

**STUDIEORDNING**  
for  
**Professionsbacheloruddannelsen i e-handel**

**Ikrafttrædelse 18. august 2017**

## Indhold

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	2
2. Uddannelsen indeholder seks nationale fagelementer .....	2
2.1. Digital forretningsforståelse .....	2
2.2. E-handelsteknologier.....	3
2.3. Customer experience .....	4
2.4. Videnskabsteori og metode .....	5
2.5. Advanced digital marketing .....	7
2.6. Dataanalyse .....	8
2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer .....	9
3. Praktik .....	9
4. Krav til bachelorprojektet .....	10
5. Regler om merit .....	11
6. Faglige kriterier for udvælgelse af ansøgere til top-up uddannelsen .....	11
7. Ikrafttrædelse og overgangsordning.....	12

Denne nationale del af studieordningen for professionsbacheloruddannelsen i e-handel er udstedt i henhold til § 18, stk. 1 i bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Denne studieordning suppleres af institutionsdelen af studieordningen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Den er udarbejdet af uddannelsesnetværket for professionsbacheloruddannelsen i e-handel og godkendt af alle udbydernes bestyrelse - eller rektor efter bemyndigelse - og efter høring af institutionernes uddannelsesudvalg og censorformandskabet for uddannelsen.

## 1. Uddannelsens mål for læringsudbytte

### Viden

Den studerende har viden og forståelse for:

- datadrevet marketing og salg
- e-handel som disciplin
- teorier og metoder til strategisk analyse af den digitale forretning
- centrale teorier og metoder til optimering af kundens oplevelse og kan reflektere over anvendelse af dem i forhold til den digitale forretning.

### Færdigheder

Den uddannede kan:

- analysere data til udvikling af forretningens salgs- og marketingstrategier
- anvende relevant metode og rette værktøjer til dataanalyse
- udvikle kreativt indhold til salg og markedsføring af den digitale forretning
- mestre forskellige metoder til at analysere forretningens interesser med kundens oplevelser i centrum
- identificere relevante indsatser som skal udvikle og forbedre konkurrenceparametre for at skabe og vedligeholde kunderelationer i den digitale forretning samt formidle løsningsmuligheder til interne og eksterne samarbejdspartnere.

### Kompetencer

Den uddannede kan

- selvstændigt indgå i tværgående teams i en e-handelsvirksomhed
- håndtere komplekse udviklingsopgaver i forbindelse med optimering af den digitale forretning
- identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer inden for e-handel.

## 2. Uddannelsen indeholder seks nationale fagelementer

### 2.1. Digital forretningsforståelse

#### Indhold

I dette fagelement udvikler den studerende en forståelse for, hvorledes virksomheder benytter digitale forretningsmodeller og deres online/offline værdikæde. Den studerende opnår et 360° perspektiv på virksomheden, fra indkøb til levering af solgte varer og videre opfølgning. Værdiskabelsen sættes op mod kunderelationer og analyseres i et holistisk perspektiv. Dette giver

den studerende mulighed for at analysere komplekse digitale forretningsstrategier og konkurrencesituationer samt at viderekommunikere resultatet til beslutningstagere.

## **Læringsmål for Digital forretningsforståelse**

### Viden

Den uddannede har:

- viden om gængse digitale forretningsmodeller inden for e-handel
- viden og forståelse for værktøjer, processer og elementer som indgår i en strategisk e-handelsløsning
- viden og forståelse for lovmæssige bestemmelser for kunderettigheder gældende for danske kunder.

### Færdigheder

Den uddannede kan:

- anvende værktøjer og modeller til analyse af virksomhedens digitale forretningsmodel
- analysere og afdække en virksomheds digitale forretningsmodel og værdikæde, både online som offline
- analysere digitale konkurrencemæssige forhold og identificere en virksomheds konkurrenceparametre inden for disse
- identificere relevante leverandører som indgår i en virksomheds digitale værdikæde og afdække deres indvirkning på en virksomheds konkurrenceparametre
- formidle værdikæden og forståelsen af en virksomheds digitale forretning baseret på et analytisk grundlag.

