

Eksamensveiledning

- om vurdering av eksamensbesvarelser

LOKALT GITT SKRIFTLIG EKSAMEN
SSS2001 – Markedsføring og salg

Eksamensveiledning for lokalt gitt skriftlig eksamen i fylkeskommunenes landssamarbeid (Vigo IKS)

Denne eksamensveiledningen gir informasjon om lokalt gitt skriftlig eksamen i landssamarbeidet, og hvordan eksamen skal vurderes. Veiledningen er for skoler, elever, privatister, lærere og foresatte. Sensorene skal bruke veiledningen som en felles referanseramme for sitt sensurarbeid.

1. Eksamensordning

- 4 timer skriftlig eksamen

2. Hjelpemidler

Alle hjelpemidler er tillatt, bortsett fra åpent internett og andre verktøy som kan brukes til kommunikasjon. Hver fylkeskommune har publisert liste over tillatte nettbaserte hjelpemidler (nettressurser) som er tilgjengelig på eksamensdagen.

Noen fag avviker fra denne regelen ved at det er restriksjoner på bruk av hjelpemidler, eller at det er spesielle hjelpemidler som kreves for å løse eksamensoppgaven. Listen viser fag som avviker:

<http://www.vigoiks.no/eksamen/hjelpemidler-til-eksamen>

Eksamensoppgaver hvor det ikke er krav om spesielle hjelpemidler skal være utformet på en slik måte at det ikke er nødvendig å ha tilgang til internett eller hjelpemidler for å kunne besvare oppgavene. Det er kandidatens egen kompetanse i faget som skal prøves på eksamen.

Med utgangspunkt i eksamensordningen for faget må kandidaten selv velge hensiktsmessige hjelpemidler for å løse oppgavene. Eksempler på hjelpemidler kan være: datamaskin med filer og digitale verktøy, kalkulator, lærebok, tidligere eksamensoppgaver, notater, eksamensveiledning, utskrifter fra Internett og formelbok. Alle digitale verktøy som kandidaten vil bruke, må være installert på datamaskinen før eksamen.

3. Kommunikasjon med andre under eksamen

Det er ikke lov å kommunisere med andre under eksamen, hverken skriftlig eller muntlig.

4. Eksamensoppgaven

Eksamensoppgavene lages med utgangspunkt i læreplanens kompetansemål. De fem grunnleggende ferdighetene er en del av kompetansemålene:

- å kunne uttrykke seg muntlig (gjelder ikke på skriftlig eksamen)
- å kunne uttrykke seg skriftlig
- å kunne lese
- å kunne regne
- å kunne bruke digitale hjelpemidler

Oppgavesettet er bygd opp slik at besvarelsen skal gi grunnlag for å vurdere kandidatens individuelle kompetanse. Samlet sett kan eksamen inneholde oppgaver fra alle hovedområdene i læreplanen, men ikke nødvendigvis fra alle kompetansemålene. De fleste eksamener har alle hjelpemidler tillatt. Eksamensoppgaven bør være en åpen oppgave (case), og må utformes på en slik måte at svarene ikke kan leses direkte ut av en lærebok eller andre hjelpemidler.

Når kandidaten velger å bruke erfaringer fra egen praksis, er det viktig at hun/han beskriver klart hvilke valg som tas og de forutsetningene det arbeides ut i fra. Det er viktig å besvare det oppgaven spør om for å vise fagkompetansen sin.

Tidligere eksamensoppgaver finner du på www.vigoiks.no

5. Bruk av kilder

Hvis kandidaten bruker kilder i besvarelsen, skal disse oppgis på en slik måte at leseren kan finne fram til dem. Kandidaten skal oppgi forfatter og fullstendig tittel på lærebøker, artikler eller annen litteratur. Hvis kandidaten velger å bruke utskrift eller sitat fra nettsider, skal han/hun oppgi nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato. Eksamensoppgavene har ikke alltid krav om bruk av kilder (tekst som er hentet fra bøker, Internett etc.), og kandidaten kan vise svært høy kompetanse til eksamen uten å bruke kilder i besvarelsen. I besvarelsen skal kandidaten vise sin egen kompetanse, med eller uten bruk av kilder.

