

Lokal Undervisningsplan

For

Grundforløb Business

Detail, Handel og Kontor

Eventkoordinator

Juni 2021

Indhold

Overordnede regler og rammer for undervisningen.....	3
Afdelingens organisering	3
Undervisningen.....	4
Struktur og fag.....	4
Pædagogiske, didaktiske og metodiske overvejelser.....	5
Lærer og elev	5
Undervisningens indhold i uddannelsesspecifikke fag på GF2.....	6
Udvikling af virksomhed for kontor	6
Udvikling af virksomhed for detail og handel.....	7
Planlægning af messe for kontor.....	7
Planlægning af messe for detail og handel.....	7
Visuel præsentation for kontor	7
Visuel præsentation for detail og handel	8
Kommunikation for kontor	8
Kommunikation for detail og handel.....	8
KONTORUDDANNELSEN MED SPECIALER	9
DETAIL og Handel – Uddannelsesspecifikt fag	11
EVENTKOORDINATORUDDANNELSEN MED SPECIALER	13
Evaluerings og bedømmelse	15
Afsluttende standpunktsbedømmelse	15
Afsluttende prøve	15
Coaching af elever på casearbejdsdagen	16

Overordnede regler og rammer for undervisningen

Grundforløb 2 for business er et samlæst grundforløb, for elever som ønsker at uddanne sig til inden for det merkantile fagområde.

Undervisningen tager afsæt i bekendtgørelse om erhvervsuddannelsen til hhv.:

- Bekendtgørelsen om handelsuddannelsen med specialer
 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/421>
- Bekendtgørelsen om kontoruddannelsen med specialer
 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/417>
- Bekendtgørelsen om detailhandelsuddannelsen med specialer
 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2021/367>
- Bekendtgørelsen til erhvervsuddannelsen til eventkoordinator.
 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/420>

Undervisningen på grundforløbet inddrager desuden skolens pædagogiske og didaktiske grundlag.

https://www.eucnord.dk/fileadmin/user_upload/Om_eucnord/Dokumenter/paeddidgrundlag.pdf

For ovennævnte uddannelser følges desuden følgende materialer, incl link til standardiserede grundforløbsprøver: <https://www.uddannelsesnaevnet.dk/erhvervsuddannelser/>

Afdelingens organisering

Afdelingens pædagogiske ansvarlige er Vicerektor Annette Nibuhr Thomsen,

Mail: ant@eucnord.dk,

mobil 72 24 62 21

Afdelingen studieleder/ elevinspektør er Henrik Brandt

Mail: hbra@eucnord.dk

Mobil 72 24 62 06

Undervisningen

Varigheden på fagene følger uvm's vejledende varighed, dvs 2 uger pr grundfag og 12 uger til det uddannelsesspecifikke fag.

Der undervises min. 26 timer om ugen. Unge og voksne deltager i undervisningen på samme hold. Grundfagene udbydes på minimum niveauet for overgangskravet, dog højest til niveau C.

Indholdet i de fag og læringsaktiviteter, som skolen opdeler undervisningen i, ses skolens læringsplatform, itslearning. Her vises også de læringsmål som aktiviteten bygger på. [Link:](#)

Struktur og fag

Oversigt over fag i de merkantil grundforløb

	Gf1/EUX gf1	EUX, gf2	Gf2 kontor	Gf2 detail	Gf2 handel	Gf2 event	EUS
Dansk C	X		X	X	X	X	
Engelsk C	X		X	X	X	X	
Samfundsfag C	X		X				
Matematik C		X	X				
Virksomhedsøkonomi C		X	X	X	X	X	X
Erhvervsinformatik C		X	X	X	X	X	(X)*
Organisation C		X	X				
Afsætning C		X	X	X	X	X	X
Erhvervsfag	X						
Udd.spec. detail&handel		X		x	x		X
Udd.spec. kontor		X	x				X
Udd. Spec event		X				x	X

- EUS skal have Erhvervsinformatik C hvis de vælger kontor, ellers Virksomhedsøkonomi

Alle grundfag er beskrevet i en specifik lup for det pågældende fag og niveau.

Pædagogiske, didaktiske og metodiske overvejelser.

På EUC Nord arbejder vi med praksisnær undervisning. Derfor tager undervisningen også udgangspunkt i branchens praksis, men med læring for øje.

