salgssarbejde samt for reklamationsbehandling ved personlig betjening.

c. Lovgivning

Eleverne skal have kendskab til bestemmelserne i Købeloven vedrørende mangler ved varen, leveringstid og leveringssted i forbindelse med forbruger køb.

### **3.3. Niveau E: undervisningens mål.**

*Undervisningens mål er, at eleven kan*

- 1) kommunikere omkring markedsføringsmæssige sammenhænge i mundtlig og skriftlig form,*
- 2) redegøre for virksomhedens nær- og fjernmiljø,*
- 3) redegøre for udviklingen i salgs- og servicesektoren,*
- 4) redegøre for virksomhedens idégrundlag, idé, mål og har kendskab til virksomhedens politikker,*
- 5) redegøre for segmentering af markedet og valg af målgrupper og*
- 6) redegøre for konkurrenceforhold.*

### **3.4. Niveau E: rammer for valg af indhold.**

*Undervisningen omfatter erhvervsfaglige problemstillinger, der viser de markedsføringsmæssige sammenhænges anvendelse i praksis og samtidig giver eleven mulighed for at vedligeholde og udbygge sine markedsføringsmæssige kompetencer.*

Undervisningen bygger på mundtlig og skriftlig kommunikation og praktisk præsentation med anvendelse af den for fagområderne faglige terminologi.

Der arbejdes med metoder og modeller til løsning af praktiske problemstillinger.

Der inddrages informationsteknologiske værktøjer i undervisningen til informationssøgning, problemløsning og præsentation.

Undervisningen omfatter følgende områder:

a. Virksomhedens omverden

Eleverne skal kunne redegøre for, hvilke interessenter der tilhører virksomhedens nær- og fjernmiljø samt for disses betydning for virksomhedens udvikling og markedsføring. Eleverne skal kunne redegøre for tidsmæssige svingninger. Her kan eventuelt tages udgangspunkt i forskellige brancher.

b. Udviklingen i salgs- og servicesektoren

Eleverne skal kunne redegøre for den tidligere udvikling i salgs- og servicesektoren sammenlignet med andre erhvervsområder samt for den formodede fremtidige udvikling.

Udviklingen kan måles i antal beskæftigede, omsætningens størrelse og antal virksomheder, og der kan til sammenligning tages udgangspunkt i et eller flere lokalområder.

Eleverne skal kunne redegøre for årsager til ovennævnte udvikling.

c. Virksomhedens idégrundlag, idé, mål og politikker

Eleverne skal kunne redegøre for virksomhedens stærke og svage sider, muligheder og trusler samt kunne anvende denne viden til formulering af en virksomheds idé med udgangspunkt i forbrugernes behov, samt til formulering af virksomhedens mål.

Desuden skal eleverne have kendskab til og forståelse for virksomhedens nødvendighed af at formulere politikker på udvalgte områder, f.eks. personalepolitik eller reklamationspolitik.

Eleverne skal have kendskab til virksomhedens styringsniveauer, f.eks. hvilke opgaver der løses på strategisk, taktisk og operationelt niveau.

d. Segmentering og målgruppevalg

Eleverne skal kunne beskrive konsumentenhederne til givne produkter og foretage en segmentering af disse ved hjælp af livsstil og demografiske variable.

På baggrund af en vurdering af segmenterne skal eleverne kunne foretage et begrundet valg af målgruppe.

For at bibringe eleverne forståelse for livsstilens betydning for forbrugernes valg, bør de have kendskab til en af de landsdækkende livsstilsanalyser.

e. Konkurrenceforhold

Eleverne skal kunne redegøre for begreberne bred og snæver konkurrence samt kunne anvende dette til beskrivelse af konkurrencesituationen for et givet produkt.

Eleverne skal kunne redegøre for en model til konkurrentanalyse, der viser konkurrentidentifikation – herunder konkurrenceformen, konkurrenternes målsætning, konkurrenternes markedsføring, stærke/svage sider samt reaktionsmønstre.

