



# STUDIEPLAN

## **Kompetansehevingsprogram handel og service**

Modulbasert fagskoletilbud spesielt tilpasset handel og service  
15 studiepoeng



## Innhold

<b>1</b>	<b>GENERELT OM KOMPETANSEHEVINGSPROGRAMMET .....</b>	<b>3</b>
1.1	MÅL OG MÅLGRUPPE FOR PROGRAMMET .....	3
1.2	BASERT PÅ FAGSKOLEUTDANNINGEN I ØKONOMI OG LEDELSE .....	3
1.3	OPPTAKSKRAV.....	3
1.4	SØKNAD.....	3
<b>2</b>	<b>ORGANISERING AV KOMPETANSEHEVINGSPROGRAMMET.....</b>	<b>4</b>
2.1	EMNEOVERSIKT .....	4
2.2	GJENNOMFØRINGSMODELL – PER MODUL.....	5
2.3	UNDERSVINGNSFORMER OG LÆRINGSAKTIVITETER .....	5
<b>3</b>	<b>VURDERING .....</b>	<b>6</b>
3.1	VURDERINGSGRUNNLAG .....	6
3.2	KVALITATIV BESKRIVELSE AV DE ENKELTE KARAKTERTRINN .....	7
<b>4</b>	<b>SLUTTDOKUMENTASJON.....</b>	<b>7</b>
4.1	KARAKTERUTSKRIFT .....	7
<b>5</b>	<b>OVERSIKT OVER DE ENKELTE MODULENE .....</b>	<b>8</b>
	MODUL 1 DIGITAL MARKEDSFØRING OG KOMMUNIKASJON .....	8
	MODUL 2 ØKONOMI OG LEDELSE I HANDEL OG SERVICE.....	10
	MODUL 3 LOGISTIKK I HANDEL OG SERVICE.....	12
	<b>ENDRINGSLOGG.....FEIL! BOKMERKE ER IKKE DEFINERT.</b>	

# 1 GENERELT OM KOMPETANSEHEVINGSPROGRAMMET

## 1.1 Mål og målgruppe for programmet

Dette kompetansehevingsprogrammet er et samarbeidsprosjekt mellom Fagskolen Innlandet (FI) og Byen vår Gjøvik (BvG). Målgruppen for programmet er alle ansatte innen handel og service i Gjøvik organisert inn under CC Gjøvik eller Gjøvik Handel- og Næringsforening.

Det legges vekt på at utdanningen er praktisk orientert. Ved å integrere skolearbeid gjennom oppgaver og veiledning med studentens jobbsituasjon, får både student og arbeidsgiver nytte kompetansen nesten fra første studiedag.

## 1.2 Basert på fagskoleutdanningen i økonomi og ledelse

Modulene i dette kompetansehevingsprogrammet er basert på noen utvalgte læringsutbyttebeskrivelser fra Fagskolen Innlandet sin utdanning i økonomi og ledelse. NOKUT åpner opp for at «fagskolen kan opprette nye moduler/kurstilbud som består av læringsutbytter tatt fra ulike emner innenfor samme utdanning» se <https://www.nokut.no/norsk-utdanning/fagskole/ofte-stilte-sporsmal/> Studieplanen for fagskoleutdanningen i økonomi og ledelse er tilgjengelig på Fagskolen Innlandets hjemmeside <https://www.fagskolen-innlandet.no/studier/ledelsesfag/okonomi-og-ledelse>. Det henvises til denne studieplanen for detaljer utover det som står i studieplanen for dette kompetansehevingsprogrammet.

## 1.3 Opptakskrav

For dette kompetansehevingsprogrammet gir fullført videregående utdanning, enten med fagbrev/svennebrev eller studiekompetanse, rett til opptak. I tillegg kan søkere som er 23 år og eldre i opptaksåret og kan dokumentere tilstrekkelig relevant praksis, oppfylle kompetansehevingsprogrammets opptakskrav.

## 1.4 Søknad

Søknader sendes direkte til Fagskolen Innlandet via Digipost. Søknadsskjema og mer informasjon om søknadsprosessen ligger på Fagskolen Innlandets sine hjemmesider.

## 2 ORGANISERING AV KOMPETANSEHEVINGSPROGRAMMET

Programmet er bygget opp av tre moduler hvor hver modul har et omfang på 5 studiepoeng. Totalt har de tre modulene et omfang på 15 studiepoeng. Studentenes arbeidsbelastning er delt i undervisning, veiledning og selvstudier (se fig 2.2). Arbeidsbelastningen per modul er 125 timer, med en total arbeidsbelastning på 375 timer for hele programmet.

