Vejledende Plan for Oplæring

*specialet B2B manager*

Aftaleperiode:

Elev:

Virksomhed:

Uddannelsesansvarlig:

God uddannelse kræver planlægning. Et veltilrettelagt uddannelsesforløb er et vigtigt grundlag, som er med

til at sikre, at eleven får en uddannelse, der lever op til de gældende krav, og virksomheden får gavn af en veluddannet elev.

Virksomheden skal derfor lægge en plan for oplæringen for hver elev. Planen skal sikre, at oplæringen lægges bedst muligt til rette. Kæden/branchen kan ligeledes have udarbejdet en plan for oplæring. Den bør indeholde:

* Oversigt over uddannelsesforløb med periodeangivelse
* Hvem har det overordnede ansvar for uddannelsen (uddannelsesansvarlig)
* Hvem har ansvaret for den praktiske oplæring i de enkelte perioder (oplæringsansvarlig)
* Tidspunkter for planlagte evalueringssamtaler - mindst 3

Oplæringsplanen er en hjælp til at skabe og bevare overblikket over, hvor eleven er i sit uddannelsesforløb. Den sikrer, at eleven når de mål, der er med uddannelsen, og skaber mulighed for samspil mellem skoleophold og oplæring.

Evalueringssamtalerne bør blandt andet handle om, hvordan den forudgående periode er gået, og hvilke mål der er for den kommende periode. Oplæringsplanen kan naturligvis justeres i forbindelse med samtalerne.

Virksomheden fører sammen med eleven en løbende rapport om oplæringsuddannelsens forløb.

Hensigten med oplæringsplanen, evalueringssamtalerne og den løbende rapport er, at elev og virksomhed løbende følger op på den aftale om uddannelse, der er indgået og dermed i fællesskab skaber de bedste muligheder for faglig og personlig udvikling.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Praktikplan** |  |  |  |  |
| **Periode** | **Område eller afdeling** | **Skoleophold, interne kurser mv.** | **Samtaler\*** | **Oplæringsansvarlig** |
| -  Prøvetid (første 3 mdr.) |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |
| **-** |  |  |  |  |

\*I løbet af praktikperioden afholdes mindst 3 evalueringssamtaler. Den første samtale afholdes umiddelbart inden prøvetidens udløb.

**Portalen**   
[Lærepladsen.dk](http://www.lærepladsen.dk) er et nationalt online mødested for virksomheder og elever. Når uddannelsesaftalen er indgået, kan både virksomhed og elev følge med i uddannelsesforløbet og blandt andet se detaljer om den indgåede uddannelsesaftale, planlagte skoleophold, registeret fravær under skoleophold mv.

**Prøvetid og introduktion**

Eleven skal have en grundig introduktion til virksomheden og afprøve forskellige arbejdsområder, så elev og virksomhed inden prøvetidens (de første 3 måneder af aftalen) udløb får mulighed for at bedømme, om uddannelsesaftalen skal fortsætte. Eleven skal derfor i introduktionsperioden opnå kendskab til:

* Virksomhedens vision og mission
* Virksomhedens produkter og ydelser
* Salgsfunktionens rolle og opgaver i virksomheden
* Virksomhedens rolle i værdikæden
* Leverandør- og kundekreds
* Arbejdsmiljømæssige forhold generelt og eventuelt forhold som er særlige for virksomheden.

|  |
| --- |
| **Oplæringsmålene** |

Oplæring i Handelsuddannelsen er baseret på *et fleksibelt point-system*, der tager højde for, at B2B handelsvirksomheder er forskellige. Målene for oplæring består af bundne mål, som alle virksomheder skal oplære elever i.

De bundne mål for oplæring er kernen i specialet.

***Hver mål for oplæring er tildelt et antal point, og virksomheden skal vælge mål for oplæring svarende til mindst 204 point.***

Målene for oplæring afkrydses i skemaet nedenfor i afsnittet B2B Management. Alle målene er bundne og der er angivet og et minimumskrav til, hvor mange point de valgfrie mål mindst skal udgøre.

Niveau og dybde i oplæringen

Der er fastlagt 3 niveauer for oplæring i de enkelte arbejdsfunktioner. De tre niveauer fremgår nedenfor af de 3 kolonner til højre i skemaet og er:

* at ***kende*** opgaver og begreber ~ Eleven kender opgaverne og løser enkelte dele under instruktion
* at ***kunne*** medvirke til opgaveløsning ~ Eleven løser opgaverne rutineret sammen med andre. Store dele af opgaven løses selvstændigt
* at ***beherske*** opgaver ~ Eleven behersker opgaverne selvstændigt fra start til slut og formidler viden til andre

Udvalgte mål for oplæring kan vælges på alle 3 niveauer, mens andre mål for oplæring kun kan indgå i oplæringen, hvis eleven mindst når enten ”Kunne” eller i nogle tilfælde ”Beherske”. Målet for oplæring skal mindst opnås på et niveau højere end  (dvs. til højre for pilen).