### Kompetencer

Den uddannede kan:

- tilegne sig ny viden om trends inden for digitalisering af forretninger og e-handel
- tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer inden for digital forretningsforståelse
- deltage i tværfaglige teams.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet digital forretningsforståelse har et omfang på 5 ECTS-point.

## **2.2. E-handelsteknologier**

### Indhold

Faget giver en gennemgang af forskellige systemer, der benyttes indenfor e-handel og det tekniske miljø, de befinder sig i, samt de integrationer med andre systemer, de indgår i, herunder betalingssystemer. Der arbejdes både med opsætningen af e-handelsteknologier og den efterfølgende drift af disse.

## **Læringsmål for E-handelsteknologier**

### Viden

Den studerende har:

- viden om gængse e-handels CMS-systemer og i praksis anvendte elementer af disse systemer
- viden om og forståelse for integrationer mellem CMS og 3. parts, f.eks. med backoffice, ERP systemer, online værktøjer og analytics
- viden om online betalingsprocessering og relevant lovgivning
- forståelse for og kan reflektere over sammensætningsmuligheder af de tekniske platforme.

### Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teknologier til at integrere simple 3. parts systemer, services og udvidelser i et CMS
- analysere og vurdere en konkret teknisk platform i forhold til teknologiske muligheder og begrænsninger samt begrunde valg af løsningsmuligheder
- formidle teknologiske løsninger i forhold til tekniske platforme til interne og eksterne samarbejdspartnere.

### Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere simple og komplekse driftsaktiviteter i et CMS
- indgå i professionel samarbejde med leverandører af tekniske løsninger
- selvstændigt tilegne sig ny viden og praktiske færdigheder inden for driften af e-handelssystemer.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet e-handelsteknologier har et omfang på 5 ECTS-point.

## **2.3. Customer experience**

### Indhold

Fokus i faget er, på baggrund af en e-handelsvirksomheds strategi, at analysere, kortlægge og designe kundeoplevelsen.

## **Læringsmål for customer experience**

### Viden

Den studerende har:

- viden om og forståelse for customer experience management (CEM) som disciplin og planlægningsværktøj
- viden om og forståelse for teorier og metoder for analyser af kompleksitet af kunderejser online og offline og kan reflektere over anvendelse af dem i forhold til den digitale forretning.

### Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og kortlægge kunderejsen
- identificere udfordringer for virksomheden til at designe og levere en unik kundeoplevelse
- mestre værktøjer og metoder til at arbejde med CEM
- identificere relevante indsatser som skal forbedre kundeoplevelsen og derigennem styrke loyaliteten fra kunde til virksomhed
- mestre relevante researchmetoder til at forstå og identificere brugeroplevelsen i forskellige touchpoints og gennem hele servicen.

### Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingen af den digitale forretning ud fra forretningsstrategien på baggrund af kundeindsigt med fokus på at optimere kundeforløb
- håndtere udviklingsorienterede situationer med fokus på CEM for at designe relevante oplevelser.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet customer experience har et omfang på 5 ECTS-point.

## **2.4. Videnskabsteori og metode**

### Indhold

Den studerende skal opnå grundlæggende forståelse for videnskabsteoretiske retninger og viden om, hvordan viden skabes. Dette opnås gennem forståelse for videnskabsteori og metodelære samt gennem kendskab til grundlæggende samfundsvidenskabelig metode og evnen til at relatere kvantitative og kvalitative undersøgelsesmetoder til videnskabsteori og metodelære.

## Læringsmål for videnskabsteori og metode

### Viden

Den studerende har:

- viden om videnskabsteoretiske paradigmer
- viden om og forståelse for metodelæren inden for fagområderne i e-handel
- viden om grundlaget for opstilling af undersøgelsesspørgsmål
- viden og forståelse for det videnskabsteoretiske grundlag for samfundsvidenskabelige metoder.