Modulene tilbys som frittstående moduler, hvor hver modul har en varighet på 10-12 uker. Det vil være samlinger med en varighet på 5 skoletimer en dag per uke. Den reelle klasseromsundervisningen er redusert i forhold til heltidsstudier, og det kreves derfor større grad av selvstudium. Fagskolen Innlandet bruker Canvas som læringsplattform, og både deler av undervisningen, veiledning og tilbakemeldinger vil foregå via Canvas. Studentene får opplæring i bruk av IKT-verktøy (inkl. Canvas) ved studiestart og har tilgang til brukerstøtte gjennom hele studiet.

### 2.1 Emneoversikt

Emne	Tema	Omfang
<b>Digital markedsføring og kommunikasjon</b>	<i>Digital handel og nye handelsmønstre</i> <i>Fremtidens kundeopplevelse og kanalsamspill</i> <i>Introduksjon til markedsføringsfaget</i> <i>Digital kommunikasjonsstrategi</i> <i>Inbound marketing</i> <i>Innholdsproduksjon og digital tilstedeværelse</i> <i>Digital annonsering,</i> <i>søkemotoroptimalisering og analyse</i> <i>Fra digital markedsføring til salg</i>	5 SP
<b>Økonomi og ledelse i handel og service</b>	<i>Kostnads- og inntektsforståelse</i> <i>Kalkyler</i> <i>Regnskapsanalyse</i> <i>Budsjettering</i> <i>Situasjonsanalyse</i> <i>Team og teamutvikling</i> <i>Arbeidsmiljø og organisasjonskultur</i> <i>Motivasjon og kompetanse</i> <i>Medarbeidersamtaler</i>	5 SP
<b>Logistikk i handel og service</b>	<i>Verdikjedeforståelse</i> <i>Lean</i> <i>Ulike ledd i verdikjeden</i> <i>E-handel og digitalisering</i> <i>Omnikanal varehandel</i> <i>Logistikk og økonomi</i>	5 SP
<b>SUM</b>		<b>15 SP</b>

## 2.2 Gjennomføringsmodell – per modul

Studiepoeng	Antall uker/timer	Timer tilrettelagt undervisning/veiledning på samlinger; Ukentlige samlinger à 5 timer over 10-12 uker	Timer til veiledning i grupper (over nett)	Timer til individuell veiledning (over nett)	Timer pålagte selvstudier; 4-5 t/uke
5	10-12 uker/ 125 timer	50-60	5	5	50-60

## 2.3 Undervisningsformer og læringsaktiviteter

Det blir brukt ulike pedagogiske tilnæringsmåter, og studentene medvirker i beslutningsprosessene i forbindelse med gjennomføringen av modulene.

- Det legges til rette for at studentene aktivt kan bygge på sine tidligere erfaringer og kan reflektere over disse gjennom møtet med relevante eksempler, problemstillinger og teori. Det at studentene har erfaringer fra ulike roller i ulike bedrifter og organisasjoner, gjør at de kan tilføre hverandre mye kunnskaper.
- Det legges stor vekt på at studentene arbeider med og reflekterer over virkelighetsnære problemstillinger. Det at studentene kan utveksle erfaringer og belyse faglige spørsmål med ulikt utgangspunkt fra forskjellige typer stillinger i forskjellige typer bedrifter og organisasjoner, øker læringsutbyttet for alle.
- Dialogpreget undervisning er vanligere enn ren forelesning, ettersom studentene har med seg mye kunnskap og mange erfaringer som kan belyse ulike faglige problemstillinger. Det blir gitt øvingsoppgaver og refleksjonsoppgaver.
- Studentene vil jobbe mye i grupper, både med diskusjon/refleksjon på samlinger, og gjennom arbeid med andre type oppgaver.
- Studentene trenes i muntlig presentasjon av utført arbeid for medstudenter.
- Studentene har mulighet for veiledning både gruppevis og enkeltvis mellom samlingene

Lærerne svarer på henvendelser fra grupper/studentener fortrinnsvis innen to arbeidsdager. For avtalte innleveringer får studentene tilbakemelding normalt i løpet av to uker.

## 3 VURDERING

### 3.1 Vurderingsgrunnlag

Grunnlaget for vurdering er læringsutbyttebeskrivelsene for hver modul. Vurdering benyttes som metode for at studentene skal reflektere over ulike aspekter ved læring, og henger nært sammen med arbeids- og læringsformer.