6. Vurdering av eksamensbesvarelser og karakterbeskrivelser

Fylkeskommunene har ansvar for å sensurere besvarelsene. Spørsmål om gjennomføring og sensur av eksamen rettes til den enkelte fylkeskommune.

Forskrift til opplæringsloven §§ 3-4 og 4-4 har generelle karakterbeskrivelser for grunnopplæringen:

Karakteren 6 uttrykker at eleven har fremragende kompetanse i faget.

Karakteren 5 uttrykker at eleven har meget god kompetanse i faget.

Karakteren 4 uttrykker at eleven har god kompetanse i faget.

Karakteren 3 uttrykker at eleven har nokså god kompetanse i faget.

Karakteren 2 uttrykker at eleven har lav kompetanse i faget.

Karakteren 1 uttrykker at eleven har svært lav kompetanse i faget.

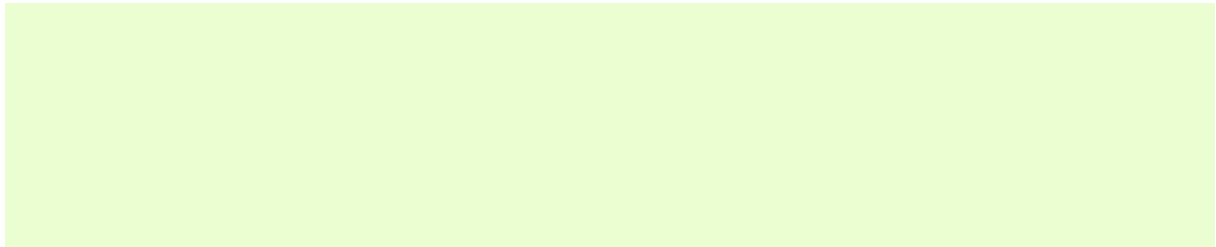
Karakterene 2-6 betyr at faget er bestått.

Kjennetegn på kompetanse

Hovedområde	Karakteren 5-6 Kandidaten viser fremragende eller meget god kompetanse i faget	Karakteren 3-4 Kandidaten viser god eller nokså god kompetanse i faget	Karakteren 2 Kandidaten viser lav kompetanse i faget
Gjøre rede for produktutviklingsprosesser og produktets livssyklus, og bruk av ulike konkurranse-midler i salg av varer og tjenester.	• Videreutvikle et produkt. • Vurdere alternativer i hvert enkelt fase i produktets livssyklus. • Diskutere fordeler og ulemper ved ulike virkemidler knyttet til konkrete produkter/bedrifter.	• Gjøre rede for fasene i produktutviklingsprosessen og produktets livssyklus knyttet til konkrete produkter. • Forklare virkemidler brukt i en konkret bedrift.	• Gjengi modeller innenfor produktutvikling og produktets livssyklus. • Definere konkurranse-midlene.
Lage og presentere en markedsplan for en virksomhet.	• Begrunne valg ved utarbeidelse og presentasjon av markedsplan.	• Lage en markedsplan for en konkret bedrift. • Presentere en markedsplan for en konkret bedrift eller målgruppe.	• Gjengi elementene i en markedsplan.
Tilpasse salg og markedsføring til kjøper- og selgerrollen i forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet. Gjøre rede for kjøpsadferden i ulike markeder.	• Vurdere nytten av å kjenne til kjøpsadferd for ulike produkter og målgrupper i forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet • Begrunne valg av budskap m.h.t de ulike målgrupper og markeder.	• Gjøre rede for kjøpsadferd for ulike produkter og målgrupper i forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet • Tilpasse selgerrollen til ulike typer marked • Utarbeide ulike typer salgsmateriell tilpasset kjøpsadferden i ulike markeder	• Beskrive kjøperrollen, kjøpsadferden og selgerrollen • Beskrive forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet

Kommunisere muntlig og skriftlig med kunder og leverandører i ulike markeder	- Begrunne sendte budskap, valg av kommunikasjonskanal og koding. - Vurdere konsekvenser av sendte budskap.	- Utarbeide ulike typer salgsmateriell. - Anvende tilpasset personlig kommunikasjon til kunder og leverandører i ulike markeder.	Beskrive en kommunikasjonsmodell.
Vurdere trender i utviklingen av ulike produkter og tjenester, og tilpasse produkt og tjenesteleveranse etter dem.	Vurdere trender i utviklingen av ulike produkter og tjenester, og tilpasse produkt og tjenesteleveranse etter dem.	- Gjør rede for utviklingstendenser og aktuelle trender i samfunnet. - Tilpasse produktene og tjenesteleveransen til nye trender.	- Definere trendbegreper. - Beskrive videreutvikling av produkter.
Drøfte forhold ved netthandel, telefonsalg og direkte salg i forbrukermarkedet	Diskutere fordeler og ulemper med netthandel, telefonsalg og direkte salg	Bruke lovverk og etiske retningslinjer knyttet til netthandel, telefonsalg og direkte salg i forbrukermarkedet	- Definere aktuelle begreper - Kjenne til aktuelle lover
Forslå tiltak i det fysiske ytre og indre salgsmiljøet som fremmer profilering og salg av varer og tjenester	Vurdere de foreslåtte tiltakene.	Foreslå tiltak i det fysiske ytre og indre salgsmiljøet som fremmer profilering og salg av varer og tjenester.	- Definere det ytre og indre salgsmiljøet. - Definere profileringsbegrepet.
Gjennomføre salgs- og mersalgprosesser ved hjelp av hoved- og tilleggs leveranser til forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet.	- Sammenligne salgsprosessen i de tre markedene og vurdere forskjeller og likheter. - Vurdere og begrunne tiltak for å oppnå salg og mersalg.	- Gjennomføre salgs- og mersalgprosesser i forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet. - Foreslå tiltak for å oppnå mersalg - Utarbeide servicepakken for en konkret bedrift.	- Beskrive trinnene i salgssamtalen og begrepet mersalg. - Definere begrepet hoved- og tilleggs leveranse. - Definere begrepene forbruker-, bedrifts- og institusjonsmarkedet.

Vurdere betydningen av ekstern, intern og interaktiv markedsføring for å fremme salg	• Vurdere betydningen av ekstern, intern og interaktiv markedsføring for å fremme salg.	• Forklare sammenhengen mellom ekstern, intern og interaktiv markedsføring.	• Definere begrepene ekstern, intern og interaktiv markedsføring.
Bruke produktkunnskap, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap i samhandling med kunden.	• Vurdere viktigheten av produktkunnskap, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap i samhandlingen med ulike kunder.	• Forklare begrepene produktkunnskap, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap og bruke disse i samhandlingen med ulike kunder.	• Definere aktuelle begreper.
Yte service i samsvar med etiske retningslinjer for bransjen.	• Vurdere konsekvenser og diskutere forbedringsområder for en gitt bedrift.	• Utarbeide forslag til etiske retningslinjer for en bedrift og forklare hvordan de ansatte skal yte service i samsvar med disse retningslinjene.	• Definere begrepet etikk. • Definere servicebegrepet. • Kjenne til etiske retningslinjer i ulike bransjer.
Bruke IKT som redskap i salgssituasjoner.	• Vurdere fordeler og ulemper ved aktuelle IKT verktøy i gitte salgssituasjoner.	• Bruke IKT som redskap i gitte salgssituasjoner.	• Beskrive IKT redskap som brukes i salgssituasjoner.
Gjøre rede for samarbeidsformer i service- og varehandelsbedrifter.	• Vurdere fordeler og ulemper ved ulike typer samarbeid.	• Forklare konkrete samarbeidsformer i gitte bedrifter og bransjer.	• Beskrive forskjellige former for samarbeid i service- og varehandelsbedrifter.



www.vigoiks.no/eksamen