Opgaverne der skal arbejdes med på grundforløbet, er opgaver som man også vil kunne møde i jobbet som f.eks kontorassistent, hvorfor de også vil virke relevante og praksisnære.

På uddannelsen er der også fokus på at skabe helhedsorienteret undervisning. Det vil sige, at grundfag som afsætning, erhvervsøkonomi, dansk og erhvervsinformatik inddrages i undervisningen, men sat i relation til uddannelsen og dennes mål.

Der arbejdes helhedsorienteret og praksisbaseret med varierende arbejdsformer hvor teori inddrages i projektopgaver, der styrker elevens læring. Eleverne vil både arbejde i gruppe og selvstændigt.

For at sikre, at alle elever bliver så dygtige som de kan, er det vigtigt at der er mulighed for at differentiere mellem eleverne. Det kan bl.a. ske ved hjælp af styret case, åben case eller problemformulerede opgaver, der skal løses som projekt i form af gruppearbejde.

It vil, lige som grundfagene, blive inddraget helhedsorienteret. Det vil sige, at det at udarbejde relevant dokumentation i forhold til projektarbejde vil ske ved hjælp af it. Der skal også ske informationssøgning ift. relevante emner.

Undervisningsformen vil være afvekslende, hvor der nogle gange vil være lærerstyret undervisning i klassen og andre gange gruppearbejde, hvor eleverne sammen undersøger og arbejder med forskellige emner.

Undervisningen vil blive tilrettelagt, så eleverne vil få mulighed for i udvalgte emner at fordybe sig. Eleverne vil, når det er muligt og passende, blive stimuleret med ud-af-huset-aktiviteter og besøg udefra.

Eleven vil via den løbende evaluering få feedback, som vil medvirke til en klar rammesætning for elevens udvikling og en klar synliggørelse af elevens standpunkt i forhold til målene for uddannelsen.

Lærer og elev

Vi ønsker i starten et smalt lærerteam, i tæt samarbejde. Kontaktlæreren skal være en af de lærere der har eleverne mest. Læreren vil i det første forløb indtage rollen som instruktør, igangsætter, samt iagttager for at opfange elever med særlige behov. I forbindelse med elevernes projektarbejde, vil læreren virke som igangsætter, og under projektarbejdet, som vejleder til elevernes arbejde og læring. I hele lærerens virke, vil hun fremstå som en rollemodel i forhold til faget, men også som den professionelle voksne, som eleven kan spejle sig i, - i dannelsen af en identitet som faglært og som bidragsyder på arbejdsmarkedet.

Hver elev har en kontaktlærer. Kontaktlærerens rolle er at sikre at eleven føler sig tryk i valget af uddannelse, og at eleven har en "livline" til at snakke om udfordringer af såvel personlig som faglig karakter. Kontaktlæreren er også bindeleddet mellem skole og hjem, sådan at der er et nært løbende forældresamarbejde.

Al undervisning på grundforløbet, er bygget op efter didaktiske modeller og overvejelser, således at der sikres en relevant undervisning. Undervisningsplanlægningen tager højde for stoffets sværhedsgrad,

(niveau) i forhold til den enkelte elevs læringsmål, en progression i stoffet så eleven bliver udfordret og støttet, og i forhold til klare mål for elevens læring. For at opnå dette, vil læreren arbejde sig frem mod at eleven bliver bevidst om sin egen rolle i, og sit ansvar for læring.

Af den undervisning som eleven modtager, vil læreren stille sig til rådighed med viden, vejledning og støtte. I projektarbejdet, og i gruppearbejde, vil hver elev få en passende opgave, som løses i et fællesskab og med samarbejde med de andre elever i gruppen. Her virker læreren som støttende vejleder til tider i et dialogbaseret læringsmiljø. Læreren vil give eleven plads til at udforske og udfordre sig selv, så eleven kan blive så dygtig som muligt. Der bliver også lagt stor vægt på at eleven kan præsentere sit arbejde og sig selv, på en kundesvenlig og konstruktiv måde - sådan at mødet med en kunde vil føles naturligt. Eleverne er i samarbejde med læreren en aktiv deltager i planlægningen af dagens opgaver og mål.

