

OPPGAVE SKOLE- KONKURRANSE

Worldskills Norway 2019

Innsendt av:

Navn:

Salg, service og sikkerhet,

Ole Vig vgs, v/ Bertha Wengstad, Linn Marit Nordgård, Beate Aunan

Skole/opplæringskontor/bransje/fylke: Ole Vig vgs, Trøndelag fylke





Innhold

Innledning	2
BESKRIVELSE AV OPPGAVEN / DEL-OPPGAVENE	3
VEILEDNING OG INSTRUKS TIL KONKURRENTENE	4
NØDVENDIGE MASKINER, MATERIELL OG UTSTYR FOR Å KUNNE LØSE OPPGAVEN.....	4
BEDØMMINGSKRITERIER OG VURDERINGSSKJEMA	4

INNLEDNING

Skolekonkurranser skal være med å motivere elevene gjennom mestring ved å gi de praktiske og realistiske oppgaver.

Det legges opp til at skolekonkurransen skal være åpen for publikum.

Oppgaven er utarbeidet av faglærere ved Ole Vig vgs og Tiller vgs.

Oppgaven er laget med utgangspunkt i læreplan for vg2, Salg, Service og Sikkerhet, men hovedvekt på Salgsfaget. Oppgaven inngår som pensum på vg2, og er en del av vanlige arbeidsoppgaver i en praktisk opplæring.



BESKRIVELSE AV OPPGAVEN / DEL-OPPGAVENE

Elevene skal presentere et varetorg basert på temaet:

- **Bærekraft**

I denne oppgaven skal elevene på forhånd lage et varetorg med en eller flere varegruppe(r) innenfor temaet bærekraft.

Elevene velger selv hva de ønsker å ha som hovedprodukt(er) og mersalgprodukt(er).

Elevene må kunne begrunne sine valg av varer/ produkter ut fra bedriftens profil og kundenes behov.

Til varetorget skal det lages en plakat/ banner som markedsfører produktet/ produktene.

Elevene skal på konkurransedagen presentere oppgaven kun digitalt for en jury med dommere fra salgsbransjen. Presentasjonen skal vare maksimum 10 min, deretter 5 min. høring av juryen.

Elementer i oppgaven kan endres i forhold til eventuelle endringer rundt antall deltakere, og vil i så fall bli bekjentgjort i god tid før konkurransen.

Elevene bør også forberede seg på **finaleoppgave**:

- **Praktisk oppgave – Stormberg**

Juryen velger ut tre av lagene som går videre til finale. I finalen vil hvert lag få en praktisk oppgave innen direkte salg på et forhånds-forberedt varetorg med varer fra Stormberg. (Ingen trenger ta med egne produkter eller salgsmaterialer). Juryen vil her dømme hvem som går videre til NM.



VEILEDNING OG INSTRUKS TIL KONKURRENTENE

- Oppgaven skal løses av et lag på 2 elever
- Oppgaven gjøres kjent i god tid i forveien.
- Oppgaven skal gi deltakerne mulighet til å vise sin kompetanse innen kundebehandling og salgsprosesser, kunnskap om hvordan tilpasse varer og tjenester til forbrukermarkedet og kompetanse innen praktisk, teoretiske og digitale redskaper.
- På konkurransedagen skal du ha en digital presentasjon for en jury samt tilskuere.
- I finalen skal finalistene selge varer til en kunde, ut i fra tildelte produkter.
- Tidsramme på oppgaven i sin helhet: Maksimalt 15 minutter inkludert høring pr gruppe. Finalen vil ta opp til 10 min pr finalist.

NØDVENDIGE MASKINER, MATERIELL OG UTSTYR FOR Å KUNNE LØSE OPPGAVEN

Du vil på konkurransedagen få tildelt nødvendig utstyr til presentasjon, men elevene må ha med presentasjonen på minnepenn eller evt sende den på forhånd til; beaau@trondelagfylke.no.

