

STUDIEORDNING

for

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring

Del III: Fordybelsesspor

Ikrafttrædelse: 1. december 2022

Indhold

1. Fordybelsesspor.....	2
1.1 Strategisk markedsføring og reklame – 10 ECTS	2
1.2 Projektsalg og projektledelse – 10 ECTS	3
1.3. Internationalt salg og distribution – 10 ECTS	4
1.4 Finansiering, Statistik og Operational Management - BSS – 15 ECTS	5
1.4.1 Finansiering – 5 ECTS	6
1.4.2 Statistik – 5 ECTS	7
1.4.3 Operational Management – 5 ECTS	8
2. Eksamen i fordybelsesspor.....	9
2.1 Lokalt fagelement a – Fordybelsesspor, 2. semester, 10 ECTS	9
2.2 Lokalt fagelement a – Fordybelsesspor Finansiering, Statistik og Operational Management – BSS, 2. semester, 3 x 5 ECTS	10
3. Ikrafttrædelse	10

Denne studieordning skal læses i sammenhæng med den nationale og lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere, mens denne del af studieordningen (institutionsdelen) er fastlagt af Erhvervsakademiet Aarhus.

1. Fordybelsesspor

Indhold

Som en del af de lokale fagelementer udbydes flere fordybelsesspor på uddannelsens 2. semester:

- Strategisk markedsføring og reklame – 10 ECTS
- Projektsalg og projektledelse – 10 ECTS
- Internationalt salg og distribution – 10 ECTS
- Videregående økonomistyring og finansiering (BSS) – 15 ECTS (vælger du BSS, kan du ikke deltage i specialemodulet på 5 ECTS)

Ultimo 1. semester vælger hver studerende sin 1. og 2. prioritet mellem de fire fordybelsesspor. Der oprettes kun fordybelsesspor i de fagelementer, hvor der er et tilstrækkeligt antal studerende, som har valgt emnet. Af samme årsag bedes de studerende prioritere to, når valg af fordybelsesspor skal ønskes.

Læringsmål for fordybelsesspor

Fordybelsessporene er beskrevet med læringsmål inden for viden, færdigheder og kompetencer i nedenstående afsnit.

Eksamen i fordybelsesspor

Beskrives i afsnit 2

1.1 Strategisk markedsføring og reklame – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet ”Strategisk markedsføring og reklame” har - med udgangspunkt i strategisk planlægning - fokus på vurdering og udformning af oplæg til relevant og kreativ reklame, primært rettet mod B2C-markedet. Udgangspunktet for fagelementet er den strategiske planlægning, som inkluderer en række aktiviteter fra baggrundsanalyse til endeligt brief, herunder hvordan man kan:

- identificere behovet for forståelse af forbrugernes motivationer og meningskabelser i relation til en konkret case
- vurdere forskellige reklameformer, herunder mediers, virkemidlers og kommunikationsstrategiers anvendelighed i den strategiske markedsføring og reklame
- vurdere metoder til effektmåling.

Læringsmål Strategisk markedsføring og reklame

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for strategisk markedsføring og reklame med fokus på B2C-markedet, herunder forskellige medier, skabelse af forbrugerindsigter samt disses funktion
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for strategisk markedsføring samt kan reflektere over markedsføringsprofessionens praksis og anvendelse af teori og metode inden for området.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber inden for strategisk markedsføring og reklame og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for markedsføringsprofessionen herunder analyse af forbrugernes meningskabelser og motivationer for forbrug som fundament for den strategiske markedsføring samt udføre måling af kampagners effekt
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for strategisk markedsføring og reklame, herunder relevansen af den strategiske planlægning samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for strategisk markedsføring og reklame såsom baggrundsanalyser eller endeligt brief mv. til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer inden for strategisk markedsføring og reklame, herunder strategiske markedsføringsaktiviteter
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for strategisk markedsføring og reklame og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer inden for strategisk markedsføring og reklame i relation til markedsføringsprofessionen

1.2 Projektsalg og projektledelse – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet omhandler forskellige projekttyper, projekter og projektsalg i et strategisk perspektiv. Det arbejder med, hvordan man håndterer salgsprocesser og projektledelse i komplekse B2B salgs- og projektprocesser, ligesom der arbejdes med projektmetoder, ledelse og styring ved udvikling og implementering af projekter og cases. Fagelementet har fokus på, hvordan man kan indgå i eller lede et projektteam i forbindelse med salg, udvikling og implementering af projekter i relation til eksternt samarbejde og relevante interessenter, særligt i forhold til rammesætning af

projektet, internt samarbejde i forhold til teamudvikling samt vurdering og valg af metoder og ressourcer.