Undervisningens indhold i uddannelsesspecifikke fag på GF2

I uddannelsen samarbejder grundfagene og en række forskellige tværfaglige forløb og workshops med det formål, at bibringe eleverne de kompetencer, som er nødvendige for overgangen til hovedforløbet. Der arbejdes med følgende temaer:

- Virksomhedsudvikling
- Planlægning af messe
- Visuel præsentation
- Kommunikation

Temaerne er fleksible, og tilrettes efter hvilket uddannelsesspecifikt fag eleven er i gang med at gennemføre.

Udvikling af virksomhed for kontor

I temaet "Udvikling af virksomhed" lærer man med udgangspunkt i forandringsmodeller og en omverdensmodel om virksomhedsdrift og konkurrenceforhold. Man lærer om forskellige kundegrupper og om, hvordan salgsprocessen kan tilrettelægges i forhold til disse. Man lærer om virksomhedens strategiske mål med salg og servicefunktioner, og hvordan afsætning igennem elektroniske kanaler kan kombineres med afsætning fra en fysisk butik.

Man lærer om virksomhedens digitale kommunikationsbehov og mest anvendte kommunikationskanaler. Man får viden om handelsregning og forskellige regneteknikker både med og uden hjælpemidler. Man lærer om virksomhedens handelsfunktioner, som fx salg, kundeservice, indkøb, lager og får viden om produktets vej gennem værdi- og forsyningskæden.

Der arbejdes med digitalisering af arbejdsprocesser herunder oprettelse af en kundedatabase og brevflertning, og man får indsigt i love og regler omkring dataregistrering. Man lærer om kommunikationsstrategier og formidling i B2B. Man opnår it-kompetencer i programmer til tekstbehandling, regneark, økonomi, dtp og databaser.

Udvikling af virksomhed for detail og handel

I temaet "Udvikling af virksomhed" lærer man med udgangspunkt i forandringsmodeller og en omverdensmodel om butiksdrift og konkurrenceforhold. Man lærer om forskellige kundetyper og om, hvordan salgsprocessen kan tilrettelægges i forhold til forskellige målgrupper. Man lærer om købsadfærd og salgspsykologi, og hvordan afsætning igennem elektroniske kanaler kan kombineres med afsætning fra en fysisk butik, og man får kendskab til sammenhænge mellem e-handel, sociale medier, sortiment og målgruppe.

Man får viden om økonomisk drift af en butik, herunder butikkens budgetter, årsregnskaber, priskalkulationer samt prisstrategiers indflydelse på butikkens resultat. Der arbejdes med oprettelse af en kundedatabase og brevflætning, og man får indsigt i love og regler omkring dataregistrering. Man opnår it-kompetencer i programmer til tekstbehandling, regneark, økonomistyring, dtp og databaser.

Planlægning af messe for kontor

Temaet "Planlægning af messe" handler om virksomhedens fokus på oplevelser og events. Her kommer man til at arbejde med innovative arbejdsprocesser i forhold til de forskellige arbejdsopgaver, der indgår i udvikling og gennemførelse af en event/oplevelse. I samarbejde med fysiske virksomheder skal der opbygges en messe med et forudbestemt tema med messestande/varer og markedsføringsmateriale. Der udarbejdes korte tekster i forhold til den konkrete salgs- eller markedsføringsaktivitet med begrundelse for valg af sproglig norm i forhold til tekstens indhold og målgruppe samt kommunikationskanal. Der arbejdes med fremstilling af reklamefilm. Man opnår kompetence i anvendelse af planlægnings- og præsentationsværktøjer.

Planlægning af messe for detail og handel

Temaet "Planlægning af messe" handler om detailhandelens fokus på oplevelser og events. Her kommer man til at arbejde med innovative arbejdsprocesser i forhold til de forskellige arbejdsopgaver, der indgår i udvikling og gennemførelse af en event/oplevelse indenfor detailhandel. I samarbejde med fysiske butikker skal der opbygges en messe med et forudbestemt tema med messestande/varer og markedsføringsmateriale.

Der arbejdes med visual merchandising blandt andet i forhold til storytelling, opstillingsprincipper, butikkens identitet og markedsføring. Man får kendskab til forskellige faser af salgsprocessen ved personligt salg og kundeservice i detailhandelen. Der arbejdes med fremstilling af reklamefilm. Man opnår kompetence i anvendelse af planlægnings- og præsentationsværktøjer.

