

## Karriereveje for Digital handel B2B

Valgfrie specialefag på højeste niveau

### FAKTA

#### FAG PÅ HØJERE NIVEAU

Mens de bundne specialefag er indplaceret på niveauet "Avanceret", er disse fag på det højeste niveau for elevuddannelser, nemlig "Ekspert"

#### VARIGHED

Fagene har en varighed på op til 2 uger. Fagene kan gennemføres inden for den ordinære uddannelsestid og de almindelige skoleperioder

#### HVEM KAN DELTAGE?

Alle har ret til at deltage, men man skal være indstillet på, at eleven skal yde en ekstra indsats.

#### KONTAKT

For nærmere oplysninger kontakt den lokale handelsskoler/erhvervsskole, der udbyder handelsuddannelsen.

### FAGLIGE UDFORDRINGER PÅ SPECIALET DIGITAL HANDEL B2B

Inden for specialet Digital handel B2B er det muligt at vælge valgfrie specialefag på et ekstra højt niveau, Ekspert, der både giver kompetencer i forhold til dagligdagen i oplæringsvirksomheden og sigter mod videreuddannelse.

Når eleven har gennemført faget på ganske almindelige vilkår, kan eleven som noget ekstra følge det op med en frivillig eksamen på et akademi inden for et tilsvarende modul på en akademiuddannelse, AU. På den måde kan eleven sikre sig de første ECTS point på vej mod en akademiuddannelse.

### VEJEN TIL VIDEREUDDANNELSE

Hvorfor vælge de valgfrie specialefag på Ekspert niveau?

- Det er et tilbud til ambitiøse elever.
- Det understøtter elevernes muligheder for karriere og videreuddannelse inden for Digital handel B2B.
- Det bygger bro imellem erhvervsuddannelsen og moduler i videregående voksenuddannelse.
- Fagene udbydes af de samme handelsskoler/erhvervsskoler, der udbyder specialefagsundervisningen.

### FAG PÅ EKSPERT NIVEAU

Der er følgende valgfrie specialefag, der har videreuddannelsesperspektiv:

- Digital markedsføring 1 (1 uge)
- Digital markedsføring 2 (2 uger)

### UDBUD

Spørg skolen, hvor og hvornår fagene udbydes.

### Digital markedsføring 1 (1 uge)

1. Eleven kan benytte metoder til digital markedsføring, og kan relatere markedsføringen til det daglige arbejde. Eleven kan efterfølgende selv oprette kampagner på sociale medier, og bruge loyalitetsprogrammer aktivt i markedsføringen.
2. Eleven har kendskab til markedsføringsfunktionens rolle i forhold til virksomhedens digitale forretningsmodel.
3. Eleven har kendskab til forskellige metoder og værktøjer inden for digital markedsføring herunder datadrevet markedsføring, value proposition og marketing automation.
4. Eleven har kendskab til content marketing, og kan analysere indhold i forhold til anvendt medie.
5. Eleven kan vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner, og stille forslag til indsatsområder til virksomhedens søgemaskineoptimering.
6. Eleven kan anvende metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring på forskellige sociale medier.
7. Eleven kan oprette forskellige kampagner, og bidrage til udvikling af online koncepter.
8. Eleven kan vurdere loyalitetsprogrammer til brug i digital markedsføring.
9. Eleven har kendskab til relevant jura og best practice og kan vurdere konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring.
10. Eleven kan vurdere trends og tendenser i digital markedsføring.
11. Eleven kender til behov og salgspotentiale ved forskellige annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
12. Eleven har kendskab til indholdet i virksomhedens markedsføring, og hvorledes markedsføringen præsenteres på tværs af platforme i forhold til brugerens oplevelse med henblik på salgsoptimering.

### Digital markedsføring 2 (2 uger)

1. Eleven kan selvstændigt opstille og udføre kampagner på tværs af digitale platforme, og efterfølgende analysere og vurdere resultatet, og komme med fagligt begrundede forslag til forbedringer til næste kampagne.
2. Eleven kan anvende forskellige sociale medier som salgskanaler.
3. Eleven kan udvikle indhold til forskellige sociale medier.
4. Eleven kan udføre grundlæggende søgemaskineoptimering.
5. Eleven kan medvirke til at opstille mål for virksomhedens digitale markedsføring og digitale kampagner i samspil med virksomhedens øvrige markedsføring.
6. Eleven kan vurdere behov og salgspotentiale ved forskellige annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
7. Eleven kan udarbejde forskellige annonce- og reklamekampagner i forskellige digitale medier.
8. Eleven kan foretage monitorering og udarbejde effektmålinger af den digitale markedsføring.
9. Eleven kan arbejde med brugertest og brugervenlighed til optimering af salgsindsatsen i forhold til digitale markedsføringsindsatser.
10. Eleven kan vurdere præsentationen af indholdet på tværs af platforme i forhold til brugerens oplevelse med henblik på salgsoptimering.
11. Eleven har kendskab til øget kundefastholdelse og salgsoptimering med målrettede re-marketingkampagner.
12. Eleven kan gennemføre en markedsanalyse og på baggrund heraf udarbejde en begrundet plan for digitale markedsføringsindsatser.
13. Eleven kan formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller til såvel fagfæller som ikke- fagfæller.