

Grunder för fristående examen

**YRKESEXAMEN INOM
MARKNADSFÖRINGS-
KOMMUNIKATION
2006**

Grunder för fristående examen

**YRKESEXAMEN INOM
MARKNADSFÖRINGSKOMMUNIKATION
2006**

© Utbildningsstyrelsen 2006

Edita Prima Oy

Helsingfors 2006

ISBN 952-13-2915-7 (häft.)

ISBN 952-13-2916-5 (pdf)



DNR **3/011/2006**

FÖRESKRIFT **Iakttas som förpliktande**

DATUM **3.2.2006**

Giltighetstid
fr.o.m. 1.3.2006 tillsvidare

De stadganden på vilka befogenheten att
utfärda föreskriften bygger

L 631/1998 13 § 2 mom

A 812/1998 1 § 1 mom

Upphäver Föreskrift Nr 17/011/2002

Ändrar Föreskrift Nr

GRUNDERNA FÖR YRKESEXAMEN INOM MARKNADSFÖRINGSKOMMUNIKATION

Utbildningsstyrelsen har fastställt grunderna för yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation. Examensgrunderna skall iakttas fr.o.m. 1.3.2006 tillsvidare.

Utbildningsanordnare som ordnar utbildning som förbereder för examen eller för del därav skall göra upp och godkänna en läroplan för utbildningen med beaktande av vad som bestämts i dessa grunder. Som en del av den förberedande utbildningen skall ordnas prov som utvisar yrkesskickligheten.

Examenskommissionen, examensarrangören och utbildningsanordnaren kan inte lämna grunderna för examen obeaktade eller avvika från dem.

Generaldirektör

KIRSI LINDROOS

Kirsi Lindroos

Undervisningsrådet

ANNE HUHTALA

Anne Huhtala

INNEHÅLL

Kapitel 1

Syftet med fristående examina och målen för dem.....	7
1 § Fristående examina	7
2 § Förberedande utbildning för fristående examina	7
3 § De allmänna grunderna för sättet att påvisa yrkesskicklighet och för bedömning av examensprestationerna.....	8

Kapitel 2

Uppbyggnaden av yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation	8
1 § Examensdelarna	8

Kapitel 3

Kraven på yrkesskicklighet i yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation och grunderna för bedömningen.....	9
---	---

KOMPETENSOMRÅDE: Marknadsföringsassistent

1 § Kampanj- och projektplanering	11
a) Krav på yrkesskicklighet	11
b) Mål och kriterier för bedömningen.....	11
c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	14
2 § Produktionsprocessen inom marknadsföringskommunikation	15
a) Krav på yrkesskicklighet	15
b) Mål och kriterier för bedömningen.....	15
c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	16
3 § Informationsanskaffning, -bearbetning och -förmedling.....	17
a) Krav på yrkesskicklighet	17
b) Mål och kriterier för bedömningen.....	17
c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	18

KOMPETENSOMRÅDE: Visuell marknadsförare

4 § Uppgörande av en visuell plan.....	19
a) Krav på yrkesskicklighet	19
b) Mål och kriterier för bedömningen.....	19
c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	21
5 § Visuell planering och användning av utrymme	22
a) Krav på yrkesskicklighet	22
b) Mål och kriterier för bedömningen.....	22
c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	23

6 §	Visuell planering och hopsättning av en produktutställning.....	24
	a) Krav på yrkesskicklighet	24
	b) Mål och kriterier för bedömningen.....	24
	c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	25

KOMPETENSOMRÅDE: Evenemangsmarknadsförare

7 §	Verksamhetsplanering.....	26
	a) Krav på yrkesskicklighet	26
	b) Mål och kriterier för bedömningen.....	26
	c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	30
8 §	Förberedelse för och genomförande av ett evenemang.....	31
	a) Krav på yrkesskicklighet	31
	b) Mål och kriterier för bedömningen.....	31
	c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	34
9 §	Uppföljning och efteråtgärder	35
	a) Krav på yrkesskicklighet	35
	b) Mål och kriterier för bedömningen.....	35
	c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	36

FRIVILLIG EXAMENSDEL

10 §	Företagsamhet	37
	a) Krav på yrkesskicklighet	37
	b) Mål och kriterier för bedömningen.....	37
	c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet	39

Kapitel 1

SYFTET MED FRISTÅENDE EXAMINA OCH MÅLEN FÖR DEM

1 § Fristående examina

De fristående examina är inte beroende av det sätt på vilket man förvärvat sig sin yrkesskicklighet. Det kunnande som examinanderna har skaffat sig genom utbildning, i arbetslivet eller genom sina intressen behandlas som en helhet, så att detta kunnande kan användas när den erforderade yrkesskickligheten skall påvisas vid de fristående yrkesproven.

De fristående examina är modulära till sin struktur. De utgörs av uppgiftshelheter, som baseras på arbetslivet och dess utvecklingsbehov och som präglas av det som förenar verksamheten med den teoretiska grunden, av mångsidig yrkesskicklighet och av att arbetsprocessen integreras med resultaten av den. Varje del av en examen utgör ett delområde av yrkeskompetensen, som kan lyftas ut ur den naturliga arbetsprocessen och bilda en självständig helhet som kan bedömas. De fristående yrkesproven arrangeras och avläggs flexibelt för en examensdel i sänder. Examinandernas mål kan också vara att endast avlägga en eller flera delar av en examen, inte hela examen.

Grunden för beskrivningen av kraven på yrkesskicklighet är den kvalifikationsbestämning som anses vara lämpligast för yrkesområdet. Beskrivningen koncentreras på kraven för branschens centrala funktioner, behärskning av verksamhetsprocessen och omfattande yrkespraxis. I kraven ingår också de för arbetslivet nödvändiga språkkunskaperna och sociala färdigheterna.

2 § Förberedande utbildning för fristående examina

Systemet med fristående examina ställer inte examinanderna inför förhandsvillkor i fråga om utbildning. Emellertid avläggs dessa examina i allmänhet i samband med något slag av förberedande utbildning.

Den som anordnar förberedande utbildning skall fastställa läroplanen för utbildningen enligt examensgrunderna. Utbildningen och de fristående yrkesprov som ingår i den skall läggas upp enligt examensdelarna. Det åligger utbildningsanordnaren att arrangera de fristående yrkesproven som en del av den förberedande utbildningen. Till de studerandes skyldigheter hör att delta i dessa prov i samband med studierna.