Læringsmål Projektsalg og projektledelse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for projektsalg og projektledelse, herunder forskellige projektyper, strategisk projektsalg samt projektmetoder
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for projektsalg og projektledelse samt kan reflektere over salgs- og projektprofessionens praksis og anvendelse af teori og metode.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber inden for projektsalg og projektledelse og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for projektsalg
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for projektsalg og projektledelse samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller, herunder forhandling og budgettering på B2B og B2G
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for projektsalg og projektledelse til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer indenfor projektsalg og projektledelse i form af forhandling, projektplanlægning og -styring, budgettering og teamudvikling ud fra en organisatorisk sammenhæng
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for projektsalg og projektledelse og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov inden for projektsalg og projektledelse og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til projektsalgsprofessionen.

1.3. Internationalt salg og distribution – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet har fokus på virksomheders vækst gennem internationalisering af salget samt etablering af de nødvendige distributionskanaler. Der er fokus på virksomhedens strategiske muligheder og valg i forhold til international afsætning til B2C- og B2B-kunder, herunder valg af kanalpartnere samt opbygning og ledelse af distributionskanaler. Der arbejdes med strategi for internationalisering af salget gennem såvel fysiske som online kanaler, herunder distributions-setup



for de forskellige salgskanaler. Fagelementet har fokus på afdækning af de strategiske muligheder for at udnytte internationale salgskanaler til at opnå vækst gennem internationalisering og ud fra dette at udarbejde velbegrundede løsningsforslag til at igangsætte salg gennem fysiske og online salgskanaler og relevant distributions-setup. I arbejdet med løsningsforslagene inddrages emner som eksportmarkedets struktur, kultur og markedets parathed ift. onlinehandel.

Læringsmål Internationalt salg og distribution

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for internationalt salg af virksomheders produkter og services samt dens distributions-setup
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for eksportsalg gennem online kanaler samt kan reflektere over eksportmedarbejderens praksis og anvendelse af teori og metode
- grundlæggende viden om krav til internationale e-handelssystemer, herunder overvejelser vedrørende lokal tilpasning og standardisering.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber inden for internationalt salg og mestrer grundlæggende færdigheder, der knytter sig til opstart af eksportsalg
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for eksportsalg gennem fysiske og online kanaler og det tilhørende distributions-setup samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller for opstart af eksportsalget
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for internationalt salg, og distributions-set-up til samarbejdspartnere, kunder og øvrige relevante interessenter.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer inden for eksportsalg og distributions-setup i form af anvendelse af markedsindsigter, søgning og kvalificering af kanalmuligheder samt identifikation af potentielle partnere og kunder
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for internationalt salg og distribution samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov inden for international handel og distribution og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til eksportsalgprofessionen.

1.4 Finansiering, Statistik og Operational Management - BSS – 15 ECTS

Fordybelsessporet BSS består af tre fag på hver 5 ECTS. Alle fag skal bestås separat for at BSS er bestået som helhed. Af eksamensbeviset fremgår delkarakterer og ikke en samlet karakter.

Vælges BSS, som modsvarer 15 ECTS, kan den studerende ikke vælge specialemodul eller sommerskole.

Herunder beskrives indhold, læringsmål og eksamen for hvert fag.

1.4.1 Finansiering – 5 ECTS

Indhold

Fordybelsessporets finansieringsdel har fokus på virksomhedens finansiering ved både egenkapital og fremmedkapital, samt investering, risikostyring og portefølje-teori. Der fokuseres særligt på: Værdiansættelse af gæld og egenkapital, forventningsmåling, porteføljeteori, risikostyring med afledte finansielle instrumenter samt valutakursteori.

Læringsmål Finansiering

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om professionens og fagområdets praksis og anvendt teori og metoder inden for finansiering, herunder særligt værdiansættelse af egenkapital, fremmedkapital og finansielle instrumenter samt risikostyring af stock og flow størrelser
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for finansiering samt kan reflektere over virksomheders praksis og anvendelse af teori og metode inden for finansiering.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets metoder og redskaber og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for professionen
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger relateret til finansiering, herunder virksomhedens omkostningsstruktur, værdiansættelse, risikostyring, måling af egenkapital og fremmedkapital samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller, samt kunne foreslå handlingsforslag til optimale finansierings- og investeringsbeslutninger
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger, herunder handlingsforslag på baggrund af virksomhedens risikopolitik, til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer inden for finansiering

- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for finansiering og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomheders økonomistyring og finansiering.

1.4.2 Statistik – 5 ECTS

Indhold

Statistik indeholder beskrivende statistik med hovedfokus på parameteranalyse. Der arbejdes med en række fordelinger (diskrete og kontinuerte), og der vil være hovedfokus på Normal-, Binomial-, Hypergeometrisk samt Poissonfordelingerne. Desuden arbejdes der med hypotesetest, dvs. H_0 og H_1 indenfor en række forskellige parameter. Derudover er der fokus på både simpel og multipel regression, herunder opstilling og beregningsmæssige sammenhænge med et virksomhedsforståelsesfokus. Slutteligt arbejdes der også med ensidet variansanalyse med afsæt i et virksomhedsforståelsesperspektiv

Læringsmål Statistik

Viden

Den studerende har:

- viden om fagområdets praksis og anvendt teori og metoder inden for statistik, herunder særligt matematisk og ”praktisk” modellering ved hjælp af regressionsanalyse og parameterest, fordelinger som data kan indplaceres i og dermed efterbehandles og modelleres ud fra.
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for statistik samt kan reflektere over virksomheders praksis og anvendelse af teori og metode inden for statistik til flere lag af en organisation.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets metoder og redskaber og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for det merkantile og statistiske felt
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger relateret til statistik, herunder hvilken fordeling der skal arbejdes med, regressionsanalyse (både simpel og multipel), samt afprøvning af hypoteser indenfor forskellige parameter samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller herunder komme med handlingsforslag til optimale statistisk modellering
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger, herunder handlingsforslag på baggrund af data til virksomheder, samarbejdspartnere og brugere

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer inden for statistisk testning (hypotesetest) og modellering via både simpel og multipel regression
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt statistisk arbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af merkantil data forståelse
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til statistik.

1.4.3 Operational Management – 5 ECTS

Indhold

Operational Management indeholder to overordnede emner, planlægning og kontrol, samt anvendelsen af kvantitative modeller i en problemløsningsproces. I planlægning og kontrol er der fokus på udarbejdelsen af forecast, kapacitetsplanlægning, produktionsstyring, lagerstyring og projektstyring. Anvendelsen af kvantitative modeller i en problemløsningsproces fokuserer på fire modeller. Det er: Lineære optimeringsmodeller, heltalsprogrammeringsmodeller, målprogrammeringsmodeller og simulationsmodeller.

Læringsmål Operational Management

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om Operational Managements praksis og anvendt teori og metode, herunder om planlægning og kontrol og om kvantitative modeller
- forståelse for forskellige kvantitative modeller og for hvornår en given model skal anvendes.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende kvantitative modeller samt metoder til planlægning og kontrol, samt mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for Operational Management
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til planlægning og kontrol samt i forhold til kvantitative metoder
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger i forbindelse med forecast modellens anvendelse og optimering af ressourcer til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere kommunikationen af og opstille begrundelser for løsningsforslag indenfor fagets område
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for Operational Management og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen.

2. Eksamen i fordybelsesspor

Herunder beskrives eksamensformerne, som er specifikt gældende for fordybelsesspor. Generelle regler omkring eksamen skal ses i studieordningens del II – Lokaldel.

2.1 Lokalt fagelement a – Fordybelsesspor, 2. semester, 10 ECTS

Denne eksamensform er gældende for følgende fordybelsesspor:

- Strategisk markedsføring og reklame
- Projektsalg og projektledelse
- Internationalt salg og distribution

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for de tre fordybelsesspor fremgår i afsnit 1.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Eksamen er en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i en gruppe rapport.

Formkrav til gruppeprojekt

Grupperapporten skal være på 5 sider svarende til maks. 10.500 anslag, eksklusiv bilagsmateriale.

Grupperapporten udarbejdes i grupper med 4-5 studerende. Grupperapporten skal ikke individualiseres.

Den mundtlige prøve

Den individuelle mundtlige eksamen har et omfang af 30 minutter, inkl. votering, og foregår som følger:

- Den studerende præsenterer gruppens løsning: 5-7 minutter
- Diskussion med eksaminator og censor af såvel gruppens løsning som de individuelle perspektiver med udgangspunkt i projektet samt læringsmålene: 18-20 minutter.
- Votering: ca. 5 minutter.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Det er et forudsætningskrav for at gå til den mundtlige eksamen, at den studerede har deltaget i gruppearbejdet og afleveret den skriftlige grupperapport. Grupperapporten skal desuden opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det pågældende fordybelsesspor. Prøven bedømmes med intern censur, og der gives en individuel karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af en helhedsvurdering af den skriftlige grupperapport og den individuelle mundtlige præstation.

2.2 Lokalt fagelement a – Fordybelsesspor Finansiering, Statistik og Operational Management – BSS, 2. semester, 3 x 5 ECTS

Der er en eksamen i hvert af de tre fag, der er i valgfagspakken BSS: Finansiering, Statistik og Operational Management. Hvert fag og dermed eksamen skal bestås separat, og karakteren for det enkelte fags eksamen fremgår af eksamensbeviset.

De tre eksamener har samme eksamensform.

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for prøverne fremgår i afsnit 1: Fordybelsesspor BSS, som består af tre fag

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven for hvert af de tre fag er en individuel, skriftlig prøve af 2 timers varighed, hvor alle hjælpemidler er tilladte med undtagelse af brug af kommunikation over internettet, mobiltelefoni og chat.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Der er ingen forudsætninger for deltagelse i denne eksamen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for hver enkelt eksamen. Prøven bedømmes med intern censur, og der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

3. Ikrafttrædelse

Nærværende del III af studieordningen til Professionsbachelor i international handel og markedsføring træder i kraft den 1. december 2022 og gælder for alle indskrevne og kommende studerende på uddannelsen.