Vurdering for læring (formativ vurdering) handler om å gi veiledning og tilbakemelding på studentenes arbeid og prestasjoner og fremovermelding med råd om forbedringer. Studentene skal forstå hva de skal lære og hva som er forventet av dem. Vurdering som læring kan brukes som læringsaktivitet der studentene vurderer eget og medstudenters arbeid. Det gjør dem mer bevisste på hvor de er i sin læring, hvor de skal, og hvordan de best kan komme dit.

Vurdering av læring (summativ vurdering) gir en oppsummering av hva studentene har lært. Det er studentens sluttkompetanse som skal måles på slutten av emnet, og emnet vurderes som en helhet. Studiet skal gjennomføres praksisnært og på en slik måte at skolen på et mest mulig sikkert grunnlag kan vurdere i hvilken grad studenten har nådd læringsutbyttene som er beskrevet i studieplanen. Avsluttende prøver eller innleveringer skal ha et innhold som står i klar sammenheng med læringsutbyttebeskrivelsene i emnet, der studenten har hatt muligheten til å forbedre seg på grunnlag av fremovermeldinger.

Det enkelte emnes særegenhet må være førende for valg av vurderingsform. Det utarbeides vurderingskriterier til hvert arbeidskrav. Vi viser for øvrig til KS rutine 1.5.1.1 Vurderingsarbeidet ved FI.

Det settes karakter for hver av modulene 1-3 når de avsluttes. Det skal benyttes bokstavkarakterer. Karakterskalaen går fra A til F, hvor A er beste karakter og F er Ikke bestått.

### 3.2 Kvalitativ beskrivelse av de enkelte karaktertrinn

Følgende karakterskala og beskrivelse av grunnlag for karaktersetting gjelder. Beskrivelsene bygger på de grunnprinsippene som legges til grunn for det nasjonale karaktersystemet på alle studienivå i universitets- og høyskolesystemet:

Symbol	Betegnelse	Generell, ikke fagspesifikk beskrivelse av vurderingskriterier
A	Fremragende	Fremragende prestasjon som klart utmerker seg. Kandidaten viser svært god vurderingsevne og stor grad av selvstendighet.
B	Meget god	Meget god prestasjon. Kandidaten viser meget god vurderingsevne og selvstendighet.
C	God	Jevnt god prestasjon som er tilfredsstillende på de fleste områder. Kandidaten viser god vurderingsevne og selvstendighet på de viktigste områdene.
D	Nokså god	En akseptabel prestasjon med noen vesentlige mangler. Kandidaten viser en viss grad av vurderingsevne og selvstendighet.
E	Tilstrekkelig	Prestasjonen tilfredsstillende minimumskravene, men heller ikke mer. Kandidaten viser liten vurderingsevne og selvstendighet.
F	Ikke bestått	Prestasjon som ikke tilfredsstillende de faglige minimumskravene. Kandidaten viser både manglende vurderingsevne og selvstendighet.

## 4 SLUTTDOKUMENTASJON

### 4.1 Karakterutskrift

Studenter som gjennomfører og består enkeltmoduler i kompetansehevingsprogrammet får utstedt karakterutskrift. Det vil ikke bli utstedt vitnemål, da det kun er fullførte akkrediterte utdanninger som gir grunnlag for dette.

