

**STUDIEORDNING**  
for  
**Den merkantile diplomuddannelse  
på det samfundsfaglige, økonomiske  
og merkantile fagområde**

**Revideret 11.12.13**

---

## Indhold

1. Indledning.....	1
2. Uddannelsens formål .....	1
3. Uddannelses varighed .....	1
4. Uddannelsens titel .....	2
5. Adgangskrav .....	2
6. Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold .....	2
6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte .....	2
Viden .....	2
Færdigheder .....	2
Kompetencer .....	3
6.2 Uddannelsens struktur .....	3
7. Afgangprojekt .....	5
7.1 Læringsmål for afgangprojektet .....	5
Viden .....	6
Færdigheder .....	6
Kompetencer .....	6
7.2 Udarbejdelse af afgangprojekt .....	6
8. Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse .....	6
8.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	6
8.2 Evaluering .....	7
9. Prøver og bedømmelse .....	7
10. Merit.....	7
11. Censorkorps.....	7

---

12. Studievejledning.....	8
13. Klager og dispensation .....	8
14. Overgangsordninger.....	8
15. Retsgrundlag .....	9
Bilag 1 "Obligatoriske moduler" .....	10
Modul Ob1: Organisation, metode og videnskabsteori.....	10
Indhold .....	10
Læringsmål: .....	10
Modul Ob2: Økonomisk analyse .....	11
Indhold: .....	11
Læringsmål: .....	11
Bilag 2 "Valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område" .....	12
Modul Vf1: Salg i praksis .....	12
Indhold: .....	12
Læringsmål: .....	12
Modul Vf2: Innovation .....	13
Indhold: .....	13
Læringsmål .....	13
Modul Vf3: Salgsopfølgning .....	14
Indhold: .....	14
Læringsmål: .....	15
Modul Vf4: Oplevelsesøkonomi .....	15
Indhold: .....	15
Læringsmål: .....	16

---

Modul Vf5: Eventledelse .....	16
Indhold: .....	17
Læringsmål: .....	17
Modul Vf6: Marketing .....	17
Indhold: .....	17
Læringsmål: .....	17
Modul Vf7: Økonomistyring .....	18
Indhold: .....	18
Læringsmål: .....	18
Modul Vf8: Samfundsbeskrivelse .....	19
Indhold .....	19
Læringsmål: .....	19
Bilag 3 "Uddannelsesretninger og retningsspecifikke moduler" .....	20
Uddannelsesretning: Leisure management .....	21
Mål for læringsudbytte for Leisure management: .....	21
Modul Rs1: Introduktion til leisureindustrien og metode .....	21
Indhold: .....	21
Læringsmål: .....	22
Modul Rs2: Afsætningsøkonomi .....	22
Indhold: .....	22
Læringsmål: .....	22
Modul Rs3: Ledelse og forretningsforståelse i oplevelsesøkonomien .....	23
Indhold: .....	23
Læringsmål: .....	23

---

Uddannelsesretning: International handel og markedsføring.....	25
Mål for læringsudbytte for International handel og markedsføring: .....	25
<b>Modul Rs1: Kundeanalyse og forretningskoncept.....</b>	<b>25</b>
<b>Indhold:</b> .....	<b>25</b>
<b>Læringsmål:</b> .....	<b>26</b>
Modul Rs2: Branche- og konkurrentanalyse.....	27
Indhold: .....	27
Læringsmål: .....	27
Modul Rs3: Salgs- og forretningsudvikling.....	28
Indhold: .....	28
Læringsmål: .....	28
Uddannelsesretning: Sportsmanagement .....	30
Mål for læringsudbytte for sportsmanagement: .....	30
Modul Rs1: Sportsmarketing.....	30
Indhold .....	30
Læringsmål .....	30
Modul Rs2: Sportsjura (sportskontrakter/risk management) .....	31
Indhold: .....	31
Læringsmål: .....	31
Modul Rs3: Sportsøkonomi.....	32
Indhold: .....	32
Læringsmål .....	32
Modul Rs4: Sportsmanagement.....	33
Indhold .....	33

---

Læringsmål: .....	33
Uddannelsesretning: Økonomi og regnskab .....	35
RS1: Investering og finansiering .....	35
Indhold .....	35
Læringsmål: .....	36
RS2: Eksternt – og internt regnskab .....	37
Indhold .....	37
Læringsmål .....	37
RS3: Strategisk ledelse og økonomistyring .....	38
Indhold .....	38
Læringsmål .....	38
VF1: Grundlæggende skatteret .....	39
Indhold .....	39
Læringsmål .....	39

