

# PLANLEGGING

Bestått	Bestått meget godt	Ikke bestått
<p><b>Bedriftskunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>God kunnskap til bedriften og bransje           <ul style="list-style-type: none"> <li>SWOT analyse</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Produktkunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>God pris og produktkunnskap           <ul style="list-style-type: none"> <li>Prisstrategi</li> </ul> </li> <li>God forståelse for de tekniske hjelpemidler</li> </ul> <p><b>Markedsføring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>God og tydelig salgsaktivitet           <ul style="list-style-type: none"> <li>Tidsperspektiv</li> <li>Skisse</li> <li>Personlig kreativitet</li> </ul> </li> <li>God forståelse for Målgruppe</li> <li>God forståelse for Konkurrenter</li> <li>God forståelse for Mersalg</li> <li>God forståelse for Bra og riktig varetrykk</li> </ul> <p><b>Helse, miljø og sikkerhet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>God forståelse for Bærekraftperspektiv</li> <li>God forståelse for HMS hensyn ifm. kampanjen           <ul style="list-style-type: none"> <li>HMS utstyr</li> <li>Ergonomi</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Økonomi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>God forståelse for Kostnadsestimat for kampanjen           <ul style="list-style-type: none"> <li>Kostpris / varekost</li> <li>Brutto og netto fortjeneste</li> <li>Lønnsutgifter</li> <li>Materiell- og markedsførings-kostnader</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Bedriftskunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utdypende kunnskap til bedriften, inneholder blant annet, men ikke begrenset til; forretningsmodell og visjon Utdypende bransjeforståelse</li> </ul> <p><b>Produktkunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utdypende kunnskap til produkt, inneholder blant annet, men ikke begrenset til; prisstrategi og produktets rolle</li> <li>Svært god kjennskap til de tekniske hjelpemidlene som er nødvendige for å gjennomføre kampanjen</li> </ul> <p><b>Markedsføring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Markedsføringskampanjen er svært utdypende og den bærer preg av et høyt innslag av personlig kreativitet. Kampanjen treffer målgruppen og kandidat evner å forsvare utvelgelse av benyttet metode (kritisk tenkning)</li> <li>Kandidat kjenner godt til konkurrentene og samspillet mellom bedrift og konkurrerende virksomheter</li> <li>En utvidende god forståelse for de forskjellige underkategoriene av mersalg; impuls, sameksponering og oppsalg</li> </ul> <p><b>Helse, miljø og sikkerhet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utstrakt forståelse for bærekraftperspektivet og evner å forsvare utvelgelsen av benyttet metode (kritisk tenkning)</li> <li>HMS hensyn som det er planlagt for, bærer preg av solid forståelse for de fysiske oppgavene som kreves for å gjennomføre kampanjen.</li> </ul> <p><b>Økonomi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Omfangsrik kjennskap til de ulike kostnadene som kan / vil oppstå ifm. kampanjen. Det vises til en meget god forståelse for begrepene brutto og netto. <b>Meget godt kan også være bygget på fiktive tall</b></li> </ul>	<p><b>Bedriftskunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindre enn god kunnskap til bedriften.</li> <li>Mindre enn god bransjeforståelse.</li> <li>Mindre enn god SWOT analyse</li> </ul> <p><b>Produktkunnskap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindre enn god produktkunnskap</li> <li>Begrenset prisstrategi forståelse</li> <li>Mindre enn god forståelse for de tekniske hjelpemidlene</li> </ul> <p><b>Markedsføring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindre enn god og tydelig salgsaktivitet, ergo; salgsaktiviteten er ikke tydelig planlagt og/-eller aktiviteten treffer ikke målgruppen</li> <li>Det mangler skisse av kampanjen</li> <li>Det mangler tidsperspektiv</li> <li>Det mangler kreativitet</li> <li>Mindre enn god forståelse for Målgruppe</li> <li>Mindre enn god forståelse for Konkurrenter</li> <li>Mindre enn god forståelse for Mersalg</li> <li>Mindre enn god forståelse for Bra og riktig varetrykk</li> </ul> <p><b>Helse, miljø og sikkerhet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindre enn god forståelse for Bærekraftperspektivet</li> <li>Mindre enn god forståelse for HMS hensyn ifm. kampanjen</li> <li>Kjenner ikke til HMS utstyr og/-eller ergonomi</li> </ul> <p><b>Økonomi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mindre enn god forståelse for kostnadsestimat til kampanjen</li> <li>Mindre enn god forståelse for kostpris / varekost</li> <li>Mindre enn god forståelse for begrepet Brutto og netto fortjeneste</li> <li>Mindre enn god forståelse for Lønnsutgifter</li> <li>Mindre enn god forståelse for Materiell og markedsførings kostnader</li> </ul>

