ERHVERVSAKADEMI AARHUS

STUDIEORDNING

for

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring

Del III: Valgfag - Specialiseringer, Litteraturstudie og International Sommerskole

Ikrafttrædelse: 1. december 2024

Indhold

1. Specialiseringer 2
1.1. Strategisk branding og kreativ eksekvering – 10 ECTS 2
1.2. Komplekst salg og salgsledelse – 10 ECTS 3
1.3. Indkøber i retail – 10 ECTS 4
1.4. Videregående økonomistyring og finansiering (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 specialiseringer 9
2.1. Eksamen i specialiseringer á 10 ECTS 9
2.2. Eksamen i Videregående økonomistyring og finansiering - 15 ECTS 10
3. Litteraturstudie – 5 ECTS 11
3.1. Salg og innovative forretningsmodeller 11
3.2. Generativ kunstig intelligens (GAI) og dens anvendelse i erhvervslivet 11
3.3. Bæredygtig udvikling og ESG 11
3.4. Markedsføring og markedskommunikation 11
3.5. Ledelse og HR 12
3.6. Indkøb og supply chain management 12
4. International sommerskole 12
5. Ikrafttrædelse 12

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 er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Specialiseringer

Indhold
Som en del af de lokale fagelementer (valgfag a) udbydes flere specialiseringer på uddannelsens 2. semester:

- Strategisk branding og kreativ eksekvering – 10 ECTS
- Indkøber i retail – 10 ECTS
- Komplekst salg og salgsledelse – 10 ECTS
- Videregående økonomistyring og finansiering (BSS) – 15 ECTS. Vælger du denne specialisering, kan du ikke deltage i litteraturstudie eller international sommerskole på 5 ECTS.

Ultimo 1. semester vælger hver studerende sin 1. og 2. prioritet mellem de fire specialiseringer. Der oprettes kun specialiseringer 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 specialisering skal ønskes.

1.1. Strategisk branding og kreativ eksekvering – 10 ECTS

Indhold
Strategisk branding og kreativ eksekvering har - med udgangspunkt i strategisk branding og planlægning - fokus på vurdering og udformning af oplæg til relevant og kreativ eksekvering, primært rettet mod B2C-markedet. Udgangspunktet er den strategiske planlægning, som inkluderer en række aktiviteter fra baggrundsanalyse til endeligt brief, inkl. koncepter og kampagner. Herunder hvordan man kan identificere behovet for forståelse af forbrugernes motivationer og meningsskabelser i relation til en konkret case, vurdere forskellige medier, virkemidler og kommunikationsstrategiers anvendelighed i den strategiske og kreative branding og eksekvering samt vurdere metoder til effektmåling. Der er endvidere fokus på vurdering og udformning af oplæg til relevant og kreativ reklame, primært rettet mod B2C-markedet.

Læringsmål Strategisk branding og kreativ eksekvering

Viden
Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for strategisk branding og kreativ eksekvering med fokus på B2C-markedet, herunder skabelse af forbrugerindsigter, forskellige typer af medier samt disses funktion i branding og kreativ eksekvering

- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for strategisk branding og kreativ eksekvering samt kan reflektere over markedsføringsprofessionens praksis og anvendelse af teori og metode inden for områderne.

Færdigheder
Den studerende kan:

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

Kompetencer
Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer med brug af strategisk branding og kreativ eksekvering
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for markedsføringsprofessionen og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer inden for strategisk branding og kreativ eksekvering i relation til markedsføringsprofessionen.

1.2. Komplekst salg og salgsledelse – 10 ECTS

Indhold
Komplekst salg og salgsledelse omhandler komplekst B2B-salg i et omnichannel perspektiv med fokus på den personlige salgsproces. Der arbejdes med forskellige tilgange til salg, der fokuserer på at identificere og opfylde kundernes behov med fokus på værdiskabelse og indsigt i kundens forretning. Herunder også hvordan bæredygtighed kan tænkes ind i salgsprocessen. Derudover arbejdes der med metoder til at identificere salgsmuligheder, fastsætte produktpriser, formidle værdien af produkter eller tjenester, udarbejde professionelle tilbud, forhandle effektivt og udarbejde kontrakter for både private og offentlige kunder. Der vil desuden blive arbejdet med at identificere og forstå egne styrker og udviklingsområder, da personlige kompetencer er afgørende for at kunne skille sig ud som sælger i en konkurrencepræget verden.

Læringsmål Komplekst salg og salgsledelse

Viden
Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse, herunder forskellige tilgange til salg, indsigt i salgsprocessen samt egne styrker og udviklingsområder
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for komplekst salg og salgsledelse samt kan reflektere over salgs- og salgsledelsesprofessionens praksis og anvendelse af teori og metode
- grundlæggende viden om salg i et omnichannel perspektiv, herunder hvordan digitalisering af salget påvirker den personlige salgsproces.

Færdigheder
Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber inden for komplekst salg og salgsledelse og mestrer de grundlæggende færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller, herunder forhandling og udarbejdelse af tilbud på B2B og B2G
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse til samarbejdspartnere, kunder og øvrige interessenter.

Kompetencer
Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer indenfor komplekst B2B-salg og salgsledelse, herunder identifikation og opfyldelse af kundens behov gennem værdiskabelse og indsigt i kundens forretning, forhandling, prissætning, udarbejdelse af tilbud og ledelse af salgsteams
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov inden for komplekst B2B-salg og salgsledelse og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til salgsprofessionen.