---

## 1. Indledning

Den merkantile diplomuddannelse er en erhvervsrettet videregående uddannelse udbudt efter lov om erhvervsrettede grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven) og efter bestemmelserne om tilrettelæggelse af deltidsuddannelser i lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v. Uddannelsen er omfattet af reglerne i ministeriet for Forskning, Innovation og videregående uddannelsers bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Uddannelsen hører under det samfundsfaglige, økonomiske og merkantile fagområde i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Studieordningen er udarbejdet i fællesskab af de institutioner, som er godkendt af ministeriet for Forskning, Innovation og videregående uddannelser til udbud af denne uddannelse. Studieordningen finder anvendelse for alle godkendte udbud af uddannelsen, og ændringer i studieordningen kan kun foretages i et samarbejde mellem de udbydende institutioner.

Følgende uddannelsesinstitutioner er ved denne studieordnings ikrafttræden godkendt til udbud af den merkantile diplomuddannelse:

- Erhvervsakademiet CPH Business
- Erhvervsakademiet Lillebælt
- Erhvervsakademi Aarhus
- Erhvervsakademi Kolding
- UC Nordjylland
- UC Sjælland
- VIA-UC

Ved udarbejdelse af den fælles studieordning og væsentlige ændringer heraf tager institutionerne kontakt til aftagerne og øvrige interessenter samt indhenter en udtalelse fra censorformandskabet, jf. eksamensbekendtgørelsen.

Studieordningen og væsentlige ændringer heraf træder i kraft ved et studieårs begyndelse og skal indeholde de fornødne overgangsordninger.

Studieordningen har virkning fra 1. juli 2011.

## 2. Uddannelsens formål

Formålet med den merkantile diplomuddannelse er, at kvalificere den uddannede til færdigheder inden for det merkantile område. Dette skal ske gennem praksiserfaring og en udviklingsbaseret tilgang og ved at udanne nuværende og kommende medarbejdere inden for området til selvstændigt og professionelt at udføre jobfunktioner, som knytter sig til virksomheder og organisationer inden for det merkantile område. Formålet ligger inden for fagområdets formål, som fastsat i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

## 3. Uddannelses varighed

Uddannelsen er normeret til 1 studenterårsværk. 1 studenterårsværk er en heltidsstuderendes arbejde i 1 år og svarer til 60 ECTS-point (European Credit Transfer System).

ECTS-point er en talmæssig angivelse for den totale arbejdsbelastning, som gennemførelsen af en uddannelse eller et modul er normeret til. I studenterårsværket er indregnet arbejdsbelastningen ved alle former for uddannelsesaktiviteter, der knytter sig til uddannelsen eller modulet, herunder skemalagt undervisning, selvstudie, projektarbejde, udarbejdelse af skriftlige opgaver, øvelser og cases, samt eksaminer og andre bedømmelser.

## 4. Uddannelsens titel

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen merk.d. og den engelske betegnelse er Diploma of Business Studies jf. bekendtgørelse for diplomuddannelser bilag 1.

## 5. Adgangskrav

Adgang til optagelse på den merkantile diplomuddannelse eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en erhvervsakademiuddannelse eller en relevant videregående voksenuddannelse (VVU) gennemført som reguleret forløb, samt at ansøger har mindst 2 års relevant erhvervs erfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse.

Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse som ovenfor nævnt, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne.

## 6. Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold

### 6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte

#### Viden

Dimittenden skal:

- inden for det merkantile område have udviklingsbaseret viden om fagområdets praksis og anvendt teori og metode
- kunne forstå praksis, anvendt teori og metode samt kunne reflektere over praksis og anvendelse af teori og metode

#### Færdigheder

Dimittenden skal:

- kunne anvende metoder og redskaber og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for det merkantile område
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- kunne formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger til samarbejdspartnere og brugere