Visuel præsentation for kontor

I temaet "Visuel præsentation" arbejder eleverne med, hvordan man inden for handelsområdet fastlægger sin visuelle profil over for kunder, samarbejdspartnere og andre i forsyningskæden. Et vigtigt omdrejningspunkt i temaet er, hvordan der kan skabes sammenhæng mellem virksomhedens profil og virksomhedens øvrige koncept.

Visuel præsentation for detail og handel

I temaet "Visuel præsentation" arbejder eleverne med, hvordan man indenfor detailhandlen indretter butikken og eksponerer varerne for kunderne. Eleverne vil herunder lære om grundprincipperne for "visual merchandising" og "space management". I temaet vil eleverne lære ikke blot om de forskellige varegruppers fysiske placering i butikken, men også om, hvordan butikken med dens indretning og placering af inventar og interieur kan lede kunderne rundt i hele butikken.

Eleverne vil lære teori om opstillingsprincipper (ABC-pladser) og placering af varer på bestemte steder (XYZ-varer). Et vigtigt omdrejningspunkt i temaet er sammenhængen mellem varestrømmen og kundestrømmen i butikken. I denne sammenhæng arbejdes der også med, hvordan butikkens visuelle profil kan medvirke til at præsentere butikkens/kædens øvrige koncept.

Kommunikation for kontor

I temaet "Kommunikation" introduceres eleverne for den kommunikation, som finder sted i virksomheden både internt i virksomheden (medarbejdere, ledere og afdelinger imellem) og eksternt i virksomheden til kunder, leverandører og offentlige institutioner. Eleverne skal lære og tilegne sig viden om sprogbrug og kultur, både i forbindelse med skriftlig kommunikation og især omkring den mundtlige kommunikation i ukendte og kendte situationer. Elevarbejdet vil have fokus på elevens evne til mundtlig formulering og skriftlige formuleringer.

Kommunikation for detail og handel

I temaet "Kommunikation" introduceres eleverne for det personlige salg og kundebetjening i butikken. Eleverne skal have kendskab til de forskellige faser af salgsprocessen og kunne anvende de teknikker, der knytter sig til et godt salg og en god service.

Eleven skal arbejde med salgstrappens seks trin, kropssprog (4 x 20 reglen) samt kunne aflæse de forskellige kundetyper. Der arbejdes med konflikthåndtering i forbindelse med salg samt håndtering af reklamationer.

De praktiske opgaver vil tage udgangspunkt i rollespil i butik (sælger/kunde), spørgeteknikker samt aktiv lytning. Gæstebesøg fra detailbranchen eller besøg i butik vil indgå i temaet.

KONTORUDDANNELSEN MED SPECIALER

Kompetence	Viden	Færdigheder	Primær aktivitet
Nr. 1: Digital databehandling	Virksomhedens anvendelse af digital databehandling i forhold til f.eks. kunder, produkter, serviceydelser m.v.	Indhentning af data til brug for en afgrænset opgave og anvendelse af digitale værktøjer til indsamling af data samt behandling og præsentation af dem	IT
	Digitalisering af arbejdsprocesser	Udarbejdelse af forslag til digitalisering af dele af en arbejdsproces ved anvendelse af gængse digitale programmer og værktøjer	IT
	Datadisciplin samt metoder og værktøjer til kvalitetssikring og-udvikling af digitale processer		IT
	Almindeligt forekommende værktøjer og programmer til databehandling i en handelsvirksomhed, som fx CRM-systemer		IT
Nr. 2: Kommunikation og formidling	Virksomhedens koncepter i relation til hvordan der kommunikeres med kunder og samarbejdspartnere	Mundtlig præsentation af en afgrænset opgave inden for salg, indkøb eller logistik i forhold til et opstillet mål for formidlingen	DA
	Virksomhedens basale digitale kommunikationsbehov og mest anvendte kommunikationskanaler	Udarbejdelse af korte tekster i forhold til en konkret salgs- eller markedsføringsaktivitet og begrundelse for valg af sproglig norm i forhold til tekstens indhold og målgruppe for teksten samt kommunikationskanal	DA, ENG
	Forskellige kulturer og normer i international handel		EN

