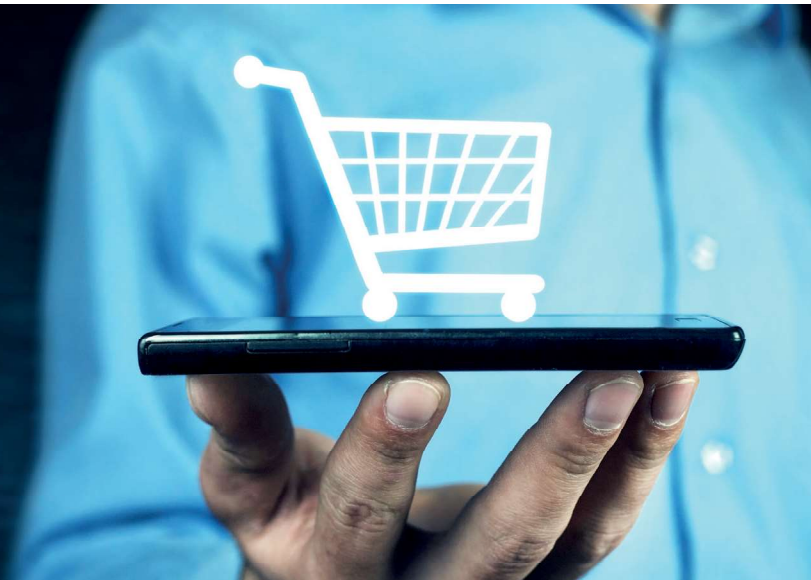


BESKRIVELSE AF MODULERNES INDHOLD OG UDBYTTE



MODUL 1

Her arbejder vi med begreber som koncept og konceptstyring, butikformer, forbrugeradfærd og indkøbsmønstre, målgrupper, værdikæden, regnskab og økonomi, varedeklaration og lovgivning, kunde-betjening og service, teamsamarbejde og konflikt-håndtering.

MODUL 2

Her arbejder vi med butikkens visuelle profil butiks-indretning, eksponeringsformer, salgspladsstyring og space management. Arbejdsmiljø, organisation og salgsregistrering.

MODUL 3

Her arbejder vi med markedsføring, herunder multi-markedsføring, sammenhæng mellem målgruppe, medie, budskab og koncept. Markedsføringslov-givning, marketing mix, AIDA modellen i praksis og markedsføring i praksis.

MODUL 4

Her arbejder vi med konkurrentanalyse, imageana-lyse, mystery shopping, indkøb, salgs- og betailings-betingelser, lagerstyring og genbestilling samt e-handel.

MODUL 5

Her arbejder vi med opstart af egen virksomhed, virksomhedsplan, budgetter, regnskab, regnskabs-forståelse og iværksætteri.

MODUL 6

Her får eleven introduktion til fagprøve, herunder; rammer og indhold, formalia omkring fagprøven, fagprøvegodkendelse og problemformulering.

VALGFAG: PRÆSENTATIONSTEKNIK

Her arbejder vi med formidling af et emne til for-skellige målgrupper.

Eleven kommer til at beherske forskellige former for værktøj til brug for udarbejdelse af oplæg til præsentation og instruktion, f.eks. mind-map syste-met, lektionsplan, manual o.s.v.

VALGFAG: VAREEKSPONERING OG EVENTS

Her får eleven indsigt i et produkt eller en produkt-grupes brugsegenskaber, anvendelse og vedlige-holdelse. Herudover vil eleven få kendskab til de forhold, der påvirker kundernes købsadfærd, her-under forbrugerprofiler, livsstil og trends.

Eleven vil herefter kunne optimere vareeksponerin-gen i butikken og arbejde målrettet med events og salgsfremmende aktiviteter.

VALGFAG: SALG VIA FLERE KANALER

Her får eleven indsigt i afsætning igennem forskel-lige salgskanaler. Eleven vil arbejde med begrebet omnichannel og får viden om sammenhæng af for-skellige digitale indsatser, herunder sociale medier, online markedsføring, kundeklubber og indsamling af data.

VALGFAG: SAMHØRIGHED MELLE M FYSISK BUTIK OG ONLINE BUTIK

Her vil eleven arbejde med samspillet mellem fy-sisk butik og online butik, herunder omnichannel marketing, social media markedsføring, sammen-hængen mellem kampagner i den fysiske- og online butik, lovgivning, købsadfærd på nettet og udvikling i forbrugeradfærd på nettet.

VALGFAG: E-BUTIKKENS KONCEPT

Her vil eleven arbejde med konceptstyring i e-bu-tikken og samtidig få indsigt i B2C og B2B e-handel. Herudover vil eleven få viden om viral kommunika-tion og digital værdiskabelse.