

Finansøkonom

Valgfagskatalog

Efterår 2016

Indhold

1	Indledning	1
2	Human Ressource Management	2
3	Indledende ejendomshandel	3
4	Markedsføringsplanlægning	4
5	Organisation og ledelse.....	5
6	Skat og moms	7
7	Videregående statistik.....	8
8	Eksamen.....	9

1 Indledning

På uddannelsens 3. semester er der valgfrit uddannelseselement på 5 ECTS. Valgfaget er obligatorisk for at fuldføre uddannelsen.

Et valgfag vil blive oprettet ved min. 15 tilmeldte studerende.

Der er mulighed for få merit for fag taget andre steder på akademiet fx sommerskoleophold.

Hvornår og hvordan vælges valgfaget?

Medio april udsendes et spørgeskema til alle studerende, hvori der skal prioriteres 2 valgfag. Spørgeskemaet skal være besvaret **senest d. 9. maj 2016**. Har den studerende ikke givet tilbagemelding på sine ønsker inden for tidsfristen, vil denne blive placeret på et valgfag, hvor der er en ledig plads.

På de følgende sider præsenteres de enkelte valgfag.

Uddybende spørgsmål kan stilles til uddannelseschef Maria Aggerholm Mols (mamo@eaaa.dk).

2 Human Ressource Management

Formål:

Målet er, at den studerende får teoretisk og praktisk viden om den strategiske rolle, som de menneskelige ressourcer spiller i de finansielle virksomheder, herunder hvordan medarbejdere, ledere, job og sociale fællesskaber fungerer i en organisatorisk kontekst.

Den studerende skal have viden om:

- Organisationers daglige drift med fokus på medarbejderen, som det hele, lærende menneske
- Strategiske perspektiver i samspillet mellem HRM og virksomhedskultur
- Metoder til jobdesign
- Metoder til kompetence-, karriere- og ledelsesudvikling
- Personalejura på generelt niveau
- Anvendeligheden af forskellige former for incitamentter i forhold til forskellige medarbejdere
- Tests i forbindelse med ansættelse

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Beskrive, analysere og vurdere en virksomheds Human Ressource proces
- Kortlægge en virksomheds behov for kvalifikationer og kompetence
- Benytte forskellige metoder til tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Gennemføre en rekrutteringsopgave fra afdækning af rekrutteringsbehov, annoncering, ansøgning og samtaler
- Udforme en personalepolitik med tilhørende handlingsplaner
- Beskrive, analysere og vurdere samspil mellem Human Ressource og virksomheders organisering og forretningsmæssige strategier

3 Indledende ejendomshandel

Formål:

Den studerende skal gives en grundlæggende forståelse for arbejdet i en ejendomsmæglerbutik. Den studerende skal sættes i stand til selvstændigt at varetage grundlæggende administrative opgaver i en mæglerbutik. Det er målet, at den studerende er i stand til at booke salgsvurderinger for ejendomsmæglerne, forberede materialet forud for vurderingen, indsamle oplysninger om ejendomme og efterfølgende selvstændigt at kunne udarbejde salgsopstillinger.

Den studerende skal have viden om:

- en ejendomshandels forløb i en mæglerbutik
- sagsgangen i en ejendomshandel, herunder formularer og dokumenter
- hvilke oplysninger der er nødvendige for at kunne lave en salgsvurdering
- byggetekniske forhold og kendskab til byggematerialer og konstruktioner

Den studerende skal have færdigheder i:

- at indhente de nødvendige dokumenter og oplysninger til brug for klargøring af en sag til salg
- at indhente oplysninger til ejendomsmægleren til brug for en salgsvurdering

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- at anvende informationerne i de modtagne dokumenter
- at kunne identificere uoverensstemmelser i den indhentede dokumenter
- at kunne udarbejde en salgsopstilling.

4 Markedsføringsplanlægning

Formål:

Den studerende skal have viden om og kompetencer til at udarbejde og opstille markedsføringsstrategier og markedsføringsplaner.