	Virksomhedens målgrupper for kommunikation og betydningen af sprogpolitik og normer i forhold til talesprog og i forhold til breve og mails		DA, ENG
	Virksomhedens kommunikationsstrategi i forhold til professionelle kunders behov for information om produkter, leveringstider, services		DA, ENG
Nr. 3: Salg og service	Virksomhedens strategiske mål med salg og servicefunktioner	Planlægning af en konkret afgrænset salgsopgave i forhold til forskellige former for salg	AFS
	Kvalitetskrav i forhold til salg og servicefunktioner, herunder såvel skrevne som uskrevne normer	Skelnen mellem forskellige typer af services, som typisk gives i en handelsvirksomhed, som fx eftersalgsservice, reklamationshåndtering eller salgssupport	AFS
	Begreberne strategi, kundedfærd, præferencestruktur, kulturelle normer og værdier	Planlægning af en konkret afgrænset salgs- eller serviceopgave i forhold til kundedfærd, kultur, normer, værdier m.v.	AFS, USF
	Forskellige salgskanalers styrker og svagheder		AFS
	Betydningen af relationsopbygning i forhold til kunder og leverandører		AFS
	Forskellige metoder og værktøjer til at planlægge og udføre salg og serviceopgaver		AFS

DETAIL og Handel – Uddannelsessepcifikt fag

Kompetence	Viden	Færdigheder	Primær aktivitet
Nr. 1: Butiksdrift	Arbejdsopgaver i forbindelse med salgsklar butik	Klargøring af butikken til salg	USF
	Butikskoncepter og hvordan trends kan påvirke udvikling i koncepterne	Skelnen mellem forskellige butikskoncepter og forklaring af trends påvirkning af konceptudviklingen	AFS
	Space management	Forklaring af principperne i space management	AFS
	Sammenhænge mellem afsætningskanaler og konkurrencesituationen	Anvendelse af viden om afsætningskanalers påvirkning på konkurrencesituationen på et givent marked	AFS
	Værdikæden	Forklaring af koblingen imellem værdikæde og butikskoncepter	AFS
	Afgrænsede dele af detailhandelslovgivningen	Analyse af udvalgte dele af detailhandelslovgivningens påvirkning af kunderne og butikken	AFS
Nr. 2: Butiksøkonomi	Begrebet forretningsforståelse i en detailvirksomhed og de elementer, der indgår heri.	Forklaring af koblingen imellem forskellige forretningskoncepter og fortjeneste og omkostninger ved koncepterne.	AFS
	Data til udvikling af kunderettede tilbud	Forklaring af hvordan en detailhandel kan udvikle kunderettede tilbud med anvendelse af data.	IT
	Digitalisering af forretningsprocesser	Begrundelse for den stigende digitalisering af detailhandelen	AFS
	Prisstrategier og deres påvirkning af fortjenesten	Skelnen imellem forskellige forretningskoncepters anvendelse af prisstrategier	AFS
	Frem- og tilbagegående kalkulation af priser og omkostninger	Udførelse af frem- og tilbagegående kalkulationer	AFS
Nr. 3: Performance	Opbygning af en præsentation	Udarbejdelse af en præsentation Gennemførelse af en forberedt præsentation	IT

	Kropssprog og stemmeføring som elementer i at skabe en øget troværdighed	Forklaring af hvordan forskellige virkemidler, kropssprog, stemmeføring og andet påvirker tilhørernes opfattelse af ideen, produktet eller konceptet Kropssprogets anvendelse til at øge tilhørernes interesse i ideen, produktet eller konceptet Anvendelse af stemmeføring aktivt ved præsentation	USF
Nr. 4:			
Salg	Forskellige faser af salgsprocessen ved personligt salg	Anvendelse af de forskellige faser af salgsprocessen ved personligt salg	AFS
	Forskellige kundetyper	Begrundelse for hvordan salgsprocessen skal tilrettelægges i forhold til forskellige kundetyper	AFS
	Konflikters opståen og håndtering	Forklaring af konflikthåndtering	AFS
	Kundeservice i detailhandelen	Forklaring af god kundeservice	AFS
Nr. 5:	Grundprincipper for visual merchandising	Anvendelse af grundprincipperne i visual merchandising til indretning af salgslokalet	USF
	Principperne for indretning af et salgslokale		USF
	Grundprincipperne inden for opstillingsprincipper	Udarbejdelse af en opstilling ud fra grundprincipperne inden for opstillingsprincipper	USF
Nr. 6:	Indholdet og opbygningen af en innovativ arbejdsproces	Gennemførelse af innovativ arbejdsproces	USF
	De forskellige arbejdsopgaver der indgår i udvikling og gennemførelse af en event/oplevelse i detailhandel	Planlægning og udførelse af en mindre event i detailvirksomheden	USF
	Events/oplevelsers indgåelse i en detailvirksomheds salg og markedsføring	Forklaring af detailhandelens fokus på oplevelser og events	USF
	Opbygning af et butikskoncept og sammenhængen imellem målgruppe og sortiment, beliggenhed, afsætningskanaler, markedsføring og	Udarbejdelse af et butikskoncept ud fra givne produkter til givne målgrupper	AFS