De gemensamma studier, som ingår i en grundexamen som avläggs som grundläggande yrkesutbildning, är inte obligatoriska i en utbildning som förbereder för en grundexamen som avläggs som en fristående examen. Målen för dessa studier beaktas dock i tillämpliga delar i läroplanen och i undervisningsarrangemangen.

3 § De allmänna grunderna för sättet att påvisa yrkesskicklighet och för bedömning av examensprestationerna

Bedömningen av de fristående yrkesproven förutsätter metodisk insamling av material, beslutsfattande och dokumentering angående examinandernas yrkesmässiga och arbetsrelaterade färdigheter, som jämförs med de i examensgrunderna fastställda kraven på yrkesskicklighet och med bedömningskriterierna. Tyngdpunkten vid bedömningen ligger på det praktiska arbetet och arbetsmetoderna. Färdigheterna eller kunnandet bedöms i allmänhet direkt enligt motsvarande arbete.

Miljön för de fristående yrkesproven skall vara verklig eller så realistisk som möjligt. Vid bedömningen tillämpas mångsidigt olika kvalitativa bedömningsmetoder såsom iakttagelser, intervjuer, frågor och portföljer samt självbedömning och gruppbedömning. De fristående yrkesproven läggs upp enligt examensdelarna så att man vid proven kan bedöma om examinanden uppfyller de centrala kraven på behärskandet av yrket.

Målen för bedömningen anger de kompetensområden som ägnas speciell uppmärksamhet vid bedömningen. Målen hänför sig till de centrala färdigheterna och man ser till att examinanden behärskar den teori som ligger till grund för arbetet samt att han eller hon behärskar arbetsmetoder, arbetsutrustning, material och arbetsprocesser. Såväl målen för bedömningen som bedömningskriterierna härleds ur kraven på yrkesskicklighet för motsvarande examensdel. Kriterierna för bedömningen baserar sig på målen för bedömningen och de anger och preciserar prestationer på olika nivåer. Bedömningskriterierna utgör trösklar med vilkas hjälp det är möjligt att differentiera kompetensnivån.

Kapitel 2

UPPBYGGNADEN AV YRKESEXAMEN INOM MARKNADSFÖRINGSKOMMUNIKATION

1 § Examensdelarna

De tre kompetensområdena för yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation är

- a) Marknadsföringsassistent
- b) Visuell marknadsförare
- c) Evenemangsmarknadsförare

Kompetensområdet för *marknadsföringsassistent* är avsett för personer som arbetar med marknadsföringsassistentens uppgifter i ett marknadsföringsföretag, i ett företag som säljer medieutrymme, på en reklam- eller mediebyrå eller i något annat serviceföretag inom marknadsföringskommunikation. Yrkesbenämningen kan vara marknadsförings-, kontakt-, medie-, produktions- eller projektassistent eller -planerare.

Examen består av tre delar:

- Kampanj- och projektplanering
- Produktionsprocessen inom marknadsföringskommunikation
- Informationsanskaffning, -bearbetning och -förmedling.

Kompetensområdet för *visuell marknadsförare* är avsett för personer som arbetar i varuhus, central - och partiaffärer, specialaffärer, dekorationsateljéer eller byråer som planerar mässor och utställningar. En del visuella marknadsförare arbetar som frilansare. Yrkesbeteckningen kan vara t.ex. dekoratör eller visuell marknadsförare.

Examen består av tre delar:

- Uppgörande av en visuell plan
- Visuell planering och användning av utrymme
- Visuell planering och hopsättning av en produktutställning.

Kompetensområdet för *evenemangsmarknadsförare* är avsett för personer som arbetar på ett företag eller en organisation som anordnar, planerar eller säljer olika evenemang. Yrkesbeteckningen kan vara försäljnings-, evenemangs-, mäss-, kongress-, eller projekt-assistent/marknadsförare eller -planerare. En del evenemangsmarknadsförare arbetar som frilansare.

Examen består av tre delar:

- Verksamhetsplanering för ett evenemang
- Förberedelse och genomförande
- Uppföljning och efteråtgärder.

Valfri examensdel för alla kompetensområden:

- Företagsamhet.

Kapitel 3

KRAVEN PÅ YRKESKICKLIGHET I YRKESEXAMEN INOM MARKNADSFÖRINGSKOMMUNIKATION OCH GRUNDERNA FÖR BEDÖMNINGEN

De som har avlagt yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation har mångsidiga färdigheter i marknadsföringsuppgifter inom olika företag och organisationer. Examen ger omfattande färdigheter att arbeta flexibelt i olika uppgifter som anknyter till marknadsföringskommunikation. Den utexaminerande har förutsättningar att upprätthålla och utveckla sin yrkesskicklighet. Han eller hon arbetar tjänstvilligt, ansvarsfullt och i samarbete med organisationens interna och externa kontakter. Arbetet förutsätter initiativrikedom, punktlighet, ansvarskänsla och målmedvetenhet samt ständig uppföljning av den egna branschens utveckling. Examinanden har grundkunskaper och -färdigheter i marknadsföring samt arbetserfarenhet inom branschen.

Den yrkesskicklighet som beskrivs i grunderna för examen bedöms vid fristående yrkesprov. Yrkesproven bör heltäckande innehålla den yrkesskicklighet som yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation kräver för det valda kompetensområdet.

Examinanden ger prov på sina kunskaper i autentiska arbetsuppgifter inom den egna arbetsgemenskapen. Vid behov kan det fristående yrkesprovet kompletteras i en sådan miljö där den yrkesskicklighet som examen förutsätter kan bedömas så tillförlitligt och mångsidigt som möjligt och där kravnivån på yrkesskickligheten uppfylls.

Yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation bedöms en examensdel åt gången på så sätt att examinandens yrkesskicklighet jämförs med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen. I de fristående yrkesproven bör examinandens färdigheter och förmåga att omvandla och tillämpa sina kunskaper och färdigheter i varierande situationer och verksamhetsmiljöer komma till uttryck.

För att examinanden ska kunna påvisa sin yrkesskicklighet i yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation är utbildningsanordnaren ansvarig för individualiseringen av ansökan till fristående examen, avläggandet av examen och skaffandet av den krävda yrkesskickligheten. Yrkesproven anpassas till examinandens arbetsuppgifter.

