



UNDERVISNINGS
MINISTERIET

Læseplan for valgfaget serviceværksted

10. klasse

Indhold

| | |
|--------------------------------------|----------|
| Indledning | 3 |
| Trinforløb for 10. klassetrin | 4 |
| Markedsføring | 5 |
| Kundebetjening | 6 |
| Uddannelsesafklaring | 7 |

Indledning

Faget serviceværksted er et valgfag i 10. klasse. Faget kan også tilbydes som 1-årigt valgfag i 7.-9. klasse. Såfremt faget læses som valgfag i 9. klasse, skal faget indgå i den obligatoriske projekt-opgave.

Faget serviceværksted skal udvikle elevernes kompetencer inden for kundebehandling og markedsføring. Undervisningen skal tage udgangspunkt i elevernes egne oplevelser og erfaringer med kundebehandling og markedsføring samt køb og salg af produkter.

Faget serviceværksted består af tre kompetenceområder: markedsføring, kundebehandling og uddannelsesafklaring.

I markedsføring skal eleverne opnå viden om målgrupper og metoder, som virksomhederne anvender for at påvirke disse, og eleverne skal udarbejde simple

markedsføringskampagner målrettet en målgruppe. Eleverne skal også opnå viden om grundlæggende indretning af butik.

Eleverne skal under kundebehandling lære om kropssprog og principperne for salg og rådgivning på baggrund af forskellige kundetyper og forbrugergrupper. Eleverne skal stifte bekendtskab med grundlæggende rettigheder og lovgivning på området.

Undervisningen tilrettelægges med udgangspunkt i kompetenceområderne.

Undervisningen skal tage udgangspunkt i kompetencer, færdigheder og viden, som eleven har tilegnet sig fra undervisning i folkeskolens fag og emner samt brobygningsforløb på ungdoms- og erhvervsuddannelser og eventuel virksomhedspraktik.

Læseplanen beskriver undervisningen i fagets trinforløb og danner grundlag for en helhedsorienteret undervisning. Det er væsentligt, at der i det enkelte undervisningsforløb arbejdes med flere færdigheds- og vidensmål på tværs af kompetenceområderne. Det skal endvidere tilstræbes, at undervisningen tilrettelægges, så den vekselvirker mellem den enkeltfaglige fordybelse og det tværfaglige arbejde.

Trinforløb for 10. klassetrin

I faget serviceværksted skal eleverne opnå viden om målgrupper og metoder, som virksomhederne anvender for at påvirke disse, og eleverne skal udarbejde simple markedsføringskampagner målrettet en målgruppe. Eleverne skal også opnå viden om grundlæggende indretning af butik.

Eleverne skal desuden i faget lære om kropssprog og principperne for

salg og rådgivning på baggrund af forskellige kundetyper og forbrugergrupper. Og eleverne skal stifte bekendtskab med grundlæggende rettigheder og lovgivning på området.

Undervisningen skal tage udgangspunkt i elevernes egne oplevelser og erfaringer med kundebetjening og markedsføring samt køb og salg af produkter.

Gennem valg af undervisningens aktiviteter og temaforløb skal eleverne opnå viden om og kunne vurdere uddannelses- og erhvervsmulighederne inden for fagområdet. Med denne viden skal eleverne blive afklaret i forhold til deres egne uddannelsesønsker og erhvervsmuligheder inden for fagområdet.

Markedsføring

Kompetenceområdet markedsføring omfatter tre færdigheds- og vidensområder:

Målgrupper fokuserer på målgruppeforhold som demografi, geografi, livsstil og købsadfærd.

Markedsføring omhandler virksomhedens markedsføring i forhold til målgrupper.

Butiksindretning fokuserer på indretning i en butik.

Målgrupper

Eleverne skal lære om den effekt, virksomheders markedsføring har på dem som forbrugere samt målgruppens betydning for markedsføring. Eleverne skal lære om identifikation af målgruppe i forhold til virksomheders markedsføring og målgruppers særlige karakteristika, herunder forhold som demografi og geografi samt livsstil og købsadfærd.

Eleverne skal arbejde med rollen som disponent og konsument og demonstrere viden om den unge forbrugers indflydelse på familiens køb. Der arbejdes med særlige forbrugergrupper som tweens og "det grå guld".

Markedsføring

Eleverne skal opnå viden om, hvordan man kan tiltrække opmærksomhed via reklamer og

andre markedsføringsaktiviteter, og hvordan man kan fastholde læseren og få skabt et behov og et ønske hos læseren til at købe produktet.

Eleverne skal arbejde med formulering af budskab og valg af markedsføringsaktiviteter og medier (online/offline medier) målrettet en målgruppe. Eleverne skal opnå viden om, hvilke virkemidler der har effekt i forhold til målgruppen, samt hvilke medier der henvender sig til målgruppen. Denne viden skal eleverne anvende til at kunne udarbejde reklamekampagner i praksis. Eleverne skal kunne redegøre for opbygning af en reklame i henhold til AIDA-modellen. I forbindelse med udformning af reklamer skal eleverne kende til manipulativ og informativ reklame samt fordele og ulemper herved.

Butiksindretning

I butiksindretning skal eleverne opnå viden om teknikker til at skabe kundestrøm i butikken.