	hjemmeside, prispolitik samt servicekoncept		
	Forudsætninger der skal være til stede for at starte en ny butik	Forklaring af faserne i etablering af en butik	USF
Nr. 7: Afsætning via elektroniske medier	Fordele og ulemper ved afsætning igennem forskellige elektroniske kanaler	Forklaring af hvordan afsætning igennem elektroniske kanaler kan kombineres med afsætning fra en fysisk butik	IT
	Multikanalmarkedsføring	Forklaring af fordele ved multikanalmarkedsføring	DA
	Forskellige e-handelsplatforme	Forklaring af den stigende anvendelse i e-handel ud fra forbrugernes købsadfærd og trends	AFS
	Fordele og ulemper ved anvendelse af forskellige sociale medier i en afsætningssituation	Forklaring af sammenhængen imellem anvendelse af forskellige sociale medier, sortiment og målgruppe	DA

EVENTKOORDINATORUDDANNELSEN MED SPECIALER

Kompetence	Viden	Færdigheder	Primær aktivitet
Nr. 1: Kommunikation	Målgrupper for kommunikation og betydningen af sprognormer i forhold til talesprog og præsentationer samt breve og mails	Udførelse af mundtlig præsentation af en afgrænset opgave ved hjælp af teknologiske værktøjer i forhold til et opstillet mål for formidlingen og under hensyntagen til målgruppen	DA, ENG
	Kommunikationskanaler og teknologiske værktøjer i forhold til formidling og ønsket effekt	Udarbejdelse af korte tekster på dansk og engelsk i forhold til en konkret udviklingsopgave og begrundelse for valg af sproglig norm i forhold til tekstens indhold, målgruppe for teksten samt kommunikationskanal	DA, ENG
	Kommunikationssituationer	Udvælgelse af værktøjer og metoder til at sikre kreativ og visionær formidling af en konkret udviklingsopgave eller præsentation	DA, ENG

til den valgte målgruppe og evaluering af egen fremstilling ved hjælp heraf			
Nr. 2: Projektstyring			
	Faser i et udviklingsprojekt	Udarbejdelse af og begrundelse for alternative løsnings- og styringsmodeller for opgaver ud fra virksomhedens og kundens forventninger til service og kvalitet	IT
	Administrative, økonomiske, juridiske og sikkerhedsmæssige aspekter ved en eventopgave	Udarbejdelse af projektplaner og præsentationer ved hjælp af IT-værktøjer	IT, USF
	Projektstyring og kvalitetssikring	Løbende justering og opfølgning samt afsluttende projektevalueringer	IT
		Analyse af forskellige problemstillinger og opstilling af alternative løsningsmodeller	GF1
Nr. 3: Udvikling og forretningsforståelse	Idéudviklingsprocessens forskellige faser	Anvendelse af kreative metoder til idéudvikling og forklaring af forretningspotentialet i en eventidé.	USF
	Juridiske og sikkerhedsmæssige aspekter ved en eventopgave	Udarbejdelse af budgetter, forskellige former for tilbud og andre konkrete beregninger og synliggørelse af de forventede økonomiske udgifter og indtægter ved en opgave	EØ
	Projektøkonomi, budgettering, nøgletal og principper for forretningsdrift generelt	Udarbejdelse af en simpel salgs- og markedsføringsplan i forbindelse med gennemførelsen af en udviklingsopgave i eventbranchen	AFS
	Relevante salgs- og kommunikationskanaler og redegørelse for valg af kanal i forbindelse med en udvalgt udviklingsopgave	Korrektion af budgetter og planer som følge af afvigelser af de planlagte elementer	AFS

Evaluering og bedømmelse

Afsluttende standpunktsbedømmelse

Der gives en afsluttende standpunktskarakter efter 7-trinsskalaen. Standpunktskarakteren udtrykker elevens opfyldelse af fagets mål, og der karakterfastsættes efter kriterierne for grundforløbsprøven i det pågældende fag. Se link i næste afsnit.