### **3.5. Niveau D: undervisningens mål.**

*Undervisningens mål er, at eleven*

- 1) kan redegøre for en markedsanalyse, hvor både primære og sekundære data anvendes,*
- 2) kan redegøre for markedsføring af både fysiske produkter og serviceydelser i forhold til en valgt målgruppe og tilrettelægge virksomhedens parameterindsats mod denne målgruppe,*
- 3) opnår grundlæggende kendskab til elektronisk handel,*
- 4) kan redegøre for bestemmelser i markedsføringsloven, dorsalsloven, aftaleloven og købelovens afsnit om e-handel og*
- 5) opnår grundlæggende kendskab til svind og tab.*

### **3.6. Niveau D: rammer for valg af indhold.**

*Undervisningen omfatter erhvervsfaglige problemstillinger, der viser de markedsføringsmæssige sammenhænges anvendelse i praksis og samtidig giver eleven mulighed for at vedligeholde og udbygge sine markedsføringsmæssige kompetencer.*

Undervisningen omfatter følgende områder:

a. Markedsanalyse

Eleven skal med udgangspunkt i analyseomkostningerne kunne redegøre for det bedste undersøgelsesdesign.

Herunder skal de have kendskab til primære og sekundære datakilder, udvælgelse af respondenter, kontaktfom både kvalitative og kvantitative, spørgsmålstyper og rækkefølge.

b. Parametermix

Eleven skal kunne redegøre for de grund- og kontaktparametre, virksomheden råder over i arbejdet med sin markedsføring overfor en valgt målgruppe.

Desuden skal eleven have kendskab til relevante modeller for strukturering af dette arbejde, f.eks. de 4 P'er.

c. E-handel

Eleven skal i dette nye forretningsområde have kendskab til E-handelsvirksomheds organisation, logistik samt muligheder for markedsføring, krav til sikkerhed og E-politik.

d. Lovgivning (jura)

Eleven skal kunne redegøre for principperne bag lovene, der beskytter forbrugeren i købs- og forbrugssituationer.

De relevante love er markedsføringsloven, dørsalgsloven samt aftalelovens bestemmelser om aftalers indgåelse og leveringsbetingelser. Desuden skal købelovens bestemmelser om E-handel synliggøres.

e. Tab og svind

Eleverne skal have kendskab til tab og svind samt forskellen på disse. Desuden skal eleven kunne identificere svindkilderne og kunne redegøre for, hvordan disse kan minimeres.

### ***3.7. Niveau C: undervisningens mål.***

*Målet med undervisningen er, at eleven*

- 1) opnår grundlæggende kendskab til producentmarkedet,*
- 2) opnår indsigt i begrebet branding,*
- 3) kan anvende markedsanalyse i praktiske og teoretiske sammenhænge,*
- 4) kan anvende viden om målgrupper og segmentering og*
- 5) kan anvende markedsføring i brancherelevante sammenhænge.*

*Rammer for valg af indhold*

### ***3.8. Niveau C: rammer for valg af indhold.***

*Undervisningen omfatter erhvervsfaglige problemstillinger, der viser de markedsføringsmæssige sammenhænges anvendelse i praksis og samtidig giver eleven mulighed for at vedligeholde og udbygge sine markedsføringsmæssige kompetencer.*

Undervisningen omfatter følgende områder:

a. Producentmarkedet (B-t-B)

Eleverne skal have kendskab til de markedsføringsmæssige opgaver på producentmarkedet, samt kunne redegøre for forskellen mellem dette marked og konsumentmarkedet.

Eleven skal have kendskab til begreberne delmarkeder og deres karakteristika, købsadfærd samt anvendelse af kontaktparametre.

b. Branding

Begrebet branding skal forstås som helhedsopfattelsen af virksomheden, dens produkter og kultur.

Formålet med branding er at skabe en så stærk position på markedet, at der for forbrugeren ikke eksisterer nogen tilfredsstillende substitutionsmulighed, altså ikke noget mærke der kan erstatte det, selvom der er konkurrence på markedet.

Eleven skal have kendskab til begreberne klassisk og intern branding (kultur og værdier) i forbindelse med både konsument- og producentmarkedet.

c. Anvendt markedsanalyse

Eleven skal kunne anvende de på niveau D gennemgåede elementer i en markedsanalyse.