1.3. Indkøber i retail – 10 ECTS

Indhold
Specialiseringen Indkøber i retail har fokus på, at den studerende får indgående kendskab til indkøbsfunktionen og dens arbejde og ansvarsområder i detailhandelskæder. Med afsæt i viden om butiksdrift, købsadfærd og tendenser i retail samt forskellige typer af forretningsmodeller i retail,

arbejdes der bredt og intensivt med hele processen i retail, fra idé til varen forlader hylden i butikken. Der arbejdes bl.a. med købsadfærd og tendenser i retail, produktudvikling, sortimentsudvælgelse og -styring, ligesom der arbejdes med butiksdrift og regnskab. Endvidere arbejdes der med leverandørsøgning og udvælgelse, principper indenfor markedsføring i retailbranchen, avancestyring samt grundlæggende forhandlingsteknikker.

Læringsmål Indkøber i retail

Viden
Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metoder inden for retailindkøb
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for nationalt og internationalt køb af produkter til detailhandel, herunder sortimentsstyring og leverandørsøgning samt pleje af leverandørrelationer
- grundlæggende viden om markedsføring og avancestyring i retail samt forhandlingsteknik.

Færdigheder
Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber inden for retailindkøb og mestrer grundlæggende færdigheder, der knytter sig til retailindkøb
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for indkøb og drift i detailhandel, samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller for indkøbet
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for retailindkøb, herunder omkring den samlede proces fra idé til det endelige salg af et givent produkt, til samarbejdspartnere og relevante interessenter.

Kompetencer
Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer inden for retailindkøb i form af at foretage begrundende valg omkring sortiment, priser og leverandører samt indgå i sparring med butikkerne omkring salg af produkterne
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for retailindkøb samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov inden for retailindkøb og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til indkøbsfunktionen i detailhandelskæder.

1.4. Videregående økonomistyring og finansiering (BSS) – 15 ECTS

Specialiseringen Videregående økonomistyring og finansiering (BSS) består af tre fag på hver 5 ECTS, hhv. finansiering (5 ECTS), statistik (5 ECTS) og Operational Management (5 ECTS). Hvert

fag skal bestås i en separat eksamen for at specialiseringen Videregående økonomistyring og finansiering (BSS) er bestået som helhed. Af eksamensbeviset fremgår karakteren for hvert af de tre 5 ECTS fag og ikke en samlet karakter.

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

1.4.1. Finansiering – 5 ECTS

Indhold
Specialiseringens finansieringsdel har fokus på virksomhedens finansiering ved både egenkapital og fremmedkapital samt investering, risikostyring og porteføljе-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 kan 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. H0 og H1 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 parametertest, 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 optimal 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 modellers 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 specialiseringer

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

2.1. Eksamen i specialiseringer á 10 ECTS

Denne eksamensform er gældende for hver af de følgende tre specialiseringer:

- Strategisk branding og kreativ eksekvering (10 ECTS)
- Komplekst salg og salgsledelse (10 ECTS)
- Indkøber i retail (10 ECTS)

Læringsmål for prøven
Læringsmålene for hver af de tre specialiseringer fremgår i afsnit 1.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav
Eksamen er en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i en grupperapport.

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

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 den pågældende specialisering. 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. Eksamen i Videregående økonomistyring og finansiering - 15 ECTS

Prøven består af tre individuelle prøver, én i hver af de tre fag, specialiseringen Videregående økonomistyring og finansiering (15 ECTS) udgøres af, hhv.: Finansiering (5 ECTS), Statistik (5 ECTS) og Operational Management (5 ECTS). Hvert fag og dermed eksamen skal bestås separat, og karakteren for alle tre eksamener fremgår af eksamensbeviset.

De tre eksamener har samme eksamensform, som fremgår nedenfor.

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for prøven fremgår i afsnit 1.4 for det pågældende 5 ECTS fag i specialiseringen Videregående økonomistyring og finansiering (BSS).

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven 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. Det er ikke tilladt at anvende regenerativ IA, såsom ChatGPT o.lign.

Forudsætninger for at gå til eksamen

Der er ingen forudsætninger for deltagelse i denne eksamen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det pågældende fag. Prøven bedømmes med intern censur, og der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

3. Litteraturstudie – 5 ECTS

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

Tidspunkt for indgivelse af ønske vil fremgå af studiets aktivitetsplan i starten af 2. semester (se Studieupdate).

Der oprettes kun seminarkreds 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 litteraturstudie skal ønskes.

Læringsmål, afvikling og eksamensform for litteraturstudie er beskrevet i lokaldelen af studieordningen.

3.1. 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.

3.2. Generativ kunstig intelligens (GAI) og dens anvendelse i erhvervslivet

Litteraturstudiet undersøger brugen af generativ kunstig intelligens (GAI) i forskellige forretningskontekster. Fokus kan f.eks. være på, hvordan GAI kan anvendes til at skabe værdi inden for områder som indholdsproduktion, personaliseret marketing, produktudvikling, kundeservice og strategi. Emnet kan også omfatte etiske overvejelser, datakvalitet, implementering og opretholdelse af kontrol over generative modeller samt deres strategiske betydning for innovation og konkurrenceevne i virksomheder.

3.3. Bæredygtig udvikling og ESG

Litteraturstudiet arbejder med, 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.

3.4. 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 er fokus på indsigter i både begreberne, deres anvendelse og implementering.

3.5. Ledelse og HR

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

3.6. Indkøb og supply chain management

Litteraturstudiet har fokus på 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.

4. International sommerskole

Sommerskoler udbydes hvert år på forskellige destinationer. Tidligere har akademiet 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 2025.

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 2025, hvilke sommerskoler der udbydes i 2025.

5. Ikrafttrædelse

Denne studieordning træder i kraft den 1. december 2024 og gælder for alle indskrevne og kommende studerende på uddannelsen.

Samtidigt ophæves ’Del 3: Fordybelsesspor – december 2023’. Prøver påbegyndt før den 1. december 2024 afsluttes dog efter den studieordning de er påbegyndt på senest den 1. december 2025.