## 5 OVERSIKT OVER DE ENKELTE MODULENE

<b>MODUL 1 Digital markedsføring og kommunikasjon</b>		<b>5 studiepoeng</b>
<b>Innhold</b>	<i>Digital handel og nye handelsmønstre</i> <i>Fremtidens kundeopplevelse og kanalsamspill</i> <i>Introduksjon til markedsføringsfaget</i> <i>Digital kommunikasjonsstrategi</i> <i>Inbound marketing</i> <i>Innholdsproduksjon og digital tilstedeværelse</i> <i>Digital annonsering, søkemotoroptimalisering og analyse</i> <i>Fra digital markedsføring til salg</i>	
<b>Tema 1.1</b>	<b>Digital handel og nye handelsmønstre</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjenne til trender og prognoser for digital handel</li> <li>• Kjenne til kundenes nye handelsmønstre</li> </ul>	
<b>Tema 1.2</b>	<b>Fremtidens kundeopplevelse og kanalsamspill</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjenne til hvilke krav kundene vil stille til sin kundeopplevelse i fremtiden</li> <li>• Ha kunnskap om kundenes kjøpsprosess/kundereiser</li> <li>• Ha kunnskap om spillet mellom ulike kanaler (inkl. omnikanal)</li> </ul>	
<b>Tema 1.3</b>	<b>Introduksjon til markedsføringsfaget</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha en grunnleggende forståelse for               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Segmentering, valg av målgrupper og fastsettelse av mål</li> <li>○ Bruk av konkurransemidlene pris, produkt, plass, <b>påvirkning</b> og personell, og en forståelse av at disse spiller sammen og er avhengig av hverandre. <i>Påvirkning vil være fokuset i de resterende temaene.</i></li> </ul> </li> </ul>	
<b>Tema 1.4</b>	<b>Digital kommunikasjonsstrategi</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjenne til kommunikasjonsmodellen og vanlige utfordringer ved kommunikasjon</li> <li>• Kunne benytte målgrupper/personas</li> <li>• Kunne si noe om valg av kanaler med fokus på sosiale medier</li> <li>• Kunne utarbeide en overordnet digital kommunikasjonsstrategi og handlingsplan</li> </ul>	
<b>Tema 1.5</b>	<b>Inbound marketing</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjenne til modellen for inbound marketing og kunne bruke denne overordnet</li> </ul>	
<b>Tema 1.6</b>	<b>Innholdsproduksjon og digital tilstedeværelse</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vite hva som menes med innholdsproduksjon</li> <li>• Den ansatte som innholdsprodusent (f.eks. tekst, bilde, film, lyd)</li> <li>• Kunne motivere og legge til rette for at alle ansatte kan bidra til digital tilstedeværelse</li> </ul>	
<b>Tema 1.7</b>	<b>Digital annonsering, søkemotoroptimalisering og analyse</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvilke målgrupper bruker hvilke digitale kanaler?</li> <li>• Publisering og gjennomføring av kampanjer f.eks. Google ads, Facebook/Instagram ads, annonsering LinkedIn, Snapchat, TikTok mm.</li> <li>• Ha overordnet kunnskap om hvordan søkemotoroptimalisering i Google fungerer og hvorfor man gjør dette</li> <li>• Ha overordnet kunnskap om analyseverktøy og algoritmer</li> </ul>	
<b>Tema 1.8</b>	<b>Fra digital markedsføring til salg</b>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvordan jobbe for å gå fra digital markedsføring til faktiske salg (enten i butikk eller på nett)?</li> </ul>
--	--

<b>Arbeidskrav</b>	<p>Følgende arbeidskrav gjelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obligatorisk deltakelse på samlinger</li> <li>• Gjennomført arbeidskrav: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mer informasjon om arbeidskrav kommer ved studiestart</li> </ul> </li> </ul>
<b>Vurderingsform</b>	<p>Det er studentenes <i>helhetlige kompetanse</i> i emnet som skal vurderes. Vurderingen av studentene skjer på grunnlag av de fastsatte arbeidskravene og læringsutbyttet som er oppnådd.</p> <p>Mer informasjon om vurderingsform kommer ved studiestart</p>
<b>Litteratur</b>	<p><i>Retningsgivende liste med forbehold om endringer.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nina Furu: Digital markedsføring og kommunikasjon, Cappelen Damm Akademisk, 2021</li> <li>• Andre relevante artikler/kapitler – informasjon kommer</li> </ul>

## FORVENTET LÆRINGSUTBYTTE MODUL 1 – DIGITAL MARKEDSFØRING OG KOMMUNIKASJON

<b>Kunnskaper</b>	<p>Kandidaten ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>har kunnskap om viktige begreper og modeller innenfor markedsføring</i></li> <li>• <i>har kunnskap om typisk kjøpsatferd på forbruker- og bedriftsmarkedet</i></li> <li>• <i>kjenner ulike tilnærminger til markedskommunikasjon</i></li> <li>• <i>kjenner til sentrale begreper og virkeområder for digital markedsføring</i></li> </ul>
<b>Ferdigheter</b>	<p>Kandidaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>kan redegjøre for og drøfte ulike begreper og modeller innen markedsføring i praksis</i></li> </ul>
<b>Generell kompetanse</b>	<p>Kandidaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>har bevissthet når det gjelder kompleksiteten ved utøvelse av markedsføringsledelse</i></li> <li>• <i>kan beskrive etiske dilemmaer innen markedsføring</i></li> </ul>

