

STUDIEORDNING

for

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring

Del III: Fordybelsesspor

Ikrafttrædelse: 1. december 2018

Indhold

1. Fordybelsesspor	2
1.1 Strategisk markedsføring og reklame – 10 ECTS	2
1.2 Projektsalg og projektledelse – 10 ECTS	3
1.3 Indkøb og forhandling – 10 ECTS	4
1.4 Ledelse af mennesker og organisationer – 10 ECTS	5

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
- Projektsalg og projektledelse
- Indkøb og forhandling
- Ledelse af mennesker og organisationer

Ultimo 1. semester vælger hver studerende sin 1. og 2. prioritet mellem de fire fordybelsesspor. Ud fra flertallet besluttes, hvilke fordybelsesspor der oprettes.

Læringsmål for fordybelsesspor

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

ECTS-omfang

Fagelementet fordybelsesspor har et omfang på 10 ECTS-point.

Eksamen i fordybelsesspor

Findes beskrevet i den institutionelle del af studieordningen

1.1 Strategisk markedsføring og reklame – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet ”Strategisk markedsføring og reklame” har fokus at den studerende med udgangspunkt i strategisk planlægning kan vurdere og udforme oplæg til relevant og kreativ reklame, primært rettet mod B2C-markedet. Faget giver indsigt i forskellige typer af reklamekampagner, herunder kommunikationsstrategier, medier og virkemidler (f.eks. tone-of-voice og appelformer) og kommer igennem hele reklamekampagnens proces, fra baggrundsanalyse til endelig eksekvering. Endelig ser vi på, hvordan kampagnens effekt kan måles.

Læringsmål Strategisk markedsføring og reklame

Viden

Den studerende har viden om og forståelse af:

- de centrale metoder i strategisk markedsføring med fokus på B2C-markedet
- de grundlæggende metoder til at skabe forbrugerindsigter, herunder indsigt i forbrugernes motivation, meningsskabelse og brandrelationer
- forbrugerindsigternes funktion som strategisk fundament for udviklingen af koncepter og kreativt arbejde
- forskellige medier og kommunikative virkemidler

Færdighed

Den studerende kan:

- vurdere relevansen af den strategiske planlægning - fra baggrundsanalyse til endeligt brief, herunder:
 - identificere behovet for forståelse af forbrugernes motivationer og meningsskabelser i relation til en konkret case
 - vurdere forskellige reklameformers, herunder mediers, virkemidlers og kommunikationsstrategiers, anvendelighed i den strategiske markedsføring – og reklame

Kompetence

Den studerende kan:

- udføre strategiske markedsføringsaktiviteter – fra baggrundsanalyse til kreativt brief
- gennemføre og anvende undersøgelser af forbrugernes meningsskabelser og motivationer for forbrug som fundament for den strategiske markedsføring udføre måling af kampagners effekt

1.2 Projektsalg og projektledelse – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet ”Projektsalg og projektledelse” har fokus på at den studerende skal indgå i eller lede et projektteam i forbindelse med udvikling, salg og implementering af projekter; dette i relation til eksternt samarbejde og relevante interessenter 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 viden om og forståelse for:

- forskellige projekttyper
- projekter og projektsalg i et strategisk perspektiv, og hvordan man håndterer dem.
- projektledelse i relation til projektmetoder, ledelse og styring ved udvikling og implementering af projekter/cases

Færdighed

Den studerende kan:

- medvirke i projektsalg i form af forhandling, problemafkllaring, løsning og budgettering på B2B og B2G.
- forestå projektledelse i form af forhandling projektplanlægning og styring, budgettering og teamudvikling ud fra en organisatorisk sammenhæng

Kompetence

Den studerende kan:

- med refleksion bruge teorier, modeller og værktøjer til projektsalg såvel som planlægning, ledelse og formidling af projekter i komplekse praktiske sammenhænge

1.3 Indkøb og forhandling – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet ”Indkøb og forhandling” har fokus på at den studerende kan arbejde med virksomhedens strategiske indkøb. Der arbejdes med at fastlægge og eksekvere indkøbsstrategier med udgangspunkt i virksomhedens overordnede strategi. Den studerende opnår kompetence til at planlægge, gennemføre og følge op på indkøbsstrategien, herunder at gennemføre indkøbet og de dertilhørende forhandlinger.

Viden

Den studerende har udviklingsbaseret viden om og kan forstå og reflektere over:

- indkøbsstrategier og strategiernes samspil med virksomhedens overordnede strategiske mål

- forskellige ledelsesstiles indflydelse på eksekveringen af den valgte indkøbsstrategi
- forhandlingsprocessens faser og trin samt den strategiske procesmodel
- forhandlingsstrategier og taktikker samt egen forhandlingsstil
- samspillet mellem den valgte indkøbsstrategi og den ønskede forhandlingsstrategi

Færdighed

Den studerende kan anvende metoder og redskaber samt mestre de færdigheder, der knytter sig til:

- fastlæggelse og eksekvering af relevant indkøbsstrategi
- ledelse af et indkøbsteam
- planlægning og gennemførelse af forhandlinger, herunder at foretage et begrundet valg af forhandlingsstrategi baseret på målet for forhandlingen

Kompetence

Den studerende kan håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i relation til:

- selvstændigt at kunne indgå i virksomhedens strategiske indkøb og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik

1.4 Ledelse af mennesker og organisationer – 10 ECTS

Indhold

Fordybelsessporet ”Ledelse af Mennesker og Organisationer” har fokus på organisatorisk adfærd og ledelse. Faget fokuserer på organisatorisk adfærd på tre forskellige niveauer: individuel, interpersonel (mellem mennesker) og kollektiv. Individniveauet dækker beslutningstagning, motivation og adfærd, hvor det interpersonelle niveau, dækker over relationer og indflydelse. Endelig dækker det kollektive niveau grupper og teams.

Faget har tre hovedmål, der skal opnås:

1. Forøge viden om organisatorisk adfærd, så du kan forstå og analysere, hvordan mennesker arbejder i organisationer
2. Give mulighed for at anvende viden om organisatorisk adfærd i relation til praksisnære problemstillinger, som ledere står overfor
3. Udvikle det personlige og ledelsesmæssige potentiale

Læringsmål til specialemodulet: ”Ledelse af mennesker og organisationer”

Viden

Den studerende har viden om og forståelse af:

- udviklingsbaseret viden om organisatorisk adfærd på individ og gruppe niveau
- individets og grupper adfærd i organisationer og kunne relatere det til praktiske problemstillinger

Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere problemstillinger relateret til individets adfærd i relation til arbejdet i grupper og i organisationer
- bidrage til løsning af organisatoriske problemstillinger i praksis på individ og gruppe niveau ud fra et teoretiske grundlag

Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt kunne identificere og vurdere teorien inden for fagområdet
- på baggrund af teoretisk indsigt indgå i samt reflektere over egen deltagelse i gruppeforløb
- selvstændigt udvælge relevant teori og definere læringsbehov i relation til nyt fagligt emne