

STUDIEORDNING
for
**Professionsbacheloruddannelsen i
international handel og markedsføring**

Del IV: Valgfrit fagelement - emnekatalog

Ikrafttrædelse: 1. december 2022

Indhold

1. Specialemodul – 5 ECTS	2
1.1 Salg og innovative forretningsmodeller	2
1.2 Adfærdsdesign.....	2
1.3 Bæredygtig udvikling og ESG	2
1.4 Markedsføring og markedskommunikation	3
1.5 Ledelse og HR	3
1.6 Indkøb og supply chain management.....	3
2. International sommerskole.....	3
3. Ikrafttrædelse	3

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 (del IV) er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Specialemodul – 5 ECTS

Som en del af de lokale fagelementer udbydes valgfrit fagelement B på uddannelsens 2. semester. Den enkelte studerende indgiver ønske til emne ud fra nedenstående emnekatalog.

Gennemfører den studerende fordybelsesporet BSS på 15 ECTS, så er der ikke mulighed for at deltage i specialemodul. Det skyldes at BSS i alt har et omfang på 15 ECTS, som svarer til 10 ECTS lokalt fagelement A og 5 ECTS lokalt fagelement B.

Tidspunkt for indgivelse af ønske vil fremgå af studiets aktivitetsplan i starten af 2. semester.

Der oprettes kun seminarreds omkring et emne, hvis der er et tilstrækkeligt antal studerende, som har valgt emnet. Af samme årsag bedes de studerende prioritere tre emner, når valg af specialemodul skal ønskes.

Læringsmål, afvikling og eksamensform for specialemodul er beskrevet i institutionsdelen af studieordningen.

1.1 Salg og innovative forretningsmodeller

Indsigter i udvikling af salg via internettet, styring af online og fysiske salgskanaler, omnichannel, nye digitale forretningsmodeller, best practice og next practice i kunderelationer nationalt og internationalt. Indsigter i hvordan digitale løsninger kan bruges til at optimere processer i og mellem virksomheder. Herunder hvilke muligheder og udfordringer digitaliseringsarbejdet byder på. Mulige temaer er gamification, forretningsmodeller, servitization og disruption.

1.2 Adfærdsdesign

Adfærdsdesign anvender psykologiske indsigter til at forstå beslutningsprocesser og påvirke menneskelig adfærd og anvendes inden for en lang række områder; herunder bl.a. markedsføring, salg og forandringsledelse.

Få f.eks. indsigt i principperne og forskningen bag, hvordan du konceptuelt designer den bedste løsning, eller vælg at fordybe dig i, hvordan adfærdsdesign kan anvendes inden for et specifikt område. Kan du gennem adfærdsdesign selv påvirke din karakter til eksamen?

1.3 Bæredygtig udvikling og ESG

Indsigt i hvordan bæredygtighed kan være en konkurrencemæssig fordel i en virksomheds Supply Chain Management, eller hvordan en virksomhed kan arbejde med bæredygtighed i deres forretningsmodel. Hvordan kan der opnås balance mellem det virksomheden gør, og det som den

efterlader, hvad angår miljø, socialt ansvar og økonomi? Eller der kan være fokus på bæredygtig performance management; hvordan kortsigtede indsatser kan give langsigtede gevinster.

1.4 Markedsføring og markedskommunikation

Der arbejdes med indsigter i trends inden for markedsføring og markedskommunikation, f.eks. branding, online marketing, sociale medier og direct marketing og brug af tribal marketing, guerilla marketing, marketing automation og big data, word of mouth og nudging. Der søges indsigter i både begreberne, deres anvendelse og implementering.

1.5 Ledelse og HR

Indsigt i organisering og ledelse af virksomheder og teams, den lærende organisation, employer branding, organisations- og kulturforandringer, nye organisationsformer, forandringsledelse, projektledelse etc.

1.6 Indkøb og supply chain management

Indsigt i og forståelse af den samlede forsyningskæde. Hvorledes virksomhedens valgte strategi har indvirkning på valg af leverandører, produktionsmetoder, distribution og den omvendte forsyningskæde. Herunder udvælgelse af partnere, outsourcing, insourcing, udflytning af produktion, kulturforskelle, code of conduct m.m.

2. International sommerskole

Sommerskoler udbydes hvert år på forskellige destinationer. Tidligere har EAAA tilbudt ophold i Malaysia, Canada og Danmark. Se særskilt beskrivelse af læringsmål og eksamensform for de enkelte internationale sommerskoler på Studieupdate. Ansøgningsfrist er 1. marts 2023.

OBS! De enkelte sommerskoler foregår på forskellige tidspunkter (fra maj til august) og typisk med en længde på 2 uger. Undervisning og eksamen gennemføres på engelsk. Det afgøres primo 2023, hvilke sommerskoler der udbydes i 2023.

3. Ikrafttrædelse

Nærværende del IV 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.