Forskelle i point er udtryk for kompleksiteten i det enkelte mål for oplæring.

Hvis virksomheden opnår flere point end minimumskravet 204, giver det mulighed for at udarbejde forskellige planer for oplæring til eleverne i virksomheden. Hver plan for oplæring skal alene opfylde minimumskravene.

**Checkliste B2B manager**

|  | **B2B Management** |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Bundne mål**  Elever skal oplæres i funktionerne **1-27** og virksomheden bedes angive, hvilket niveau virksomheden kan sikre oplæring på | **Kende** | **Kunne** | **Beherske** |
| 1. | Virksomhedens retningslinjer og kvalitetsmål |  |  | 10 |
| 2. | Planlægge og varetage kundeservicering |  |  | 10 |
| 3. | Planlægge og gennemføre professionelt salg af fysiske produkter og/eller serviceydelser |  |  | 10 |
| 4. | Arbejde med strategisk salg og markedspotentiale på baggrund af kunders præferencestruktur, købsadfærd og systemløsninger ud fra en forståelse af virksomhedens forretningsgrundlag |  |  | 10 |
| 5. | Arbejde med salgsmål og salgsopfyldelse ved hjælp af relevante værktøjer |  |  | 10 |
| 6. | Opfølgning på salgsbudgetter med henblik på justering af strategi baseret på data og analyser. |  | 5 | 10 |
| 7. | Planlægge og strukturere egne salgsaktiviteter ved hjælp af en salgsplan, der tager udgangspunkt i kundens behov. |  |  | 10 |
| 8. | Vurdere fordele og ulemper ved forskellige teknologiske løsninger og vælge dem, der bedst understøtter salgsarbejdet |  | 5 | 10 |
| 9. | Planlægge og gennemføre salg gennem netværk og sociale medier |  | 5 | 10 |
| 10. | Salgsplanlægning, herunder kalkulation af priser og tilbudsgivning |  |  | 10 |
| 11. | Planlægge og gennemføre personlig og tillidsbaseret kunderådgivning |  |  | 10 |
| 12. | Planlægge og gennemføre personlig kunderådgivning gennem elektroniske medier |  | 5 | 10 |
| 13. | Udarbejde kontrakter |  | 5 | 10 |
| 14. | Arbejde systematisk med videnopsamling, fx ved anvendelse af CRM |  |  | 10 |
| 15. | Arrangere og gennemføre kundemøder |  |  | 10 |
| 14. | Evaluering og kvalitetssikring af (processen) kundemøder |  |  | 10 |
| 16. | Motivere og vejlede et salgsteam ud fra en forståelse af virksomhedens strategiske mål og forretningsgrundlag (Hvordan tjener virksomheden penge?) | 3 | 5 | 10 |
| 17. | Planlægge og prioritere egen salgs- og portefølje |  | 5 | 10 |
| 18. | Kommunikation om virksomhedens strategier i forhold til service, salg og produkter |  |  | 10 |
| 19. | Markedsføring af virksomhedens strategier i forhold til service, salg og produkter |  |  | 10 |
| 20. | Arbejde med tilpasning af virksomhedens salgsstrategi til forskellige distributionskanaler for at sikre maksimal effektivitet | 3 | 5 | 7 |
| 21. | Virksomhedens salgs- og servicefunktioner |  |  | 10 |
| 22. | Arbejde systematisk med CSR, ESG og ansvarlig leverandørstyring |  | 5 | 10 |
| 23. | Udvikling af virksomhedens overordnede servicekoncepter |  | 5 | 7 |
| 24. | Udvikling af virksomhedens interne procedurer |  | 5 | 7 |
| 25. | Udvikling af virksomhedens kvalitetskrav |  | 5 | 7 |
| 26. | Anvende AI-værktøjer til f.eks. informationssøgning eller skriftlig kommunikation under overholdelse af virksomhedens etiske og sikkerhedsmæssige retningslinjer. |  | 5 | 7 |
| 27. | Understøtte virksomhedens bæredygtigheds ambitioner | 3 | 5 | 7 |
|  | **De bundne mål udgør mindst point og i alt: \_\_\_\_\_\_** |  |  |  |

**Skoleperioder**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Tidspunkt:** | **Sted:** |

**Bundne specialefag**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Salgsledelse |  |  |
| Strategisk Salg & Key Account Management |  |  |

**Valgfri specialefag**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bæredygtighed og ESG-rapportering |  |  |
| AI-forståelse og anvendelse |  |  |
| AI-udvikling og implementering |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Uddannelsesnævnet for handels- og kontorområdet

[www.uddannelsesnaevnet.dk](http://www.uddannelsesnaevnet.dk/)