## Kompetencer

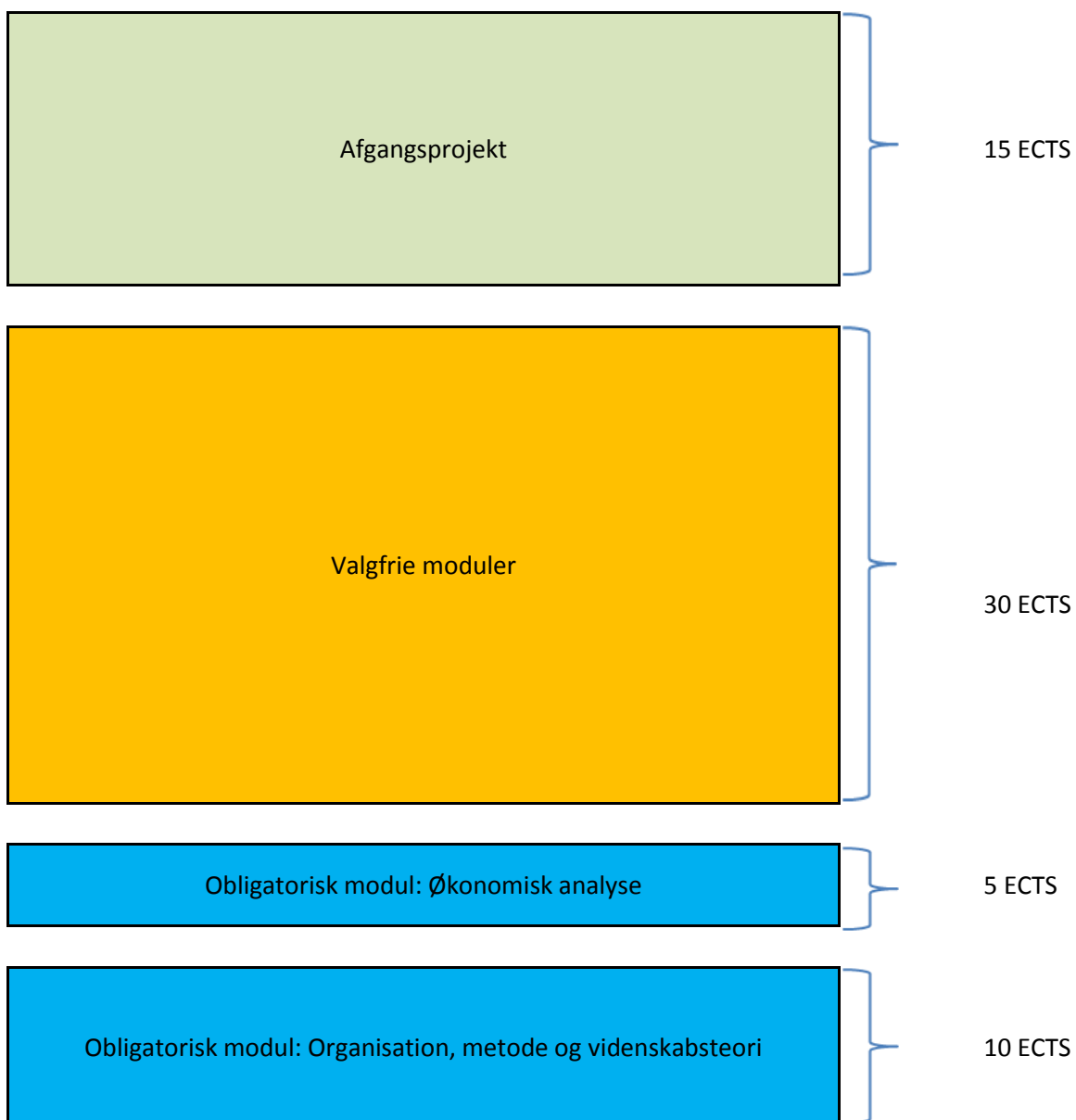
Dimittenden skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejdssammenhænge
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- kunne udvikle egen praksis