Bedömningen av kunskaperna och bedömningsbeslutet sker som ett samarbete mellan representanter för arbetsgivar, arbetstagar- och utbildningssektorn. Bedömningen bör innehålla motiveringar för godkännandet eller underkännandet av examensdelen.

Kraven på yrkesskicklighet för examensdelarna, målen och kriterierna för bedömningen samt sätten på vilka yrkesskickligheten påvisas har beskrivits enligt följande princip:

- | | |
|--------------------|---|
| Punkt a i tabellen | Kraven på yrkesskicklighet för yrkesexamen inom marknadsföringskommunikation har utformats utgående från arbetsuppgifterna i arbetslivet. |
| Punkt b i tabellen | I målen för bedömningen anges de centrala kompetensområden som man i bedömningen bör fästa särskild vikt vid. Bedömningskriterierna däremot anger hur examinanden skall klara av sitt arbete, det vill säga på vilken nivå kunnandet skall ligga. |
| Punkt c i tabellen | I punkten Sätten att påvisa yrkesskickligheten har man definierat kraven som anknyter till hur provet skall avläggas, till provmiljöerna och bedömningsförfarandena för examensdelen. |

Kraven på yrkesskickligheten, målen och kriterierna för bedömningen samt sätten att påvisa yrkesskickligheten för de olika examensdelarna är följande:

VALFRIA KOMPETENSOMRÅDEN

KOMPETENSOMRÅDE: MARKNADSFÖRINGSASSISTENT

1 § Kampanj- och projektplanering

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none">• kan arbeta i enlighet med organisationens marknadsföringskoncept inom marknadsföringskommunikation	<p>Genomförande av marknadsföringskonceptet för en organisation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• presentera den egna organisationen, dess värderingar, verksamhets- och affärsidé samt verksamhetsmiljön för medlemmar av olika intressegrupper som man som arbetsgrupp eller team samarbetar med i en marknadsföringskommunikationsprocess• koppla organisationens marknadsföringsmål till marknadsföringskommunikationen• i marknadsföringskommunikationen ta hänsyn till den egna organisationens ekonomiska och funktionella ramar• sköta kundservicen i enlighet med principerna för organisationens betjäningkoncept och för god kundbetjäning. <p>Kännedom om organisationens marknadsföringskommunikation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• i sitt arbete ta hänsyn till den inverkan som förändringarna i branschens och organisationens marknadsföringsmiljö har• presentera den egna organisationens roll och uppgifter i en marknadsföringskommunikationsprocess t.ex. för det egna teamet eller för kundens team• i sitt arbete beakta lösningarna i organisationens marknadsföringskommunikation.
<ul style="list-style-type: none">• kan inom ramen för sina arbetsuppgifter arbeta i de olika skedena av planeringen för en kampanj eller ett marknadsföringskommunikationsprojekt	<p>Beaktande av bestämmelser i lagstiftningen och avtal</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• i sin verksamhet beakta den lagstiftning, de regler och avtal som berör branschen• vid behov använda sig av sakkunnig hjälp

Periodisering av marknadsföringskommunikationsprocessen

Examinanden kan

- dela in marknadsföringskommunikationsprocessen i olika moment och fungera därefter
- definiera aktörerna inklusive uppgifterna som hör till varje moment
- handla i ett team som en ansvarsfull, initiativrik och aktiv medlem enligt en överenskommen arbetsfördelning.

Mediekännedom

Examinanden kan

- ta reda på de centrala medier och serviceföretag som stödjer den egna organisationens marknadsföringskommunikation
- informera sin uppdragsgivare eller sin arbetsgrupp om prissättningsprinciperna för de medier eller serviceföretag som organisationen eventuellt tänker använda
- enligt givna instruktioner jämföra centrala medier på basis av deras ändamålsenlighet, lämplighet och lönsamhet
- jämföra tjänster och prissättningsprinciper hos regionalt betydelsefulla serviceföretag inom marknadsföringskommunikation.

Planering av en kampanj

Examinanden kan

- jämföra olika kampanjtyper med hänsyn till deras ändamålsenlighet, effektivitet och kostnadsstruktur
- aktivt söka information och samla in material som behövs i kampanjplanen och sammanställa den i enlighet med en given uppbyggnad
- sammanställa en budget för kampanjen på basis av det hopsamlade materialet
- definiera ansvarsfördelningen i planeringen och genomförandet av kampanjen och få dem godkända enligt organisationens verksamhetsprinciper.

	<p>Sammanställning och förevisning av en presentation Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • sammanställa en klar och åskådlig presentation av en kampanj med hjälp av dataprogram • ge råd och vägledning vid sammanställningar av presentationer för olika evenemang • utnyttja moderna tekniska hjälpmedel i presentationen av en kampanj • utarbeta en presentation i samarbete med gruppen som producerar den. <p>Uppföljning av en kampanj Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • följa upp och bedöma genomförandet av en kampanj • vid behov vidta åtgärder som uppföljningsinformationen förutsätter • utnyttja kundrespons i sitt arbete.
<ul style="list-style-type: none"> • kan handla ansvarsfullt och flexibelt i sin arbetsgemenskap samt utveckla sitt eget kunnande. 	<p>Att fungera i en arbetsgemenskap Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • på ett positivt sätt föra fram sitt kunnande samt uppskattningen av det egna arbetet • fungera flexibelt och ansvarsfullt i sitt arbete och uppnå förstklassigt resultat • sköta sitt arbete så att kraven och skyldigheterna för både arbetstagaren och arbetsgivaren uppfylls • i sitt arbete iaktta den centrala arbetslagstiftningen samt arbetsskyddsbestämmelserna • sörja för trivseln i den egna arbetsgemenskapen • upprätthålla sin egen arbetsförmåga och arbetshälsa • behärska sin tidsplanering • vid behov skaffa experttjänster. <p>Utveckling av den egna yrkesskickligheten Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • realistiskt bedöma sitt eget yrkeskunnande

	<ul style="list-style-type: none"> • målmedvetet utveckla sitt yrkeskunnande och sina arbetsmetoder samt vid behov utnyttja experttjänster för att utveckla sitt yrkeskunnande.
--	--