# GJENNOMFØRING

Bestått	Bestått meget godt	Ikke bestått
<p><b>Praktisk oppgave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Det gjennomføres en analyse av en eller flere varerepresentasjoner i butikklokalet på prøvestedet. En grundig analyse med refleksjon av hva som er bra, mindre bra og forbedringsmuligheter er forventet for en BESTÅTT</li> </ul> <hr/> <p><i>Dette punktet utføres kun der hvor prøvestedets utforming gjør dette mulig. I andre tilfeller kan dette gjøres muntlig og fiktivt, der det er mulig.</i></p> <hr/>	<p><b>Praktisk oppgave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Det vises meget god kunnskap til varerepresentasjonen, dens formål, forbedringsmuligheter og begrunnelse (kritisk tenkning)</li> </ul>	<p><b>Praktisk oppgave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Det vises mindre enn god forståelse for varerepresentasjonen, herav mindre enn god forståelse for hva som er bra, mindre bra eller manglende innsikt i forbedringsmuligheter.</li> </ul>

Bedrift:	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hvorfor har du valgt å planlegge for denne bedriften?			
Hva er kjerneaktiviteten i bedriften?			
Hvilket forhold har din bedrift til bærekraft?			
Hva kan du gjøre for å ivareta bedriftens bærekrafts prinsipper?			
Hvorfor er bærekraft viktig?			
Hvilke aktører trenger du for å holde hjulene i gang?			
Hvilket segment ligger din bedrift i?			
Hvorfor er det viktig at bedriften setter mål?			
Hvilken forretningsidé har din bedrift?			
Hva skiller din bedrift fra konkurrentene?			
Swot analyse			

Produktkunnskap	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hvorfor har du valgt dette produktet?			
Hvilke muligheter ligger i ditt produkt? Hva er mulig å oppnå?			
Hva er betydningen av merkevare?			
Hvordan har du kommet frem til denne prisen?			
Reflekter over prisstrategien din			

# GJENNOMFØRING

Markedsføring	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hvorfor har du valgt denne formen for markedsføring?			
Hva ville vært den beste formen for markedsføring?			
Hvilken plattform vil din bedrift bruke og hvordan?			
Hva legger du i verdens beste markedsføring?			
Hvordan henger markedsføringen din sammen med målgruppen din?			
Hvorfor er det viktig å definere målgruppen din?			
Hva er målet med markedsføringen din?			
Hva har du planlagt av personlig kreativitet?			
Hva forventer du å få igjen av markedsføringen din?			
Hvorfor har du valgt det markedsføringsbudsjettet du har?			
Hvorfor har bedrifter et lojalitetsprogram?			
Hva vil bedrifter oppnå med et fordelsprogram?			
Hva er fallgruvene med et fordelsprogram?			
Hva er de 5 P'er?			
Hva legger du i bedriftens visuelle uttrykk?			
Hva er riktig varetrykk?			

# GJENNOMFØRING

Helse, miljø, sikkerhet	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hvilken lov regulerer arbeidsforholdet?			
Hvilke plikter har du som arbeidstaker?			
Hvilke rettigheter har du som arbeidstaker?			
Hvilke plikter har du som arbeidsgiver?			
Hvilke rettigheter har du som arbeidsgiver?			
Hva er din rolle i alvorlige situasjoner?			
Hva er din rolle i å bygge et godt arbeidsmiljø/bedriftens kultur?			
Hva skjer med økonomien til bedriften ved sykdom?			
Hvor mange egenmeldingsdager har man?			
Hvor mange feriedager har alle krav på?			
Hvilket forhold har du til bedriftens eiendeler?			
Hvilken pensjonsordning har din bedrift?			
Hvilken opplæring i hms har din bedrift?			
Hvilke rutiner har din bedrift i forhold til GDPR?			
Hva er IKT mat?			
Hvilke regler har du i forhold til taushetsplikt?			
Hvilket verneutstyr er relevant i din bedrift?			
Hvorfor er det viktig med brannsikkerhet?			
Hvilke rutiner har din bedrift i forhold til brann?			
Hva er en risikoanalyse			

# GJENNOMFØRING

Økonomi	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hvorfor har du valgt disse svinnkildene?			
Hvorfor har du planlagt disse tiltakene for å redusere svinn?			
Hvor i resultatregnskapet finner du brutto og netto fortjeneste?			
Hva er variable og faste kostnader?			
Hva er lønnsomhetsprinsippet?			
Hvilke tiltak kan du gjøre hvis omsetningen falt 20% forrige måned?			
Hva er tidstyveri?			
Hvordan vil du minske tidstyveri?			
Hvilken kostnad kan du påvirke mest selv i din bedrift?			
Hva legger du i å være en kremmer?			
Hvorfor tror du mange bedrifter velger å selge varer med tap?			
Hvordan sette opp et lønnsomt pristilbud?			
Hva menes med at bærekraft kan være lønnsomt, også økonomisk for en bedrift?			