Der fokuseres på virksomhedens muligheder for udformning og anvendelse af handlingsparametrene med henblik på at udforme en konkret handlingsplan for markedsføringen af et konkret forretningskoncept, produkt eller produktprogram¹. Desuden inddrages en økonomisk vurdering af markedsføringsplanen samt den tidsmæssige planlægning af markedsføringsaktiviteterne.

Den studerende skal have kompetencer i:

- At håndtere komplekse og udviklingsorienterede markedsføringsopgaver
- Udarbejdelse af en markedsføringsplan
- At fremsætte forslag til udformning og anvendelse af handlingsparametrene
- Professionelt at vurdere alternative markedsføringsstrategier

Eksamensform

De studerende udarbejder et individuelt projekt af et omfang på 31.500 anslag (15 normalsider), hvor de på baggrund af relevant markedsinformation præsenterer en markedsføringsplan for et konkret produkt eller en konkret produktgruppe på et nærmere afgrænset marked.

Rapporten bedømmes efter 7-skalaen uden mundtlig eksamination. Der ydes vejledning i forbindelse med udarbejdelse af rapporten.

¹ Et produkt kan være såvel et fysisk produkt som et serviceprodukt, bl.a. fra den finansielle sektor.

5 Organisation og ledelse

Formål:

At den studerende opnår indsigt i baggrunden for virksomhedens organisatoriske opbygning og den udøvelse af ledelse, enhver given virksomhed kendetegnes ved. Det er herunder afgørende, at den studerende bliver i stand til at analysere og vurdere en given virksomhed i et helhedsperspektiv. Det betyder bl.a. at være i stand til at forstå, hvilke forhold i virksomhedens omgivelser der typisk påvirker struktur og ledelsesform. Det betyder også at kunne afdække, hvilke virksomhedsinterne forhold i struktur, kultur og processer, der i særlig grad har betydning for virksomhedens aktuelle effektivitet og evne til at kunne agere i en foranderlig fremtid. Derfor er fortrolighed med begreber som innovation, forandringspres og forandringsledelse et vigtigt omdrejningspunkt i faget.

På baggrund af indsigt i egne forudsætninger er det også målet at ruste den studerende bedst muligt til rollen som konstruktiv medarbejder med veludviklede horisontale og vertikale samarbejdsevner. Endelig skal deltagelse i faget sikre indsigt i personlige forudsætninger for evt. at påtage sig ledelsesopgaver i virksomheden og mulige konsekvenser heraf.

Den studerende skal have viden om:

- Udviklingen i organisationsteoriene over tid og i forhold til samfundsudviklingen
- De tre hovedperspektiver på organisationen: Struktur, kultur og processer
- Det interne samspil mellem virksomhedens organisatoriske niveauer: Bestyrelse, ledelse, medarbejdere, grupper/teams, funktioner og afdelinger
- Relevante strukturmodeller vedr. virksomhedens opbygning
- Virksomhedskultur med fokus på udvikling af organisationens normer, værdier og symboler
- Processer omkring de enkelte medarbejders motivation, effektivitet og udvikling i jobbet
- Organisering af arbejdet i team, individet i teamet, teamets struktur og dynamik (samspil og konflikter)
- Relevante ledelsesteorier, baggrund, anvendelse og begrænsninger
- Selvledelse, forudsætninger og begrænsninger
- Forandringsprocesser i en virksomhed og disses betydning for virksomhedens udvikling og medarbejdere, herunder sondringen mellem planlagte og akutte forandringer (turnarounds)
- Virksomhedens sociale ansvar – etik og CSR

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne analysere virksomhedens nuværende situation og kommende udviklingsbehov
- At kunne inddrage omverdenens analyse (aktuelle branche- og samfundstendenser) og vurdere, hvordan denne påvirker organisationens struktur, kultur og processer herunder ledelsesopgaverne
- At kunne identificere baggrunden for den aktuelle lederstil og lederens handlinger
- At kunne identificere organisatoriske udviklingsstrategier og løsningsmodeller for en given virksomhed indenfor en afgrænset problemstilling
- At kunne reflektere over egen rolle i teamprocesser, samarbejdsprocesser og egen trivsel i jobbet