<b>MODUL 2 Økonomi og ledelse i handel og service</b>		<b>5 studiepoeng</b>
<b>Innhold</b>	<i>Kostnads- og inntektsforståelse</i> <i>Kalkyler</i> <i>Regnskapsanalyse</i> <i>Budsjettering</i> <i>Situasjonsanalyse</i> <i>Team og teamutvikling</i> <i>Arbeidsmiljø og organisasjonskultur</i> <i>Motivasjon og kompetanse</i> <i>Medarbeidersamtaler</i>	

<b>Tema 1.1</b>	<b>Kostnads- og inntektsforståelse</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha forståelse for sentrale begreper i økonomifaget (inntekter og innbetalinger, kostnader, utgifter og utbetalinger, variable og faste kostnader)</li> <li>• Kjenne til skatt og merverdiavgift</li> <li>• Vite hva et resultat- og balanseregnskap er</li> </ul>
<b>Tema 1.2</b>	<b>Kalkyler</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha kjennskap til vanlige kostnader i handels- og servicebedrifter</li> <li>• Vite hva som menes med inntakskost</li> <li>• Kunne beregne produktets bruttofortjeneste og avanse</li> <li>• Kunne sette opp en enkel selvkostkalkyle</li> <li>• Kjenne til merverdiavgift</li> <li>• Kjenne til ulike metoder for prisfastsettelse</li> <li>• Kjenne til vanlige kilder til svinn og hvordan disse kan forebygges</li> </ul>
<b>Tema 1.3</b>	<b>Regnskapsanalyse</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunne forstå sentrale nøkkeltall i en regnskapsanalyse</li> <li>• Kunne vurdere bedriftens økonomiske utvikling og foreslå forbedringer med utgangspunkt i nøkkeltallene og konkrete forhold i bedriften</li> </ul>
<b>Tema 1.4</b>	<b>Budsjettering</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunne lage et enkelt budsjett</li> <li>• Kjenne til hva som påvirker bedriftens likviditet</li> <li>• Kunne foreta en enkel budsjettkontroll (se budsjett opp mot regnskap)</li> </ul>
<b>Tema 1.5</b>	<b>Situasjonsanalyse</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunne gjennomføre en enkel situasjonsanalyse av bedriften ved bruk av SOFT-rammeverket</li> </ul>
<b>Tema 1.6</b>	<b>Team og teamutvikling</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gjennomføre 4MAT-kartleggingen</li> <li>• Ha kjennskap til hvordan man kan jobbe med teamutvikling gjennom forståelse av seg selv og andre</li> </ul>
<b>Tema 1.7</b>	<b>Arbeidsmiljø og organisasjonskultur</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vite hva som menes med organisasjonskultur og hvordan denne påvirker egen bedrift</li> <li>• Kjenne til hva som er viktig for å ha et godt arbeidsmiljø</li> </ul>
<b>Tema 1.8</b>	<b>Motivasjon og kompetanse</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjenne til motivasjonsteoriene til Maslow, Herzberg og McGregor</li> <li>• Kunne identifisere tiltak for å skape motivasjon i egen bedrift</li> <li>• Kjenne til viktigheten av medarbeiderens motivasjon og kompetanse for en god service- og kjøpsopplevelse</li> </ul>

<b>Tema 1.9</b>	<b>Medarbeidersamtaler</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha overordnet kjennskap til forberedelse, gjennomføring og etterarbeid etter medarbeidersamtaler</li> </ul>
<b>Arbeidskrav</b>	<p>Følgende arbeidskrav gjelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obligatorisk deltakelse på samlinger</li> <li>• Gjennomført arbeidskrav: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mer informasjon om arbeidskrav kommer ved studiestart</li> </ul> </li> </ul>
<b>Vurderingsform</b>	<p>Det er studentenes <i>helhetlige kompetanse</i> i emnet som skal vurderes. Vurderingen av studentene skjer på grunnlag av de fastsatte arbeidskravene og læringsutbyttet som er oppnådd.</p> <p>Mer informasjon om vurderingsform kommer ved studiestart</p>
<b>Litteratur</b>	<p><i>Retningsgivende liste med forbehold om endringer.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasjon kommer ved studiestart</li> </ul>