Ved anvendelse forstås alle faser fra at definere hvad der skal analyseres, analysedesign, gennemførelse, bearbejdning og endelig fortolkning af de indsamlede data.

I denne del kan der med fordel anvendes et simpelt IT- baseret værktøj til krydstablering.

d. Anvendt segmentering og målgruppevalg

Eleven skal i praksis kunne gennemføre en segmentering og valg af målgruppe på konsumentmarkedet.

e. Anvendt markedsføring

Eleven skal med udgangspunkt i markedsanalyse og målgruppevalg demonstrere færdigheder i at sammensætte et parametermix specielt rettet mod målgruppen.

## 4. Dokumentation

Der skal i faget arbejdes med dokumentation. Det kan f.eks. være skriftlige opgaver, caseopgaver, rapporter, powerpointpræsentationer, rollespil, synopsis. Dokumentationen skal fordeles jævnt over undervisningsforløbet og være et redskab til bedømmelse og evaluering af eleven.

### 4.1. Dokumentation på niveau D og C

Af fagbilaget fremgår det at:

*Som led i undervisningen arbejder eleven med et analyserende projekt eller lignende, hvor de gennemgåede modeller anvendes på en konkret problemstilling. Projektet dokumenteres med en skriftlig rapport, en synopsis, et rollespil eller lignende. Uanset valg af projektform skal der altid foreligge en skriftlig afrapportering på minimum 2 A4 sider, der tilpasses projektformen. I projektet skal eleven arbejde selvstændigt med markedsføringsmæssige problemstillinger.*

*Elever, der går til afsluttende prøve på grundforløbet i den merkantile fællesindgang, skal ikke udarbejde denne dokumentation.*

På både niveau D og C skal eleverne udarbejde et analyserende projekt eller lignende, hvor eleven anvender forskellige teoretiske modeller fra undervisningen til at undersøge en konkret problemstilling. Disse problemstillinger tager naturligt udgangspunkt i de områder som eleven skal arbejde med på niveau D og C:

Niveau D: Markedsanalyse, parametermix, E-handel, lovgivning, tab og svind.

Niveau C: Producentvaremarkedet, branding, anvendt markedsanalyse, anvendt segmentering og målgruppevalg, anvendt markedsføring.

Arbejdet kan udføres individuelt eller i grupper, men eleven skal i sidste ende kunne dokumentere sin evne til at arbejde selvstændigt med markedsføringsmæssige problemstillinger. Da dokumentationen indgår som bedømmelsesgrundlag i forbindelse med eksamen, skal den enkelte elevs bidrag til dokumentationen kunne identificeres særskilt.

Elevernes dokumentation kan have både skriftlige og mundtlige udtryksformer: skriftlige rapporter, synopsis, rollespil eller lignende. I forbindelse med projektet er der dog altid krav om en skriftlig afrapportering på minimum 2 A4-sider.

## 5. Evaluering, afsluttende bedømmelse og afsluttende prøve

Evalueringen omfatter standpunktskarakter, som eleven får ved undervisningens afslutning, samt løbende evaluering.

### 5.1. Bedømmelse på grundlag af kompetencemålene

Af fagbilaget fremgår det at *"Faget afsluttes med en standpunktskarakter. Eleven bedømmes i henhold til fagets mål."*

Det er kompetencemålene, der danner udgangspunkt for bedømmelsen af eleven, såvel i forbindelse med den løbende bedømmelse som i forbindelse med afgivelse af standpunktskarakterer og eksamens-karakterer.

Der er til enhver tid tale om en helhedsbedømmelse. Delkarakteren eller standpunktskarakteren skal tage højde for, i hvor høj grad eleven opfylder målene for det givne niveau på det givne tidspunkt.

Eksamens-karakteren tager udgangspunkt i en helhedsvurdering af de faglige kompetencer, skriftlige og/eller mundtlige, som eleven har fået lejlighed til at dokumentere i eksamensforløbet ud fra eksamensopgaverne.