### Færdigheder

Den studerende kan:

- mestre integrationen af forståelse af videnskabeligt arbejde og metode med faglighed i projekt- og rapportskrivning
- udarbejde problemanalyse og foretage problemafgrænsning, opstille problemstilling og hypoteser, samt foretage metodemæssige overvejelser og begrunde valg af undersøgelsesmetoder
- strukturere analysearbejdet og analysere data efter principper for videnskabeligt arbejde
- begrunde sit metodevalg samt forholde sig kritisk til denne metode
- udarbejde videnskabeligt baserede rapporter og projekter, herunder formidle undersøgelsesresultater og løsningsforslag mv. i en overskuelig og letlæselig rapport, der indeholder en klar problemformulering, metodemæssige overvejelser samt en vurdering af resultaternes og forudsætningernes pålidelighed og gyldighed
- opstille en undersøgelsesplan samt vurdere alternative undersøgelsesmetoders styrke og svage sider.

### Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar indenfor rammerne af en professionel etik med et videnskabsteoretisk perspektiv
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen i forhold til anvendelsen af videnskabsteoretiske metoder
- selvstændigt kunne tilrettelægge kvalitative og kvantitative undersøgelser.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet videnskabsteori og metode har et omfang på 5 ECTS-point.

## **2.5. Advanced digital marketing**

### Indhold

Fagelementet giver grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring, således at den studerende kan forstå og tage del i analyse, planlægning og praktisk anvendelse af digital marketing. Dette inkluderer analyse og vurdering af markedspotentialet, udvikling af digitale markedsføringsstrategier, planlægning af konkrete digitale markedsføringsaktiviteter samt måling og optimering af den digitale marketing.

### **Læringsmål for advanced digital marketing**

#### Viden

Den studerende har:

- viden om centrale og avancerede digitale marketingbegreber samt marketing funktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring
- viden om centrale dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen
- forståelse for og kan reflektere over den digitale marketings strategiske betydning og relevans, samt viden om og forståelse for metoder og tilgange til avanceret digital marketing.

#### Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere, anvende og mestre digitale marketingsbegreber, modeller og teorier, samt begrunde disse valg i forhold til potentialet for salg af virksomhedens produkter og ydelser online, og herpå anvende de relevante centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- opstille mål, samt vurdere, anvende og behandle nøgletal, data og statistikker og på baggrund af dette uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen med henblik på at optimere potentialet for salg af virksomhedens produkter og ydelser online
- vurdere og anvende centrale metoder og mestre værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier, samt vurdere og begrunde behov for samt mestre udarbejdelse af annonce- og reklamekampagner i digitale medier
- identificere og indtænke relevant jura samt vurdere konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring



- mestre anvendelse af webstatistik og brugertests til at tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats, herunder udvikle kravspecifikation og indhente tilbud
- anvende og vurdere centrale metoder og mestre værktøjer til at planlægge arbejdet med optimering af webshoppen i forhold til forbedringer af UX og brugervenligheden, samt formidle problemstillinger og løsningsmodeller til fagfæller, ikke-specialister, samarbejdspartnere og brugere blandt andet med henblik på udarbejdelse af kravspecifikation samt indhente tilbud på løsning af opgaven.

## Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsopgaver i forbindelse med avanceret digital markedsføring
- håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter
- deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring.

## ECTS-omfang

Fagelementet advanced digital marketing har et omfang på 10 ECTS-point.

## 2.6. Dataanalyse

### Indhold

Et centralt fagelement, der giver den studerende værktøjer og evner til at indsamle, analysere, konkludere, afrapportere og handle på baggrund af data. Målet er, at den studerende kan udvikle egne løsninger for forretningsstrategisk anvendelse af brugerdata.

### Læringsmål for dataanalyse

#### Viden

Den studerende har:

- viden om grundlæggende webanalyse og business intelligence
- viden om hvor bruger-data er tilgængelige, og i hvilken sammenhæng disse kan benyttes og er nyttige
- forståelse for og kan reflektere over muligheder for adfærdsbaseret bruger-indsigt ud fra website-data og andre tilgængelige bruger-data.

#### Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere kvalitet af tilgængelig data, og i hvilken sammenhæng disse data kan benyttes og er nyttige
- opsætte og formidle rapporter med udgangspunkt i en virksomheds forretningsmæssige mål og dertil relaterede data
- anvende og udvælge en virksomheds relevante datagrundlag til at opstille data-drevne handlingsplaner
- formidle problemstillinger og begrunde valg af handlingsplaner for samarbejdspartnere og brugere.

## Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt deltage i tilrettelæggelsen og optimeringen af en virksomheds digitale forretning gennem brug af webstatistik, brugertests og anden tilgængelig data
- tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til fagområdet.

## ECTS-omfang

Fagelementet dataanalyse har et omfang på 10 ECTS-point.

### 2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer

Der afholdes fire prøver i de nationale fagelementer, samt yderligere én prøve i bachelorprojektet. For antallet af prøver i praktikken, henvises til afsnit 3.

For et samlet overblik over alle uddannelsens prøver, henvises til institutionsdelen af studieordningen, idet de nationale fagelementer beskrevet i denne studieordning kan prøves sammen med fagelementer fastsat i institutionsdelen af studieordningen.

## 3. Praktik

Den studerende skal lære normer og guidelines for at løse opgaver i et professionelt fagligt miljø for en virksomhed eller organisation ved selv at deltage.

### Læringsmål for praktikken på uddannelsen

Viden

Den studerende har:

- viden om praktikvirksomhedens forretningsgrundlag
- viden og forståelse for det professionelle miljø, jobfunktioner og praktikvirksomhedens interesser samt kan reflektere over de lærte teorier og metoders mulige anvendelse i praktikvirksomheden

- viden fra deltagelse i løsningen af relevante praktiske arbejdsopgaver.

## Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber samt mestre de færdigheder, der knytter sig til udførelsen af relevante opgaver i praktikvirksomheden
- vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger og opstille samt vælge løsningsforslag
- formidle praksisnære problemstillinger til praktikvirksomhedens samarbejdspartnere og brugere
- formidle kombinationen af teori og praksis i forhold til praktikvirksomhedens e-handelsdrift og -strategi.

## Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i relation til praktikvirksomhedens nuværende arbejde med udvikling af digital handel
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen i forhold til praktikvirksomhedens e-handels virke
- selvstændigt indgå i fagligt såvel som tværfagligt samarbejde.

Med udgangspunkt i ovennævnte læringsmål, fastlægger den studerende, virksomheden og vejlederen fra uddannelsen i fællesskab mål for den studerendes læringsudbytte for praktikopholdet.

## ECTS-omfang

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

## Antal prøver

Praktikken har to prøver.

## 4. Krav til bachelorprojektet

Læringsmålene for bachelorprojektet er identisk med uddannelsens læringsmål, der fremgår ovenfor under pkt. 1.

Bachelorprojektet skal dokumentere den studerendes forståelse af og evne til at reflektere over professionens praksis og anvendelse af teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og professionen, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Institutionen godkender problemstillingen.

Det afsluttende eksamensprojekt må maksimalt fylde 100.000 anslag inkl. mellemrum, ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag. Bilag er uden for bedømmelse. Hvis to eller flere studerende deltager i det afsluttende bachelorprojekt, må dette udvides med maksimalt 50.000 anslag pr. ekstra studerende ud over den første studerende.

### **Prøven i bachelorprojektet**

Bachelorprojektet afslutter uddannelsen på sidste semester, når alle forudgående prøver er bestået.

### **ECTS-omfang**

Bachelorprojektet har et omfang på 15 ECTS-point.

### **Prøveform**

Prøven er en mundtlig og skriftlig prøve med ekstern censur, hvor der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation.

## **5. Regler om merit**

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesele og praktikdele.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer.

Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse efter ovenstående anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse.

## **6. Faglige kriterier for udvælgelse af ansøgere til top-up uddannelsen**

Hvis der af kapacitetsmæssige årsager ikke optages alle ansøgere til uddannelsen, lægges der vægt på gennemsnit fra adgangsgivende eksamen.

Ansøgere kan ligeledes blive indkaldt til samtale før optagelse. Kriterier for udvælgelse af ansøgere til uddannelsen fremgår af institutioners hjemmeside.

## **7. Ikrafttrædelse og overgangsordning**

### **Ikrafttrædelse**

Denne nationale del af studieordningen træder i kraft den 20.08.2017 og har virkning for de studerende, som indskrives efter den 20.08.2017.