# GJENNOMFØRING

Kundebehandling	Over forventet	Som forventet	Under forventet
Hva kan du oppnå med en behovsavklaring?			
Hvorfor er kundelojalitet viktig i din bedrift?			
Hvilke spørsmål ville du stilt i forhold til ditt produkt?			
Hvordan gjennomføre en behovsavklaring på ditt produkt?			
Hvordan skal du håndtere kundens innvendinger?			
Hvordan close et salg?			
Hvorfor er mersalg viktig?			
Hva er et tjenestesalg?			
Hva er sameksponering?			
Hva er forskjellen på aktivt og passivt mersalg?			
Hva er et oppsalg?			
Hvorfor er bedriftens kundedata viktig?			
Reflekter over butikkens kundestrøm			
Reflekter over butikkens vareplasseringsstrategi			
Hva er en god kundeopplevelse for deg?			
Hva er et bra salg?			
Hva er DM?			
Hvorfor er planlegging viktig?			
Hva koster det å miste en kunde?			

# DOKUMENTASJON

Bestått	Bestått meget godt	Ikke bestått
<p><b>Planleggingsdel</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Bedriftskunnskap</i></li><li>• <i>Produktkunnskap</i></li><li>• <i>Markedsføring</i></li><li>• <i>Helse, miljø og sikkerhet</i></li><li>• <i>Økonomi</i></li></ul> <p>Dokumenteres med tekst eller ved bruk av PowerPoint</p> <p><b>Kilder og annen relevant informasjon</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kildehenvisning er nødvendig for å motta karakter BESTÅTT og-/eller MEGET GODT</li></ul>	<p><b>Planleggingsdel</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Bedriftskunnskap</i></li><li>• <i>Produktkunnskap</i></li><li>• <i>Markedsføring</i></li><li>• <i>Helse, miljø og sikkerhet</i></li><li>• <i>Økonomi</i></li></ul> <p>Dokumenteres med tekst eller ved bruk av PowerPoint</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Forside</li><li>• Innholdsfortegnelse</li><li>• En meget oversiktlig innlevering</li></ul> <p><b>Kilder og annen relevant informasjon</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kildehenvisning er nødvendig for å motta karakter BESTÅTT og-/eller MEGET GODT</li></ul>	<p><b>Planleggingsdel</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Bedriftskunnskap</i></li><li>• <i>Produktkunnskap</i></li><li>• <i>Markedsføring</i></li><li>• <i>Helse, miljø og sikkerhet</i></li><li>• <i>Økonomi</i></li></ul> <p>Mangler dokumentasjon på en eller flere av emnene i planleggingsdel</p> <p><b>Kilder og annen relevant informasjon</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mangel på kildehenvisning medfører plagiat og anses som en direkte IKKE BESTÅTT fagprøve</li></ul>

# EGENVURDERING

<b>Egenvurdering</b>	<b>Over forventet</b>	<b>Som forventet</b>	<b>Under forventet</b>
Beskriv eget arbeid			
Evner å se egne feil			
Evner å tenke kritisk			
Argumentere for valgte løsninger / valg			
God helhetlig forståelse og kompetanse i faget			
Evner å reflektere rundt bærekraftperspektivet			
Forstår hvordan ressurser kan utnyttes effektivt og ansvarlig for å sikre merverdi og bærekraft i bedriften			
Evne og forvalte relevante lovverk og etiske retningslinjer for å bidra til godt arbeidsmiljø			
Forstår begrepene: <ul style="list-style-type: none"><li>- Merkevarebygging</li><li>- Kundelojalitet</li><li>- Folkehelse og livsmestring</li><li>- Bærekraftig utvikling</li></ul>			
Personlig initiativ			

Egenvurderingen vil utføres muntlig som en avslutning på prøvedato.

Dersom ønskelig kan kandidat forberede egenvurdering med tekst i forkant, tekst må da leveres inn som en del av dokumentasjonen.