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

2 § Produktionsprocessen inom marknadsföringskommunikation

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan handla i enlighet med arbetsfördelningen mellan de olika aktörerna inom produktionsprocessen för marknadsföringskommunikation 	<p>Kännedom om produktionsprocessen Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> periodisera produktionsprocessen definiera aktörernas uppgifter och ansvar i de olika momenten.
<ul style="list-style-type: none"> kan köpa tjänster som anknyter till marknadsföringskommunikation och övervaka att de genomförs i enlighet med avtalet 	<p>Köp av tjänster för marknadsföringskommunikation Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> skriva en anbudsbegäran och jämföra anbudet enligt givna instruktioner enligt givna instruktioner skaffa de tjänster som behövs för kampanjplanen tolka leveransavtal och klargöra ansvarsfördelningen och parternas skyldigheter.
<ul style="list-style-type: none"> kan göra upp en tidtabell för det tekniska genomförandet av kampanjens produktionsprocess samt sköta övervakningen 	<p>Kampanjens produktionsprocess Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> göra upp en projekttidtabell för kampanjens tekniska genomförande följa med hur kampanjens tekniska genomförande framskrider reagera snabbt och spontant på eventuella avvikelser och informera de berörda parterna om dem utföra kampanjspecifik kostnadsuppföljning sköta reklamationer kundfokuserat i sitt arbete handla med hänsyn till upphovsrättsliga bestämmelser handla miljöansvarigt i sitt arbete.
<ul style="list-style-type: none"> kan förse olika medier med det material som motsvarar deras materialkrav 	<p>Materialleveranser till serviceföretag Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> i sitt arbete beakta de olika mediernas produktionskrav med tanke på bland annat papperskvalitet, tryckningsmetoder, spaltbredd, storlekar och elektronisk form överföra material i elektronisk form använda elektroniskt bokningssystem.

<ul style="list-style-type: none"> • kan handleda och inspirera gruppen och samarbetsparterna. 	<p>Samarbetsfärdigheter Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • styra gruppens arbete så att det framskrider enligt tidtabellen • handla omsorgsfullt och omdömesgillt också under press • samverka med samarbetsparterna och sporra dem. <p>Kommunikationsfärdigheter Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • kommunicera flexibelt, effektivt och kundorienterat i olika kommunikationssituationer med hjälp av olika medier • sköta arbetsuppgifter förutom på finska eller svenska också på engelska eller på något annat för organisationen centralt språk i kund- eller samarbetsituationer som anknyter till de sedvanliga arbetsuppgifterna.
---	---

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare

inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

3 § Informationsanskaffning, -bearbetning och -förmedling

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan söka information i de viktigaste inhemska och internationella informationskällorna för marknadsföringskommunikation 	<p>Informationssökning Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> självständigt använda de centrala informationskällorna inom marknadsföringskommunikation effektivt söka för kunden och uppdraget central information effektivt utnyttja datanätens redskap för informationssökning.
<ul style="list-style-type: none"> kan ur den framtagna informationen plocka fram information som är central för uppdraget 	<p>Bearbetning av information Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> bedöma resultatet av informationssökningen och välja för uppdraget central information i sitt arbete beakta de viktigaste bestämmelserna i upphovsrättslagen bearbeta information till den för uppdraget mest användbara formen med hjälp av datatekniska program göra ett sammandrag av den framtagna informationen.
<ul style="list-style-type: none"> kan presentera uppdragets resultat. 	<p>Presentation av information Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> ledigt och begripligt presentera sitt sammandrag för ett planeringsteam eller annan samarbetspart i sina presentationer använda den tekniska utrustning som står till buds.

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

KOMPETENSOMRÅDE: VISUELL MARKNADSFÖRARE

4 § Uppgörande av en visuell plan

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none">• kan i visuell marknadsföring iaktta organisationens koncept för marknadsföringskommunikation	<p>Genomförande av konceptet för en organisations marknadsföringskommunikation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• presentera den egna organisationen, dess värderingar, verksamhets- och affärsidé samt verksamhetsmiljö för medlemmarna av olika intressegrupper som organisationen samarbetar med i en visuell marknadsföringsprocess• koppla organisationens marknadsföringsmål till den visuella marknadsföringen• i marknadsföringskommunikationen ta hänsyn till organisationens ekonomiska och funktionella ramar• sköta kundservice i enlighet med principerna för organisationens betjäningkoncept och för god kundbetjäning. <p>Kännedom om organisationens visuella marknadsföring</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• i sitt arbete ta hänsyn till den inverkan som förändringarna i branschens och organisationens marknadsföringsmiljö har• för det egna teamet eller för kundens team presentera den egna organisationens roll och uppgifter i visuell marknadsföring• verkställa lösningar för marknadsföringskommunikation och visuell marknadsföring med hänsyn till organisationens målgrupper och till principerna för marknadsföring• koppla organisationens marknadsföringsmål till planeringen och genomförandet av den visuella marknadsföringen och samtidigt till det egna arbetet.

<ul style="list-style-type: none"> • kan inom ramen för sina arbetsuppgifter fungera i en visuell marknadsföringsprocess 	<p>Att fungera i organisationens visuella marknadsföringsprocess</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • följa med och bedöma den förändring som sker i marknadsföringsmiljön inom branschen och organisationen samt i sitt arbete ta hänsyn till deras inverkan • för bland annat det egna teamet eller för kundens team presentera uppgifterna som den egna organisationen har i visuell marknadsföring • beakta målgrupperna och principerna för marknadsföring i sin organisation i marknadsföringskommunikationens och den visuella marknadsföringens olika lösningar • se sitt eget arbete som en del av organisationens helhetsmarknadsföring.
<ul style="list-style-type: none"> • kan göra upp en kampanjplan 	<p>Utarbetandet av en kampanjplan</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • inom ramen för sina egna arbetsuppgifter delta i utarbetandet av en kampanjplan samt beakta målgrupperna och målsättningarna för företagets marknadsföringskommunikation • periodisera en kampanj och fastslå åtgärderna för de olika momenten • fastslå en tidtabell för kampanjen • utarbeta en kalkyl för sitt eget arbete som en del av kampanjen • följa med hur kampanjen avancerar och reagera på avvikelser • arbeta samarbetsvilligt och ansvarsfullt som medlem av ett team eller en arbetsgrupp.
<ul style="list-style-type: none"> • kan arbeta ansvarsfullt och flexibelt i den egna arbetsgemenskapen 	<p>Att fungera i en arbetsgemenskap</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • visa uppskattning för sitt arbete • på ett positivt sätt föra fram sitt yrkeskunnande • arbeta flexibelt, ansvarsfullt och noggrant • sköta sitt arbete så att kraven och skyldigheterna för både arbetstagaren och arbetsgivaren uppfylls • i sitt arbete iaktta den centrala arbetslag-

