



# Ufaglært til faglært Online 1. halvår 2024

## Kontakt

Simone K. Mathiesen  
2844 2519  
skm@zbc.dk

## Fag: Projektudvikling og gennemførelse

<b>Fagnummer:</b> 45987	<b>Varighed</b> 2 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 416,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 1.329,90

**Målgruppe:** Medarbejdere hvor projektarbejdsformen indgår i jobudførelsen.

**Beskrivelse:** Deltagerne kan omsætte ideer til praktisk gennemførlige projekter. I forbindelse med udformningen af projektet, kan deltageren formulere mål og formål med projektet samt vælge, hvilket projektdesign, der egner sig bedst til løsningen af den konkrete opgave.

Deltageren kan medvirke i udarbejdelsen af handlingsplaner for projektets faser, inkl. hoved- og delmål, herunder udarbejdelse af aktivitets- og ressourceoversigt. Deltageren kan desuden udarbejde et forslag til en tidsplan til at styre efter.

## Fag: Udarbejdelse af projektrapporter

<b>Fagnummer:</b> 45989	<b>Varighed</b> 2 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 416,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 1.329,90

## Kursuspris

**AMU-målgruppe:**  
DKK 15.392,00

**Ikke AMU-målgruppe, fremmøde:**  
DKK 41.456,30

## Tilmelding



**Målgruppe:** Medarbejdere hvor projektarbejdsformen indgår i jobudførelsen.

**Beskrivelse:** Deltageren kan udarbejde en problemformulering, der er styrende for projektarbejde og rapportskrivning samt afgrænse et problemområde således at der er foretaget bevidst til- og fravalg. Deltageren kan konkludere på en analyse og opbygge en projektrapport således at der er sammenhæng imellem problemformulering, analyse og konklusion. Endelig kan deltageren præsentere resultatet af projektet i rapportform, anvende retningslinier for god rapportskrivning og omsætte projektets hovedkonklusioner i kort form, eksempelvis som nyhed på nettet, intern nyhedsformidling mv.

## Fag: Salg og varer

<b>Fagnummer:</b> 47635	<b>Varighed</b> 15 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 3.120,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 8.349,25

**Målgruppe:** Uddannelsen er udviklet til ufaglærte og faglærte i større eller mindre virksomheder, der arbejder med betjening, personligt salg, reklamationsbehandling og metoder til udvikling af butikprofilen, sortimentet og værktøjer til salgsfremmende vareplacering, samt konflikthåndtering, varedeklarationer samt principper for valg af leverandører.

**Beskrivelse:** Deltageren behersker metoder til dialog med kunder ved betjening, vejledning og reklamationsbehandling og personligt salg.

Deltageren kan anvende metoder til salgsoptimering og mersalg samt til sortimentssammensætning i udvalgte vareområder.

Deltageren kan anvende metoder til udvikling af butikprofilen, sortimentet og serviceydelser, og værktøjer til salgsfremmende vareplacering, herunder events og kampagner.

Deltageren behersker konflikthåndtering i salgssituationer, ved reklamationer og i kassefunktionen.

Deltageren har indgående kendskab til varedeklarationer og de forkortelser, begreber, varenumre og andet, der fremgår af disse, og behersker i salgssituationer vejledning af kunder med udgangspunkt i varedeklarationer.

Deltageren har indgående kendskab til relevant lovgivning om udvalgte vareområder og varebehandling, som fx lovgivning om opbevaring af forskellige varer, lovgivning om anvendelse og sikkerhed og lovgivning om bortskaffelse og emballage.

Deltageren kender principper for valg af leverandører, herunder forskellige former for indkøbssamarbejde.

## Fag: Konceptforståelse og drift i detailhandelen

<b>Fagnummer:</b> 47637	<b>Varighed</b> 15 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 3.120,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 8.349,25

**Målgruppe:** Uddannelsen er udviklet til ufaglærte og faglærte i større eller mindre virksomheder, der arbejder med konceptforståelse og drift, herunder økonomiske nøgletal og arbejdsmiljøregler.

**Beskrivelse:** Deltageren kan opbygge koncepter i forhold til en butikprofil, og anvende sammenhængen imellem koncept, salgskanaler, organisering og arbejdsopgaver i butikken, bl.a. til at sammensætte et varesortiment og til indretning af salgslokalet og til at gøre butikken salgsklar.

Deltageren kan anvende metoder til markedsføring af butikprofilen, sortimentet og serviceydelser.

Deltageren har økonomi- og forretningsforståelse.

Deltageren behersker metoder til vareregistrering, kontrol ved varemodtagelse og behandling af produkter og emballager.

Deltageren behersker prisfastsættelse, vurdering af varebeholdningen, og kan anvende metoder og værktøjer til varebestilling og disponering.

Deltageren kan anvende metoder til lagerstyring og salgsregistrering.