Afsluttende prøve

Ved afslutningen af undervisningen afholdes en prøve, grundforløbsprøven. Det er prøvens formål at bedømme elevens opfyldelse af de krav, som er fastsat for den pågældende uddannelse i medfør af § 3, stk. 2, i hovedbekendtgørelsen og i tråd med den standardiserede grundforløbsprøve for den pågældende uddannelse. Prøveformen for grundforløbsprøven er casebaseret, og følger uddannelsesnævnets retningslinjer herfor. – se link:

<https://www.uddannelsesnaevnet.dk/erhvervsuddannelser/>

Hvis man i forbindelse med eksamensopgaven har behov for hjælp med læsning, skrivearbejde eller lignende, vil der blive lavet individuelle aftaler, om hvilken hjælp eleven har behov for. Aftaler om hjælp til eksamen skal i god tid inden eksamensstart være aftalt med eksaminator, og censor er orienteret på forhånd.

Grundforløbsprøven følger skolens eksamenshåndbog, www.eucnord.dk

Prøven bedømmes bestået/ ikke bestået

Karakteren Ikke bestået – gives for den utilstrækkelige præstation, der ikke demonstrerer en acceptabel grad af opfyldelse af bedømmelseskriterierne.

Coaching af elever på casearbejdsdagen

Skolen kan på casearbejdsdagen stille en coach til rådighed for eleven. Coachen må ikke yde faglig vejledning eller hjælpe med løsninger på opgaver, men alene bidrage til elevens faglige aktivitet og opgaveløsning ved at lytte til elevens faglige overvejelser og stille åbne, ikke-ledende spørgsmål til eleven.

Formålet med coaching

Formålet med coaching er at give eleven mulighed for at forklare coachen – og sig selv – løsningsforslag og begrundelser for de valgte løsningsforslag. Eleven kan på den måde tale sig frem til om ideer og løsninger er holdbare og finde nye vinkler på de delopgaver, som eleven præsenterer for coachen. Det er eleven selv, der skal finde løsninger og ideer. Det er eleven, der skal forklare for coachen.

Coachen må ikke yde faglig vejledning. Den faglige viden og vejen til faglig viden har eleven selv ansvaret for på casearbejdsdagen. Coachens funktion er at være med til at skabe optimale rammer for, at eleven udnytter sit faglige potentiale.

- Coaching handler ikke om opgaven, men om den elev, der skal løse opgaven
- Coaching handler ikke om at forbedre opgaven, men om at forbedre arbejdsprocessen
- Coaching korrigerer ikke fejl, men arbejdsmetoden
- Coachen er ikke dommer, men konsulent og vejleder

Coachen kan få det til at lykkes for eleven ved at:

- lade eleven føre ordet
- beskrive/gengive, hvad coachen hører
- lytte til elevens løsningsforslag
- stille åbne hv-spørgsmål (først og fremmest hvad, hvem, hvor, hvornår og hvis. Hvorfor- og hvor-dan-spørgsmål opfordrer til analyse og bør anvendes i mindre omfang)

Eksempler på coachens spørgsmål til eleven kunne være:

- hvad handler opgaven om
- hvad synes du fungerer godt
- hvad er du tilfreds med
- hvad mener du, kan forbedres
- hvad trænger til mere arbejde
- hvad vil du gøre nu
- hvad mener du, du opnår ved at fortsætte på den måde, du har planlagt
- hvor langt er du kommet
- hvem kan du arbejde sammen med om opgaven
- hvor finder du hjælp til at løse opgaven

Coachen udpeges blandt lærere, der ikke underviser i eksaminationsfaget.

Coachen instrueres i hvervets formål og metode, herunder særligt, at der ikke må ydes faglig bistand til eleven.

Eleverne oplyses ved den forudgående eksamensorientering om coachens opgaver, herunder særligt at coachen ikke må yde faglig hjælp.

Coach tilbydes udvalgte klasser ved sommerekksamen.