	<p>stiftningen samt arbetsskyddsbestämmelserna</p> <ul style="list-style-type: none"> • sörja för trivseln i den egna arbetsgemenskapen • upprätthålla sin egen arbetsförmåga och arbetshälsa • behärska sin tidsplanering • vid behov skaffa experttjänster.
<ul style="list-style-type: none"> • kan bedöma sin egen yrkesskicklighet och ansvara för sin utveckling. 	<p>Utveckling av den egna yrkesskickligheten</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • realistiskt bedöma sitt eget yrkeskunnande • målmedvetet utveckla sitt yrkeskunnande och sina arbetsmetoder samt vid behov utnyttja experttjänster för sin utveckling inom yrket.

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarrepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

5 § Visuell planering och användning av utrymme

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan planera ett utrymme till en fungerande helhet i enlighet med uppdraget 	<p>Planering och utnyttjande av ett utrymme Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> planera olika utrymmen, såsom en butikslokal, ett skyltfönster, en mässavdelning eller något annat utrymme samt utnyttja dess dimensioner och former vid planeringen så att resultatet blir en fungerande helhet. <p>Planering av ett utrymme Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> planera ett utrymme så att det motsvarar uppdragsgivarens behov och önskemål vid planeringen beakta uppdragsgivarens uppgifter och det färdiga konceptet göra en kalkyl för planen med uppdragsgivaren diskutera frågor som anknyter till utrymmets planering och själva arbetet i planeringen beakta de faktorer som i olika verksamhetsmiljöer inverkar på kundströmningen planera möbleringen för ett utrymme planera belysningen och färgerna i ett utrymme.
<ul style="list-style-type: none"> kan göra upp och presentera planerna för ett utrymme 	<p>Uppgörande av ritningar Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> göra upp plan-, fasad- och tredimensionella ritningar i skala göra tydliga och åskådliga ritningar manuellt, eller med hjälp av den datatekniska utrustning organisationen använder presentera sina ritningar.

<ul style="list-style-type: none"> • kan genomföra en utrymmesplan. 	<p>Genomförande av en utrymmesplan Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • självständigt ta reda på olika alternativ till leverantörer och produkter för själva arbetet • diskutera arbetet med olika leverantörer • jämföra olika material, konstruktioner och möbler som behövs vid inredning, möblering och dekorerings av ett utrymme med tanke på lämplighet, kostnader och miljökonsekvenser • i ovannämnda jämförelse beakta arbetets temporära eller bestående karaktär • välja och skaffa möbler och material i enlighet med instruktionerna • belysa och färgsätta effektivt • inreda utrymmet funktionellt • använda de vanligaste arbetsmetoderna inom branschen • bearbeta de vanligaste materialerna inom branschen och hantera de redskap som behövs för att nå ett utmärkt resultat • i sitt arbete iaktta arbetarskyddsföreskrifterna och arbeta miljöansvarigt • hålla fast vid tidtabeller och vid behov påskynda arbetet • samla in respons om arbetsresultatet och beakta den i sitt arbete.
--	---

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet.

Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

6 § Visuell planering och hopsättning av en produktutställning

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden kan planera och sätta ihop en utställning</p>	<p>Planering och hopsättning av en utställning och av dekoration Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • göra en utställningsplan i olika miljöer, såsom i butiker, vid evenemang och mässor med iakttagande av företagets visuella linje • utnyttja de utställda produkternas särdrag • använda produkturvalet på ett sätt som aktiverar försäljningen • utnyttja de utställda produkterna för att öka försäljningen och skapa upplevelser som väcker köpbehov • planera och kalkylera inköpen av dekormaterial • använda färger för att nå målen för produktutställningen • använda olika material som effektmedel för de utställda produkterna • beakta ekonomiska aspekter i en produktutställning • välja de rätta möblerna och utnyttja deras variationsmöjligheter i produktutställ-

	<p>ningen och försäljningen</p> <ul style="list-style-type: none"> • hantera och klä dockor och torsor både tekniskt och stilfullt • i sitt arbete beakta hur olika dekorationsmaterial påverkar miljön.
<ul style="list-style-type: none"> • kan genomföra en kampanj i butiksmiljö 	<p>Genomförande av en butikskampanj Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • sköta den visuella delen av en kampanj i samarbete med olika aktörer • inom ramen för sitt arbete delta i produktionen och bedömningen av kampanjmaterial • utnyttja färdigt PR-material i kampanjen • fungera som ansvarig medlem av ett team.
<ul style="list-style-type: none"> • kan producera kundinformation i sin arbetsmiljö. 	<p>Framställning av kundinformation Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • planera kundinformation för olika tillfällen • självständigt producera informationsmaterial för kunder både manuellt och med hjälp av datateknik.

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinandan och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagar och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinandan själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinandan för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandans yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

KOMPETENSOMRÅDE: EVENEMANGSMARKNADSFÖRARE

7 § Verksamhetsplanering

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none">• kan anordna evenemang i enlighet med organisationens marknadsföringskoncept	<p>Genomförande av konceptet för en organisations marknadsföringskommunikation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• presentera den egna organisationen, dess värderingar, verksamhets- och affärsidé samt verksamhetsmiljö för medlemmarna av olika intressegrupper eller arbetsgrupper som anknyter till anordnandet av egna evenemang• beakta målsättningarna för kundorganisationens marknadsföring i anordnandet av evenemang• i planeringen beakta kundorganisationens ekonomiska och funktionella ramar för evenemanget• vid behov rekommendera att marknadsföringen av kundens evenemang av praktiska skäl och lönsamhetsskäl överläts till ett utomstående företag. <p>Kännedom om den egna organisationens marknadsföringskommunikation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none">• i sitt arbete ta hänsyn till den inverkan som förändringarna i branschens och