## FORVENTET LÆRINGSUTBYTTE MODUL 2 – ØKONOMI OG LEDELSE I HANDEL OG SERVICE

<b>Kunnskaper</b>	<p>Kandidaten...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>har kunnskap om ledelse i praksis, med innsikt i virkemidler for å oppnå ønskede resultater</i></li> <li>• <i>kjenner til de vesentligste nøkkeltallene for å kunne gjøre en god analyse av et regnskap</i></li> <li>• <i>har gode kunnskaper om kalkyler</i></li> <li>• <i>har kunnskap om resultatbudsjett og likviditetsbudsjett</i></li> </ul>
<b>Ferdigheter</b>	<p>Kandidaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>kan bruke ulike verktøy for ledelse, styring og utvikling av en organisasjon</i></li> <li>• <i>kan bruke bedriftens regnskap som informasjonskilde for å vurdere og presentere utvikling i bedriften</i></li> <li>• <i>kan lage en kalkyle for en bedrift.</i></li> <li>• <i>kan lage et enkelt resultatbudsjett for en bedrift</i></li> </ul>
<b>Generell kompetanse</b>	<p>Kandidaten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>kan lede i tråd med ulike målgruppers behov</i></li> <li>• <i>kan forklare avvikene i et driftsregnskap, relatere avvikene til bedriftens ulike funksjoner samt foreslå korrigerende tiltak.</i></li> </ul>

<b>MODUL 3 Logistikk i handel og service</b>		<b>5 studiepoeng</b>
<b>Innhold</b>	<i>Verdikjedeforståelse</i> <i>Lean</i> <i>Ulike ledd i verdikjeden</i> <i>E-handel og digitalisering</i> <i>Omnikanal varehandel</i> <i>Logistikk og økonomi</i>	

<b>Tema 1.1</b>	<b>Verdikjedeforståelse</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vite hva som menes med en verdikjede og verdikjedetankegang</li> </ul>
<b>Tema 1.2</b>	<b>Lean</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kjenne til hovedprinsippene i lean, og hvordan bedriften kan jobbe for å skape flyt og redusere sløsing</li> </ul>
<b>Tema 1.3</b>	<b>Ulike ledd i verdikjeden</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ha kunnskap om: <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Innkjøp og forhold til leverandører</i></li> <li><i>Lager og lagerstyring</i></li> <li><i>Salg og kunde-/markedsorientering</i></li> </ul> </li> </ul>
<b>Tema 1.4</b>	<b>E-handel og digitalisering</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kjenne til den økte digitaliseringens og e-handelens påvirkning på logistikken</li> </ul>
<b>Tema 1.5</b>	<b>Omnikanal varehandel</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vite hva som menes med omnikanal varehandel</li> <li>Kjenne til hvilke krav omnikanal varehandel stiller til logistikken, og hvordan bedrifter kan jobbe for å møte disse kravene</li> <li>Kjenne til samspillet mellom ulike kanaler – inkl. bruk av showrooms</li> </ul>
<b>Tema 1.6</b>	<b>Logistikk og økonomi</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kjenne til logistikkens påvirkning på bedriftens økonomi og vanlige logistikkostnader hos varehandelsbedrifter</li> <li>Kjenne til hvordan lagerstyring påvirker bedriftens kapitalbinding og kostnader</li> </ul>

<b>Arbeidskrav</b>	Følgende arbeidskrav gjelder: <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligatorisk deltakelse på samlinger</li> <li>Gjennomført arbeidskrav: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mer informasjon om arbeidskrav kommer ved studiestart</li> </ul> </li> </ul>
<b>Vurderingsform</b>	Det er studentenes <i>helhetlige kompetanse</i> i emnet som skal vurderes. Vurderingen av studentene skjer på grunnlag av de fastsatte arbeidskravene og læringsutbyttet som er oppnådd.  Mer informasjon om vurderingsform kommer ved studiestart
<b>Litteratur</b>	<i>Retningsgivende liste med forbehold om endringer.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informasjon kommer ved studiestart</li> </ul>

**FORVENTET LÆRINGSUTBYTTE MODUL 3 – LOGISTIKK I HANDEL OG SERVICE**

<b>Kunnskaper</b>	Kandidaten... <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>har kunnskap om logistikktekniske teorier, begreper, prosesser og verktøy som kan anvendes i en virksomhet og knytte dette mot en bærekraftig drift</i></li></ul>
<b>Ferdigheter</b>	Kandidaten: <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>kan kartlegge logistikktekniske situasjoner og identifisere faglige problemstillinger og behov for korrigerende tiltak</i></li></ul>
<b>Generell kompetanse</b>	Kandidaten: <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>kan utveksle synspunkter om hvordan logistikk i virksomheten kan utvikles i samarbeid med medarbeidere og andre deltagere i prosesser</i></li></ul>