

Udskrevet den 16-04-
2024

Nummer:	40002
Titel:	Markedsføringsplanen i detail- og handelserhvervet
Kort titel:	markedsfplanide
Varighed:	2,0 dage.
Godkendelsesperiode:	10-10-2007 og fremefter
Status (EUU):	GOD
Status (UVM):	GOD
Delmål:	Nej
Multiplan:	Nej

Handlingsorienteret målformulering for arbejdsmarkedsuddannelserne

Deltageren kan medvirke i udarbejdelse af en markedsføringsplan, og efterfølgende analysere og vurdere omkostningseffektiviteten på baggrund af de almindelige værktøjer der benyttes til optimering af kampagner.

Deltageren har viden om målgrupper, relevante medier, budskaber og kommunikationsformer til markedsføring, og kan anvende denne viden til at assistere ved gennemførelse og opfølgning af virksomhedens markedsføringsindsats.

Eventuelt yderligere bestemmelser for certifikatuddannelser

Arbejdsmarkedsuddannelser med relevans for uddannelsesmål:

44244 Effektiv markedskommunikation
41426 Forbrugerforhold
44277 Forbrugerprofiler

Målet indgår på nuværende tidspunkt i følgende fælles kompetencebeskrivelser:

2265 (AD) Detailhandel (moder-FKB)

Tekster til UddannelsesGuiden

WEB-søgetekst:

På kurset får deltageren kendskab til kundefærd, målgrupper, mediestrategi og -valg, og opnår derigennem forståelse for gennemførelse af omkostningseffektiv markedsføringsplan. Der arbejdes med kommunikation af planen, således at den henviser naturligt til praktisk arbejde med salgsfremmende foranstaltninger.

Målgruppe:

Salgs- og servicemedarbejdere i detail- og handelsvirksomheder, som dagligt arbejder og understøtter den fastlagte eksterne markedsføringsstrategi.

Mål:

Deltageren kan medvirke i udarbejdelse af en markedsføringsplan, og efterfølgende analysere og vurdere omkostningseffektiviteten på baggrund af de almindelige værktøjer der benyttes til optimering af kampagner.

Udskrevet den 16-04-
2024

Deltageren har viden om målgrupper, relevante medier, budskaber og kommunikationsformer til markedsføring, og kan anvende denne viden til at assistere ved gennemførelse og opfølgning af virksomhedens markedsføringsindsats.

Varighed:
2,0 dage

Eksamen:
Der er en skriftlig prøve til uddannelsen

Den danske kvalifikationsramme for livslang læring

Niveau i den danske kvalifikationsramme for livslang læring: 4

Indhold:

På kurset får deltageren kendskab til kundefærd, målgrupper, mediestrategi og -valg, og opnår derigennem forståelse for gennemførelse af omkostningseffektiv markedsføringsplan. Der arbejdes med kommunikation af planen, således at den henviser naturligt til praktisk arbejde med salgsfremmende foranstaltninger.

Jobmuligheder og videre uddannelse:

Uddannelsesbeviset giver mulighed for at varetage jobfunktioner i virksomheder/organisationer, som beskæftiger faglærte og/eller ufaglærte medarbejdere inden for det jobområde, arbejdsmarkedsuddannelsen retter sig imod, og som er beskrevet i uddannelsens centralt godkendte handlingsorienterede mål. Personer, som har dette uddannelsesbevis, har på en række områder mulighed for at få beviset anerkendt ved optagelse på en erhvervsuddannelse (merit). I bekendtgørelsen for erhvervsuddannelserne findes der nærmere bestemmelser om merit.

Bevis opnås således:

Beviset tildeles, når deltageren har nået arbejdsmarkedsuddannelsens centralt godkendte handlingsorienterede mål. For arbejdsmarkedsuddannelser, hvortil der er udviklet en prøve, vil dette som udgangspunkt forudsætte, at prøven er bestået. Der kan dog gives dispensation til prøveafleggelse. For arbejdsmarkedsuddannelser, hvortil der ikke er udviklet en prøve, vil beviset udstedes, hvis underviseren vurderer, at deltageren har nået arbejdsmarkedsuddannelsens centralt godkendte handlingsorienterede mål. Endelig kan beviset tildeles på baggrund af en individuel kompetencevurdering (IKV i AMU) med mindre, dette forhindres af anden lovgivning.

Uddannelsesinstitutioner som kan tildele bevis:

Beviset tildeles af offentlige og private uddannelsesinstitutioner, som er godkendt af Undervisningsministeriet til at udbyde arbejdsmarkedsuddannelsen.

Bevistekster

Bevisformat:A6

Gældende fra:10-10-2007

Bevistekst:Deltageren kan medvirke i udarbejdelse af en markedsføringsplan, og efterfølgende analysere og vurdere omkostningseffektiviteten på baggrund af de almindelige værktøjer der benyttes til optimering af kampagner.

Udskrevet den 16-04-
2024

Deltageren har viden om målgrupper, relevante medier, budskaber og kommunikationsformer til markedsføring, og kan anvende denne viden til at assistere ved gennemførelse og opfølgning af virksomhedens markedsføringsindsats.

Prøver

Gyldighedsperiode:
29-10-2019 og fremefter

Status (EUU):
GOD

Status (UVM):
GOD

Prøveformer:
Skriftlig

Anden prøveform:
Nej

Beskrivelse af anden prøveform:

Særlig prøve til fjernundervisning:
Nej

Prøve kan aflægges af selvstuderende:
Nej

Ingen prøve pga. lav uddannelsesaktivitet:
Nej

Ingen prøve pga. særlige omstændigheder:
Nej

Ingen prøve da spørgsmålet om prøver er reguleret af anden myndighed, organisation eller lign.:
Nej