	<p>organisationens marknadsföringsmiljö har</p> <ul style="list-style-type: none"> • för det egna teamet eller för kundens team presentera den egna organisationens roll och uppgifter i anordnandet av olika evenemang.
<ul style="list-style-type: none"> • behärskar alla moment i planeringen av ett evenemang 	<p>Beaktande av regler och avtal i lagstiftningen Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • i sin verksamhet beakta den lagstiftning, de regler och avtal som berör branschen • vid behov använda sig av experthjälp. <p>Periodisering av planeringsprocessen för ett evenemang Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • periodisera anordnandet och planeringen av evenemang och handla därefter • fastställa aktörerna och deras uppgifter för varje enskilt moment • handla i en arbetsgrupp eller ett team som en ansvarsfull, initiativrik och aktiv medlem enligt en överenskommen arbetsfördelning. <p>Mediekännedom Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • ta reda på de centrala medier och serviceföretag som stödjer anordnandet av evenemang • informera sin uppdragsgivare eller arbetsgrupp om prissättningsprinciperna hos de medier eller serviceföretag som man eventuellt tänker anlita • med stöd av instruktioner jämföra centrala medier med tanke på deras ändamålsenlighet, lämplighet och lönsamhet • inom ramen för den egna yrkesbeskrivningen jämföra centrala serviceföretag som anordnar mässor och kongresser på basis av deras offerter och prissättningsprinciper. <p>Verksamhetsplanering Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktivt söka information och samla in material som behövs i en verksamhetsplan samt sammanställa en verksamhetsplan

	<p>för ett evenemang enligt en given uppbyggnad</p> <ul style="list-style-type: none"> • med stöd av instruktioner och material assistera i planeringen av budgeten för ett evenemang • få planeringen av evenemanget samt arbetet godkänt i enlighet med organisationens ansvarsfördelning • sammanställa en verksamhetsplan för evenemanget i enlighet med den plan som organisationen har godkänt. <p>Planering av kalkylen för evenemanget samt uppföljning av förverkligandet Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • göra upp en preliminär kalkyl för evenemanget • handla kostnadsmedvetet i de olika skedena av evenemangets gång • enligt anvisningar ge akt på att budgeten håller. <p>Att utarbeta och hålla en presentation Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • utarbeta en klar och åskådlig presentation av evenemanget på basis av material och med hjälp av olika presentationsprogram • ge råd och vägledning åt personal som sammanställer presentationer av olika evenemang • utarbeta en presentation tillsammans med ett produktionsteam • utnyttja moderna tekniska hjälpmedel i presentationen av ett evenemang.
<ul style="list-style-type: none"> • kan följa evenemangets framskridande 	<p>Uppföljning av ett evenemang Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • välja alternativa och genomförbara uppföljningsmetoder för uppföljningen av ett evenemang • i enlighet med överenskomna arbetsmetoder följa upp och bedöma hur ett evenemang genomförs • vid behov omedelbart vidta de åtgärder som uppföljningsinformationen förutsätter • utnyttja kundrespons vid följande evenemang.

	<p>Informerings om evenemangets framskridande</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • sköta informationsförmedling i enlighet med överenskommelser inom organisationen • vidarebefordra information utan dröjsmål.
<ul style="list-style-type: none"> • kan handla ansvarsfullt och flexibelt i den egna arbetsgemenskapen samt utveckla sin yrkesskicklighet. 	<p>Att fungera i en arbetsgemenskap</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • föra fram sitt yrkeskunnande och sin uppskattning av arbetet • handla ansvarsfullt och noggrant • sköta sitt arbete så att kraven och skyldigheterna för både arbetstagaren och arbetsgivaren uppfylls • i sitt arbete iaktta den centrala arbetslagstiftningen samt arbetarskyddsbestämmelserna • handla som en ansvarsfull medlem eller ledare för en arbetsgrupp också när gruppen representerar många olika branscher och nationaliteter, samt behärskar olika metoder för grupparbete • för sin del sörja för trivseln i en arbetsgemenskap • upprätthålla sin egen arbetsförmåga och arbetshälsa • behärska sin tidsplanering • vid behov skaffa experttjänster. <p>Utveckling av den egna yrkesskickligheten</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • bedöma sina egna yrkeskunskaper i förhållande till arbetets krav • tillsammans med sin chef utarbeta en utvecklingsplan som gäller den egna yrkesskickligheten • förverkliga sin utvecklingsplan tillsammans med sin chef och andra samarbetsparter.

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan delta i evenemangets planering tillsammans med olika aktörer 	<p>Planering av evenemangets och utrymmets visuella image</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> för varje enskilt evenemang välja ett ändamålsenligt utrymme och utrymmeslösningar i samverkan med övriga organisationsmedlemmar planera evenemangets visuella framtoning tillsammans med olika aktörer i planeringen beakta organisationens visuella image och målsättningsprofil planera olika utrymmen, såsom en mässavdelning, ett auditorium eller andra utrymmen samt utnyttja deras proportioner och former i planeringen av utrymmet och åstadkomma en fungerande helhet assistera i planeringen av möblering och fastställa behov och placering av AV-utrustning beakta olika kunders behov i planeringen av utrymmet.
	<p>Presentation av förverkligandet av ett evenemang</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> presentera en verkställighetsplan för olika samarbetsgrupper utnyttja respons från samarbetsgrupper i utvecklandet av planen.
<ul style="list-style-type: none"> kan planera och producera marknadsföringsmaterial och kundinformation för ett evenemang och dess marknadsföring 	<p>Framställning av marknadsföringsmaterial och kundinformation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> planera kundinformationsmaterial för olika situationer i enlighet med givna anvisningar producera planenligt material för kundinformation både manuellt och med hjälp av datateknik inom ramen för sin yrkesbeskrivning producera och utvärdera marknadsföringsmaterial samarbeta med reklam- och medieföretag

	<ul style="list-style-type: none"> • använda färdigt marknadsföringsmaterial för evenemanget • skaffa fungerande utrymmen och förhandsmaterial för specialgrupper såsom press, hedersgäster och föreläsare • producera klanderfria standardenliga affärsbrev, meddelanden, statistiker och andra dokument.
<ul style="list-style-type: none"> • kan inom ramen för sin yrkesbeskrivning planera och genomföra ett evenemang 	<p>Planering och genomförande av en helhet Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • utarbeta en genomförbar tidtabell för ett evenemang • hålla fast vid en överenskommen tidtabell • iaktta verksamhetsplanen för ett evenemang • inom ramen för sin yrkesbeskrivning inom organisationen sköta den interna kommunikation som hänför sig till ett evenemang • handla ansvarsfullt och självständigt i enlighet med en i teamet överenskommen arbetsfördelning • fastslå behovet av extra personal • beakta hur rekrytering av extra personal inverkar på evenemangets helhetskostnader. <p>Skötsel av förberedelserna inför ett evenemang Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • inom ramen för sin yrkesbeskrivning handla flexibelt med olika samarbetsparter i förberedelserna inför ett evenemang • enligt givna instruktioner planera och sköta de praktiska arrangemangen för deltagarna, bland annat anmälningar, hotellbokningar, måltidsarrangemang och tilläggsprogram • använda elektroniska medier såsom e-post, Internet och www-sidor för deltagaranmälningar och förhandsinformation till deltagarna.