Eleverne skal opnå viden om forskellige købstyper og baggrunden for varernes placering i butikken, herunder hvilke pladser i butikken der sælger bedre end andre. Eleverne skal lære om butiksmiljøets betydning, herunder hvilke tiltag man kan lave i en butik for at få kunderne til at komme og købe mest muligt. Eleverne skal i praksis udarbejde forslag til butiksindretning ved skitse, model eller digitale programmer. Eleven skal lære om konceptstyrede butikker.

Kundebetjening

Kompetenceområdet kundebetjening omfatter tre færdigheds- og vidensområder:

Kundevurdering omhandler vurdering af kunden ud fra forskellige forbrugergrupper.

Kundebetjening fokuserer på de grundlæggende principper for salg og rådgivning.

Købeloven handler om sælgerens pligter og kundernes rettigheder i forhold til lovgivning.

Kundevurdering

Eleverne skal opnå viden om kropssprogets betydning i forhold til tale og tonefald som grundlag for kundevurdering og etablering af et godt førstegangsindtryk for kunden. Med udgangspunkt i 4 x 20-reglen skal eleverne lære at vurdere kundetyper og fastlægge forbrugergruppen. Eleverne skal kende til udvalgte forbrugergrupper, fx tweens, singler og ”det grå guld”. Eleverne skal lære om påklædningens betydning for kundevurdering, herunder virksomhedens ”dresscode”.

Undervisningen skal tage udgangspunkt i elevens egne erfaringer i praktiske kundesituationer. Eleverne skal gennem arbejdet med praktiske øvelser

lære at vurdere egen rolle i dialogen, herunder betydningen af personlig fremtræden, kropssprog og mundtlig kommunikation i salg eller rådgivning,

Kundebetjening

Eleverne skal opnå viden om elementerne i alle salgets forskellige faser. Med udgangspunkt i salgstrappen skal eleven lære om de forskellige stadier i en salgs- eller rådgivningsproces og afprøve dette i betjeningssituationer.

Eleverne skal opnå viden om de særlige former for kundebetjening – rådgivende salg, klassisk salg og selvbetjening.

Gennem praktiske øvelser og egne erfaringer skal eleverne lære

om samspillet mellem kunde og sælger og derigennem opnå en forståelse af en grundig planlægnings betydning for det gode salgsarbejde.

Købeloven

Eleverne skal opnå viden om centrale dele af købelovens bestemmelser om sælgers pligter samt kundens rettigheder samt reklamation med henblik på at diskutere simple problemstillinger om købeloven og reklamation.

Gennem inddragelse af elevernes egne praktiske erfaringer skal eleverne kunne diskutere sælgerens pligter i forskellige konkrete købssituationer samt forbrugerens rettigheder i forbindelse med behandling af reklamationer.

Uddannelsesafklaring

Kompetenceområdet uddannelsesafklaring omfatter et færdigheds- og vidensområde:

Uddannelses- og erhvervs muligheder fokuserer på, at eleverne bliver afklarede og motiverede i valg af ungdomsuddannelse.

Uddannelses- og erhvervs muligheder

Eleverne skal i 10. klasse arbejde med deres uddannelsesafklaring, herunder forestilling om job og karriere. Eleverne skal arbejde med afklaring af egne ønsker og muligheder i forhold til uddannelses- og erhvervs muligheder inden for fagområdet. Eleverne skal have fokus på udvikling af faglige, sociale og personlige kompetencer. I arbejdet hermed skal der være fokus på, at eleverne får indsigt i de kompetencer, der efterspørges inden for området.

Eleverne skal opnå viden om de uddannelses- og erhvervs muligheder, der er inden for fagområdet, og kunne vurdere uddannelses- og erhvervs mulighederne. Eleverne skal kunne indsamle viden om området og kunne udforske og diskutere eksempler på faglige, personlige og sociale kompetencer, som kræves inden for fagområdet.

Eleverne skal som led i undervisningen også opnå afklaring i forhold til valg af ungdomsuddannelse. Eleverne arbejder med at forstå sammenhængen mellem de faglige kompetencer inden for faget og de efterfølgende valg af ungdomsuddannelser og job.

I undervisningen introduceres eleven for sælgeren i detailhandlen. Eleverne får en viden om, hvilke sociale og personlige kompetencer en sælger skal have, og får et indblik i, hvordan en arbejdsdag ser ud for en sælger i en detailbutik. Sociale kompetencer: at kunne samarbejde, at kunne lide at tale med mennesker.

Personlige kompetencer: at kunne lytte, at kunne holde en samtale i gang, at tage initiativ, at være åben og imødekommende.

Eleverne introduceres også for marketingmedarbejderen, som

arbejder med at markedsføre virksomheden. Dette arbejde er kontorarbejde og er mere back office-arbejde, hvor sælgeren er front-personalet. Der kræves nogle lidt andre kompetencer, hvis man gerne vil arbejde på kontor med markedsføring eller blot kontor.

Sociale kompetencer: at kunne samarbejde med interne og eksterne partnere.

Personlige kompetencer: at være detaljeorienteret, at kunne overholde deadlines, at være god skriftlig, at være kreativ og idérig.

Eleverne kan på baggrund af faget vurdere, om eleverne vil den merkantile vej (EUD, EUX eller HHX). Eleverne kan også tage stilling til, om eleverne vil egne sig som sælger, eller om man er mere til kontorarbejdet.