

FYLKESOPPGAVE

SKOLE- KONKURRANSER

SALGSFAGET

WorldSkills Norway 2018

Programområde: Service og Samferdsel

Fag: Salgsfaget





INNLEDNING

Oppgaven er laget med utgangspunkt i læreplan for vg2 salg, service og sikkerhet, med hovedvekt på salgsfaget. Oppgaven inngår som pensum på vg2 og er en del av vanlige arbeidsoppgaver i en praktisk opplæring på vg2.

INNHold

- Beskrivelse av oppgaven
- Bedømming og vurderingsskjema
 - Kompetansemål og vurderingskriterier

BESKRIVELSE AV OPPGAVEN

Elevene skal lage et varetorg basert på:

- *trender*
- *sesong: vinterferie*

Det er valgfritt om det lages et kombinasjonstorg med flere varegrupper eller et torg innenfor én varegruppe.

Varetorget skal presentere hovedprodukt og tilleggsprodukt bestående av minimum 3, maksimum 10 varer.

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

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

Elevene skal på konkurransedagen presentere oppgaven digitalt for en jury med dommere fra salgsbransjen. Presentasjonen skal være på maksimum 10 minutter.

Konkurransesarrangør stiller med nødvendig utstyr til presentasjonen.



BEDØMMINGSKRITERIER OG VURDERINGSSKJEMA

Elevenes løsning av oppgaven og presentasjon blir vurdert ut fra de vedlagte kompetansemål og kriterier. Dommerne vil legge vekt på elevenes 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 temaet.

For juryen blir det utarbeidet et eget vurderingsskjema med poengfordeling til oppgaven, i tillegg til de vedlagte vurderingskriteriene. Når oppgaven er avsluttet vil jury/dommere summere de gitte poeng for hvert lag, og laget med flest poeng totalt vinner konkurransen.

Kompetansemål og vurderingskriterier:

Kompetansemål	Lav måloppnåelse	Middels måloppnåelse	Høy måloppnåelse
Vurdere betydningen av ekstern, intern og interaktiv markedsføring for å fremme salg.	Kan forklare hva intern, ekstern og interaktiv kommunikasjon 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 betydningen 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 produktkunnskap-, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap er samt hvorfor dette er viktig for en selger.	Vet hvilke kunnskaper en selger bør ha i forhold til bransjekunnskap-, produktkunnskap 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, grunnregler for butikkinnredning og selgende varepresentasjon.