	<p>Skötsel av transporter Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • inom ramen för sin yrkesbeskrivning skaffa, organisera och sköta transporten av evenemangets deltagare • ta ansvar för en grupp under en transport • visa gruppen runt i Finland och på orten samt besöka betydelsefulla turist- och kultursevärdheter under transporten.
<ul style="list-style-type: none"> • kan handla kundfokuserat i olika evenemang 	<p>Skötsel av interaktionssituationer Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • uppfylla kundernas behov i situationer som anknyter till ett evenemang beroende på vilka behoven och omständigheterna är samt inom ramen för den egna organisationens kapacitet • interagera flexibelt och med känsla för situationen • i sedvanliga situationer inom kundservice kommunicera förutom på flytande svenska eller finska också på det andra inhemska och på ett för organisationens verksamhet centralt främmande språk • beakta internationalitet och olika kulturer i olika kommunikationssituationer. <p>Situationshantering Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • bete sig enligt den etikett och de seder och bruk som situationen kräver • handla flexibelt i situationer som ständigt förändras • skapa en lugn och frigjord stämning i sin verksamhetsmiljö • informera deltagare vid rätt tidpunkt om evenemangets program och tidtabell • prioritera sina uppgifter och sin verksamhet enligt situationen • vid behov fungera i överenskomna specialuppgifter i olika evenemang eller sammankomster, till exempel som värd eller värdinna • handla föredömligt vid sjukdomsfall eller olyckor samt ge första hjälp.

<ul style="list-style-type: none"> • kan använda den mest allmänna utrustningen för elektronisk kommunikation. 	<p>Användning av utrustning för elektrisk kommunikation</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • effektivt använda den mest allmänna audiovisuella utrustningen i olika evenemang • instruera och vägleda deltagarna i användningen av den vanligaste audiovisuella utrustningen • utnyttja datateknik i arbetet • ledigt använda mikrofon.
---	---

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildningssektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kan följa med evenemangets framskridande 	<p>Skötsel av evenemangets eftermarknadsföring</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • upprätthålla ett kundregister med hjälp av datateknik • sköta eftermarknadsföring och uppföljning med hjälp av ett kundregister • komma ihåg samarbetsföretag och de viktigaste kunderna i samband med olika bemärkelsedagar • efter ett evenemang självständigt se till att det skickas tackbrev till alla som har varit med och genomfört evenemanget och till alla andra samarbetsparter. <p>Assistens vid uppföljningen av ett evenemang</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • samla in verifikat av olika aktörer och betala ersättningar till dem • granska arbetslistorna för personalen som har deltagit i evenemanget samt få dem rätt distribuerade • granska riktigheten i olika leverantörsfakturor • se till att personerna som har deltagit i evenemanget uppmärksammas på ett sätt som har överenskommit med arrangören. <p>Assistens vid uppföljning av en budget</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • bistå vid uppföljningen av en budget • samla in de dokument som behövs för uppföljningen av en budget • sköta distribuering och arkivering av ekonomirapporterna för ett evenemang enligt organisationens anvisningar • komma med genomförbara förslag till hur man kan utveckla ekonomin och verksamheten i evenemang.

<ul style="list-style-type: none"> • kan handla i enlighet med organisationens bruk beträffande respons. 	<p>Reklamationshantering Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • sköta reklamationer i enlighet med överenskommen praxis • handla interaktivt i reklamationsituationer med beaktande av kundrelationerna, kundens situation och ramarna för den egna organisationens verksamhet. <p>Utnyttjande av kundrespons Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktivt samla in kundrespons • hantera respons med beaktande av den egna, samarbetspartens och kundens situation • utnyttja respons i organisationens verksamhet och i det egna arbetet • vidarebefordra respons i enlighet med organisationens verksamhetsmodell • på ett otvunget sätt ta emot beröm för välgjort arbete.
---	--

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examinanderna avlägger examensdelen är det centralt att de visar att de har en helhetsbild av marknadsföringskommunikationsprocessen. Examinanderna kan koppla en marknadsföringskampanj till organisationens övergripande marknadsföringskommunikation samt arbeta i de olika skedena i planerings- och verkställighetsprocessen för kampanjen.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Yrkesprovet för examensdelen

Examinanden visar prov på sitt kunnande i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen i dagliga arbetsuppgifter som anknyter till genomförandet av konceptet för marknadsföringskommunikation samt planeringen av kampanjer för den egna organisationen eller för en kundorganisation. Bedömningsgruppen bedömer examinandens fristående yrkesprov i enlighet med målen och kriterierna som gäller för examen och ger ett skriftligt utlåtande över bedömningen. Utlåtandena utgör bedömningsmaterialet. Det är möjligt att komplettera påvisandet av färdigheterna med olika bedömda dokument, till exempel med kampanjplaner eller presentationsmaterial som utgör en del av examinandens yrkesprov.

2. Utvärderingssamtal

Efter varje del av yrkesprovet hålls ett utvärderingssamtal där examinanden och en bedömningsgrupp (representanter för arbetsgivare, arbetstagare och utbildnings-

sektorn) deltar. I gruppen kan också en företagarepresentant eller en yrkesutövare inom branschen ingå, speciellt om examinanden själv är yrkesutövare inom branschen för marknadsföringskommunikation eller siktar på att bli självständig yrkesutövare.