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- At kunne agere situationsbestemt i virksomheden under skiftende forhold i omverdenen
- At kunne agere hensigtsmæssigt og udvise samarbejdsevne i teams eller arbejdsgrupper under påvirkning af virksomhedsinterne forhold som mulige forskelle i individuelle værdier og behovskonflikter i forhold til kolleger og ledelse.
- At kunne handle ud fra virksomhedens gældende situation internt og eksternt med en forandringsparat indstilling

6 Skat og moms

Formål:

Den studerende skal kunne foretage simple momsopgørelser for små og mellemstore virksomheder samt erhverve sig kendskab til erhvervsbeskatning og skatteplanlægning. Den studerende skal have en sådan indsigt i skatteforhold, at han/hun er i stand til at udarbejde en grundlæggende skatteopgørelse og foretage skatteberegninger for lønmodtagere og personligt ejede virksomheder.

Semesterets hovedområder:

- Grundprincipper i momsopgørelser
- Opgørelse af skattepligtig indkomst for lønmodtagere og personligt ejede virksomheder
- Skatteberegninger for personer

Den studerende skal have viden om:

- Grundprincipper for momspligt og afregning af moms
- Grundprincipper for objektiv skattepligt
- Grundprincipper for subjektiv skattepligt for personer
- Grundprincipper for selskabsbeskatning
- Udarbejdelse af et simpelt momsregnskab

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Anvende alment tilgængelige kilder til indsamling om skatteregler
- Udarbejde et skatteregnskab for personligt ejede virksomheder
- Formidle og vurdere de skattemæssige konsekvenser for personligt ejede virksomheders skattebetalinger ved forskellige alternativer, herunder brug af virksomhedsskattelovens regler
- Vurdere skatteberegninger for lønmodtagere og personligt ejede virksomheder ved anvendelse af indskud på pensionsordninger mv.

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Håndtere skatte- og momsopgørelser for personligt ejede virksomheder
- Kunne rådgive om skatteberegninger for lønmodtagere og personligt ejede virksomheder
- Tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i forhold til udviklingen inden for skatte- og momsretlige problemstillinger

7 Videregående statistik

Formål:

Målet er, at den studerende får en dybere viden om sandsynlighedsregning og sandsynlighedsfordelinger, der tidligere er anvendt i forbindelse med hypoteseafprøvning. Den studerende skal endvidere, ud fra statistisk teori, kunne foretage videregående analyse og vurdering af en given markedsføringsopgave, en erhvervsøkonomisk eller samfundsøkonomisk problemstilling.

Den studerende skal have viden om:

- Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Skalering
- Stikprøvet teori
- Udarbejdelse af test for goodness of fit
- Udarbejdelse af test vedr. antalstabeller
- Variansanalyse

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation
- Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- Anvende forskellige dataindsamlingsmetoder
- Opstille punkt- og konfidensintervaller samt fortolke disse
- Undersøge for ens middelværdier ud fra hypotesetest og konfidensinterval i form af ensidig variansanalyse

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- Selvstændigt med afsæt i sandsynlighedsteorien at vurdere konkrete opgaver i den finansielle sektor
- At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds mæssige problemstillinger
- At kunne vurdere anvendte dataindsamlingsmetoder

8 Eksamen

Alle valgfag bortset fra Markedsføringsplanlægning afsluttes med en 2 timers skriftlig eksamen i læringsmålene for faget.

Der henvises til side 4 vedrørende eksamensformen for Markedsføringsplanlægning.

Alle skriftlige hjælpemidler er tilladte under eksamen, dog er det ikke tilladt at kommunikere med andre.

Der gives karakter efter 7-trinskalaen for den studerendes skriftlige præsentation.