Finalistene vil få nødvendig utstyr til den praktiske oppgaven.

BEDØMMINGSKRITERIER OG VURDERINGSSKJEMA

Bedømmingen vil foregå ved at elevene presenterer sin løsning av oppgaven foran en jury med representanter fra skolen og bransjen. Presentasjon blir vurdert ut fra de vedlagte kompetansemål og kriterier. Dommerne vil legge vekt på elevens evne til å formidle ferdigheter som selger i salgsfaget, samt vise forståelse for en selgende varepresentasjon. Elevene kan i tillegg til presentasjonen bli stilt utdypende spørsmål innen kompetansemålene.

I den praktiske oppgaven vil juryen legge vekt på finalistenes evne til å formidle ferdigheter som selger i salgsfaget.

For juryen blir det utarbeidet et eget vurderingsskjema med poengfordeling til oppgaven, som bygger på de vedlagte vurderingskriteriene. Når oppgaven er avsluttet vil juryen summere de gitte poengene for hvert lag, og laget med flest poeng totalt vinner konkurransen. Juryen utarbeider også en begrunnelse på valg av finalister og vinner.

En veiledning til jury om bedømming av oppgaven er under utarbeiding.



Kompetansemål	Lav måloppnåelse	Middels måloppnåelse	Høy måloppnåelse
Vurdere betydningen av ekstern, intern og interaktiv markedsføring for å fremme salg.	Kan forklare hva internt, ekstern og interaktiv markedsføring er.	Kan beskrive virkemidlene i intern, ekstern og interaktiv markedsføring og vet hva kjerne og periferi i ekstern markedsføring dreier seg om.	Kan vurdere og reflektere over markedsføringens tre sider og betydning av disse. Kan vise til og anvende eksempler på virkemidler innen intern, ekstern og interaktiv markedsføring.
Bruke produktkunnskap, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap i samhandling med kunden.	Kan forklare hva produkt-, bransje- og forbrukerkunnskap er, samt hvorfor dette er viktig for en selger.	Vet hvilke kunnskaper en selger bør ha i forhold til bransje-, produkt og forbrukerkunnskap, relatert til de produktene som er aktuelle i din presentasjon.	Kan vurdere og reflektere over betydningen av god kunnskap hos selgeren om disse temaene, samt hva dagens kunder er opptatt av når det gjelder både produkter og opprinnelse.
Gjennomføre salgs- og mersalgprosesser ved hjelp av hoved- og tilleggsleveranser til forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet.	Kan definere begrepet salg. Vet hvilke typer salg og markeder vi her snakker om.	Kan beskrive AIDA-modellen. Kan forklare salgsprosessen.	Kan vurdere og forklare begrepene i salgs- og mersalgprosesser. Kan forklare AIDA-modellen og vise til eksempler. Kan vurdere og reflektere over viktigheten av og kunnskap om de forskjellige markedene, samt hvordan dette påvirker salgsprosessen.
Foreslå tiltak i det fysiske ytre og indre salgsmiljøet som fremmer profilering og salg av varer og tjenester.	Vite hva ytre og indre salgsmiljø er og hvorfor dette er viktig å ha fokus på.	Kan beskrive hva ytre og indre salgsmiljø defineres som, hvilke elementer det består av, og hva du selv har lagt vekt på.	Kan vurdere, begrunne og reflektere over de forskjellige elementene innen ytre og indre salgsmiljø. Kan reflektere over betydningen av vareplassering og grunnregler for butikkinnredning og selgende varepresentasjon.
vurdere trender i utviklingen av ulike produkter og tjenester, og tilpasse produkt og tjenesteleveranse etter dem	Kjenne til hovedtrender innenfor utviklingen av varer og tjenester	Forklare hva ulike trender innebærer for utviklingen av varer og tjenester	Vurdere konsekvenser av ulike trender for produkter og tjenester