Under utvärderingssamtalet redogör examinanden för den bedömning han eller hon fått i yrkesprovet och för sin självvärdering och eventuella dokument som hänför sig till yrkesproven. Examinanden och bedömningsgruppen diskuterar tillsammans examinandens yrkesskicklighet och yrkesmässiga mognad på basis av bedömningarna och dokumenten. Som avslutning på utvärderingssamtalet håller gruppen ett möte där den beslutar om examensdelen skall godkännas eller underkännas och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

FRIVILLIG EXAMENSDEL

10 § Företagsamhet

Examinanderna kan välja att ta med Företagsamhet i sin examen. För denna frivilliga examensdel gäller följande yrkesskicklighetskrav samt mål och kriterier för bedömningen:

a) Krav på yrkesskicklighet	b) Mål och kriterier för bedömningen
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan bedöma sina individuella möjligheter och färdigheter att eventuellt arbeta som företagare i branschen 	<p>Bedömningen av de egna färdigheterna att verka som företagare</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> berätta vilka individuella färdigheter som stödjer en framgångsrik företagsverksamhet och kan utifrån detta precisera sina värderingar och bedöma sina färdigheter att arbeta som företagare med handledning av sakkunniga uppgöra en utvecklingsplan för sin verksamhet som företagare
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan analysera branschen och de möjligheter och risker som är förknippade med att starta och utveckla företagsverksamhet 	<p>Klarläggande av företagets verksamhetsbetingelser</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> analysera branschens framtidsutsikter och framtida utveckling samt möjligheterna till företagsverksamhet ur en blivande företagares synvinkel kritiskt och konstruktivt bedöma resultatet och lönsamheten i ett eventuellt företag, dvs. undersöka om företaget kan försörja examinanden granska företagsverksamheten i anslutning till de ansvar och förpliktelser som är kopplade till ett företag

	<ul style="list-style-type: none"> granska företagsamheten också ur en blivande arbetsgivares synvinkel
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan utveckla en preliminär affärsidé för sitt eget företag och formulera ett lämpligt sätt och lämplig form för startande av företaget 	<p>Utformning av en affärsidé</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> jämförelser olika sätt att inleda företagsverksamhet och föra en diskussion med sakkunniga om olika alternativa lösningar för sin eventuella företagsverksamhet tillsammans med sakkunniga formulera ett utkast till en affärsidé för sitt företag och vet vilka ekonomiska, produktionsmässiga och psykiska resurser starten av ett eventuellt företag kräver tillsammans med sakkunniga bedöma om det finns möjligheter att affärsidén lyckas
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan skapa kund- och nätverkskontakter 	<p>Förmåga att skapa kund- och nätverkskontakter</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> diskutera olika alternativ att bygga upp nätverk med de möjligheter som står till buds bygga upp ett nätverk av kund- och leverantörs- och andra kontakter som är av betydelse för företagets fortsatta verksamhet med hjälp av sakkunniga göra utkast till avtal med ovannämnda nätverkspartners
<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> kan handla i enlighet med de viktigaste ekonomiska principerna för ett företag 	<p>Ekonomisk verksamhet</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> välja sådana verksamhetsalternativ som förbättrar företagets lönsamhet prissätta sina tjänster genom att beakta lönsamhet och marknadsrelaterade faktorer tolka ett exempelföretags bokslut med avseende på kapital, tillgångar, soliditet och likviditet samt resultat analysera utvecklingsmöjligheterna för sin ekonomiska verksamhet vid behov i samråd med sakkunniga på ett allmänt plan utvärdera det ekonomiska resultat hans/hennes företag ger skaffa sakkunnigtjänster för att lösa beskattningsfrågor.

<p>Examinanden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kan använda sakkunnigtjänster 	<p>Användning av sakkunnigtjänster</p> <p>Examinanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> • vid startandet av företaget och i olika skeden av verksamheten skaffa den information och de sakkunnigtjänster som behövs
--	--

c) Sätten att påvisa yrkesskicklighet

När examensdelen avläggs är det centralt att examinanden kan bedöma sina egna färdigheter att arbeta som företagare. Han eller hon kan undersöka vilka förutsättningar företagsverksamheten har att lyckas, formulera en affärsidé för verksamheten i sitt eventuella företag och räkna ut om den planerade verksamheten lönar sig och om den kan försörja företagaren. När företagsverksamheten planeras och vid etableringen av verksamheten kan han eller hon dra nytta av olika nätverk och sakkunnigtjänster.

Yrkesskickligheten påvisas på följande sätt:

1. Examinanden påvisar sina kunskaper i enlighet med kraven på yrkesskicklighet för examensdelen.
 - genom att fungera i arbetsuppgifter där hon/han kartlägger förutsättningar och risker för eventuell verksamhet i ett eget företag
 - genom att göra upp en preliminär affärsidé för sitt företag
 - genom att komplettera sin affärsidé med utredningar och beräkningar som kartlägger förutsättningar och risker för verksamheten samt
 - göra upp en plan för sin egen utveckling som företagare

De sakkunniga som representerar näringslivet och entreprenörskap ger sin bedömning över examinandens verksamhet, den uppgjorda affärsidén samt de utredningar och beräkningar som hör ihop med den. Examinanden gör också upp en självvärdering över sitt kunnande där hon/han bedömer sin egen verksamhet, sin affärsidé och de anslutna utredningarna. Bedömningmaterialet sammanställs.

2. Utvärderingssamtal

Efter att alla examensdelar avlagts hålls ett utvärderingssamtal, där examinanden och en representanterna för näringslivet och entreprenörskap samt en representant för undervisningssektorn deltar. Tillsammans diskuterar de utgående från bedömningsmaterialet examinandens förmåga att fungera som företagare och beredskap att fatta beslut om att starta ett företag.

Avslutningsvis håller utvärderingsgruppen ett möte där den beslutar om godkännande eller underkännande av examensdelen och ger ett skriftligt utlåtande över beslutet.

Utbildningsstyrelsen har godkänt dessa examensgrunder med stöd av lagen om yrkesinriktad vuxenutbildning.

De fristående examina är examina som särskilt planerats och utvecklats för att avläggas av den vuxna befolkningen.

Planeringen och genomförandet av de fristående examina baserar sig på ett nära samarbete mellan sakkunniga inom undervisning och arbetsliv.

Utbildningsstyrelsen/försäljning
Pb 380 (Hagnäsgatan 2)
00531 Helsingfors
tfn: (09) 774 774 50
fax (09) 774 774 75
E-post: myynti@oph.fi
Internet: www.oph.fi/svenska/bokhandel