Der må således ikke anvendes en procentvis vægtning af skriftlige og mundtlige kompetencer eller af opnåede delkarakterer i skriftlige opgaver, når bedømmelsen skal gives.

### 5.2. Afsluttende bedømmelse (summativ)

Standpunktskarakter afgives på baggrund af en samlet vurdering af elevens præstation sammenholdt med fagets kompetencemål. For at kunne afgive standpunktskarakter på et solidt grundlag er det vigtigt, at kriterierne for evalueringen indgår i den samlede planlægning af undervisningen, og at det konkrete undervisningsforløb indeholder en plan for, hvordan kompetencemålene evalueres, hvornår det sker og hvem, der foretager evalueringen.

Det er ligeledes væsentligt, at evalueringen sker på et grundlag og på præmisser, som er kendt af eleven. Hvor der er tale om integration med et eller flere andre fag er det naturligvis også vigtigt at sikre, at fagets kompetencemål varetages og evalueres på tilstrækkelig basis.



Kriterierne for evalueringen vedrører, hvad man konkret lægger til grund for vurderingen af elevens præstation, sammenholdt med kompetencemålene. Der kan f.eks. være tale om, at et eller flere kompetencemål vurderes på basis af iagttagelser af udvalgte dele af elevens arbejdsproces, mens et andet vurderes på baggrund af en opgave eller en bestemt form for dokumentation i faget. Der kan også være tale om en kombination af begge dele og af andre kriterier. Klarhed om kriterierne er en forudsætning for at sikre, at alle fagets kompetencemål tilgodeses og medgår i evalueringen af elevens standpunkt.

### *5.3. Løbende bedømmelse (formativ)*

Løbende formativ evaluering gennemføres med to formål.

- For det første for at medvirke til, at eleven støttes i sin læreproces undervejs i undervisningsforløbet.
- For det andet at give læreren eller lærerne en fortløbende feedback med hensyn til undervisningen og elevens udbytte.

Planlægningen af den løbende evaluering kan med fordel foregå sammen med eleverne. I denne proces indgår afklaring af følgende spørgsmål:

- Hvad er formålet med evalueringen?
- Hvad er evalueringens funktion?
- Hvorfor evalueres?
- Hvilke fokuspunkter retter evalueringen sig imod?
- Hvem udfører evalueringen?
- På hvilket grundlag udføres evalueringen?
- Hvilke kriterier bygger evalueringen på?
- Hvornår foregår evalueringen?
- Hvilken form har evalueringen?

### *5.4. Afsluttende prøve*

Der er afsluttende prøve på niveau D og C. Eleven går kun til prøve på det niveau, som eleven afslutter undervisningen på. Der er forskellige prøveformer i de merkantile erhvervsuddannelser og for de øvrige erhvervsuddannelser. Disse prøveformer er nærmere beskrevet i fagbilaget.

De merkantile erhvervsuddannelser:

*Afsluttende prøve på grundforløbet i den merkantile fællesindgang*

*Proven i den merkantile fællesindgang tilrettelægges på grundlag af en kendt case om en virksomhed, branche eller lignende, udarbejdet af Undervisningsministeriet.*

*For vejledning til prøvens afholdelse - se Undervisningsministeriets "Vejledning til caseeksamen i grundfag i grundforløbet i de merkantile uddannelser".*

Den merkantile caseeksamen grundigt beskrevet i ovenstående vejledning og vil ikke blive uddybet nærmere her.

Øvrige erhvervsuddannelser:

*Prøven omfatter en mundtlig eksamination af en elev med udgangspunkt i elevens dokumentation. Der gives ingen forberedelsestid til prøven.*

*Elevens præstation bedømmes med en karakter, der er udtryk for en samlet vurdering af elevens dokumentation og den mundtlige præstation.*

*Eksaminationen varer ca. 30 minutter inkl. votering.*

Prøven tager udgangspunkt i elevens dokumentation. Skolen beskriver prøvens grundlag, prøveforløbet og besvarelsesform i den lokale undervisningsplan, jf. reglerne i bekendtgørelse om erhvervsuddannelser og bekendtgørelse om prøver og eksamen i de erhvervsrettede uddannelser.