Deltageren kan anvende relevante økonomiske nøgletal, herunder salgsdata, salgsstatistikker og nøgletal for salg til vurdering af egne, afdelingens og butikkens opfyldelse af økonomiske målsætninger.

Deltageren behersker metoder til intern kommunikation i butikken og værktøjer til personlig planlægning og styring af arbejdstid og -opgaver som fx bemandingsplaner, rytmer og rutiner til salgsklar butik, daglige, ugentlige og månedlige arbejdsopgaver samt sæsonbetingede arbejdsopgaver.

Deltageren kender til arbejdsmiljølovgivningen og kan anvende arbejdsmiljøregler i butikken i såvel behandlingen og opbevaringen af varer samt i omgangen med varerne.

## Fag: Købmandskab og forretningsforståelse i detail

<b>Fagnummer:</b> 48253	<b>Varighed</b> 20 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 4.160,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 11.049,00

**Målgruppe:** Kurset retter sig mod ufaglærte medarbejdere i større eller mindre virksomheder, der arbejder med kvalitetssikring af butiksdriften samt butikøkonomi.

**Beskrivelse:** Deltageren kan ud fra forståelse af en detailhandelsvirksomheds karakteristika anvende principper om godt købmandskab og viden om den økonomiske sammenhæng i butikken i arbejdet med avance, omkostninger, omsætning, svind, kalkulation og prisfastsættelse, både af handelsvarer og af egenproducerede varer.

Deltageren kan ud fra en forståelse af økonomistyringsværktøjer som budget og regnskab med tilhørende nøgletal, og ud fra forståelse af anvendelse af registreringer af salgs- og købsdata demonstrere forretningsforståelse til løsning af udvalgte praktiske problemstillinger i forbindelse med planlægning af butikkens målgrupper og valg af handlingsparametre som sortiment, pris, beliggenhed og markedsføring samt miljø og social ansvarlighed.

Deltageren kan anvende talforståelse, samt udføre konkrete beregninger i salgssituationer.

Deltageren kan i arbejdet med udviklingen af butikken analysere mulighederne for udvikling af vareområder og kundegrupper og opstille alternative løsningsmodeller.

Deltageren kan anvende viden om innovative arbejdsmetoder i arbejdet med udvikling af nye forretningsområder og etablering af virksomhed, og i arbejdet med faglige og organisatoriske omstillingsprocesser.

Deltageren kan ud fra kendskab til grundlæggende arbejdsfunktioner og -forhold i en detailhandelsvirksomhed medvirke til at prioritere og tage ansvar for planlægning, udførelse og afslutning af arbejdsopgaver samt kommunikation af erhvervsøkonomiske informationer.

Som et led i udviklingen af kvaliteten i arbejdet og optimering af personaleressourcerne kan deltageren vurdere resultatet af afdelingens indsats, og kan analysere afdelingens resultater samt deltage i løsningen af faglige og organisatoriske problemstillinger.

## Fag: Salg og kundekommunikation i detailhandelen

<b>Fagnummer:</b> 48254	<b>Varighed</b> 20 dage
<b>AMU-pris:</b> DKK 4.160,00	<b>Uden for målgruppe:</b> DKK 11.049,00

**Målgruppe:** Kurset retter sig mod ufaglærte medarbejdere i større eller mindre virksomheder, der arbejder med salg og kommunikation til kunder.

**Beskrivelse:** Deltageren kan anvende mundtlig og skriftlig kommunikation og relevante kommunikationsstrategier i salg og kommunikation til kunder i butikken, samt tilpasse kommunikationen sprogligt, kulturelt og teknologisk til en virksomheds forskellige kommunikationssituationer og -kanaler.

Deltageren kan søge information om varer, kunder, økonomi og en virksomheds markedsforhold fra forskellige kilder, samt analysere og bearbejde informationen og fremlægge resultatet mundtligt og skriftligt for kunder i forbindelse med en salgs- eller kundevejledning eller for kolleger i butikken.

Deltageren kan arbejde metodisk med planlægning, administration og opfølgning af salgs- og markedsføringsaktiviteter, og kan udføre branding, salgs- og kundeserviceopgaver, med anvendelse af viden om kundeadfærd, kulturelle normer og værdier og om betydningen af personlig fremtræden.

Deltageren kan anvende viden om relevante bestemmelser i lovgivningen, der vedrører butiksdrift, salg, markedsføring og kundebetjening, i planlægning af arbejdsopgaver og konkrete salgssituationer.

Deltageren kan på baggrund af viden om målgrupper og segmentering anvende markedsanalyse og markedsføring i brancherelevante sammenhænge.

Deltageren kan vurdere, vælge og anvende relevante informationsteknologiske værktøjer til kommunikation og informationssøgning i forbindelse med vejledning og salg til kunder samt i de daglige arbejdsopgaver i butikken.

Deltageren kan anvende modeller til analyse og vurdering af behov for informationsteknologiske løsninger og reflektere over informationsteknologiske problemstillinger i en detailvirksomhed.