## 6.2 Uddannelsens struktur

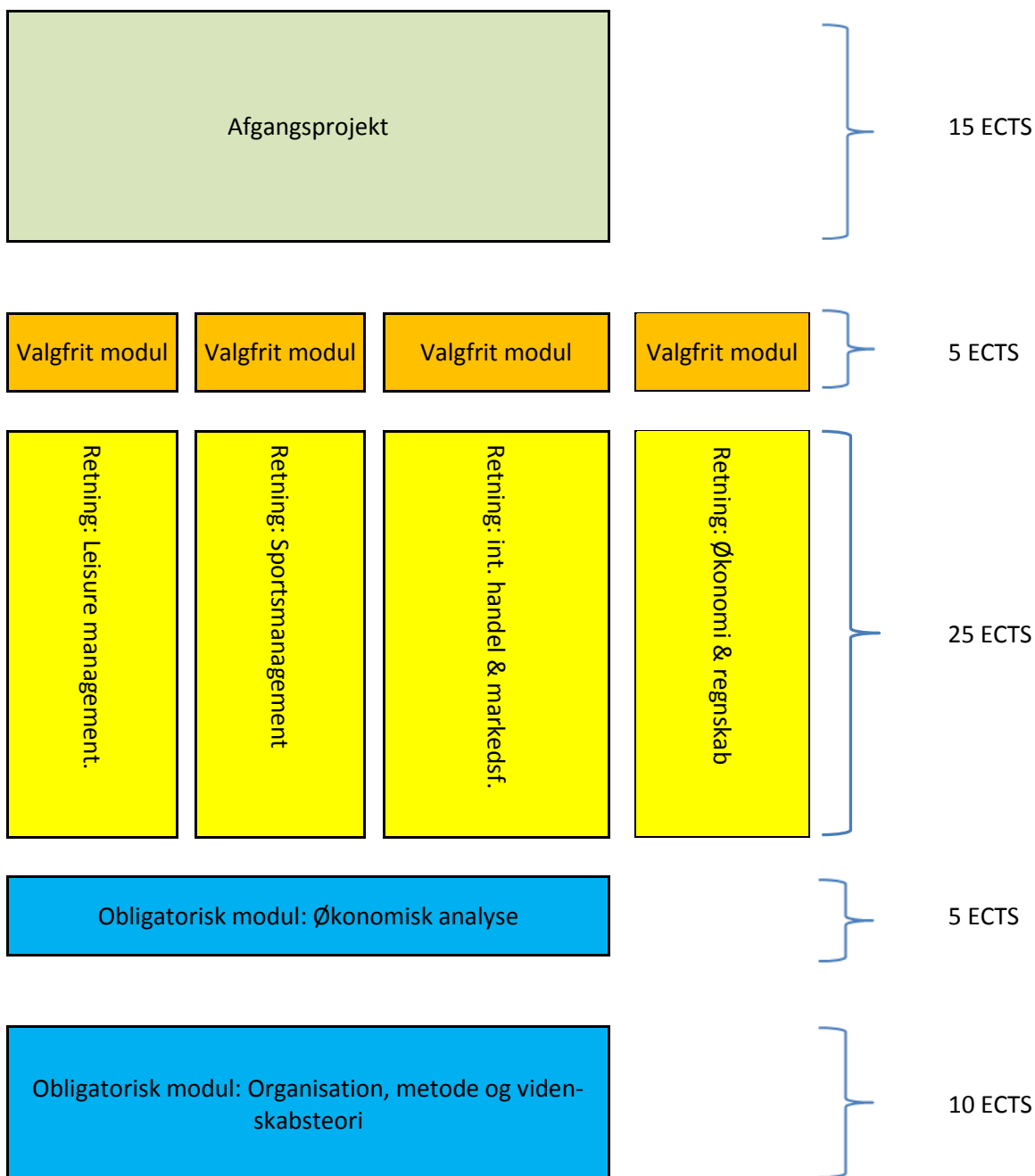
Uddannelsen består af obligatoriske moduler, valgfri moduler samt et afgangsprøve, der afslutter uddannelsen.

**Figur 1: Den merkantile diplomuddannelse**



Uddannelsen kan tilrettelægges med tre uddannelsesretninger, hvoraf den studerende kan vælge én med henblik på retningsbetegnelse.

**Figur 2: Den merkantile diplomuddannelse tilrettelagt med uddannelsesretninger**



### Obligatoriske moduler jf. bilag 1

Uddannelsens obligatoriske moduler, der er fælles for alle studerende omfatter i alt 15 ECTS-point.

Den obligatoriske del af uddannelsen omfatter 2 moduler. Et modul inden for økonomisk analyse (5 ECTS-point) og et modul inden for organisation, metode og videnskabsteori (10 ECTS-point).

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1.

### Valgfrie moduler jf. bilag 2

Uddannelsen omfatter valgfrie moduler, der for den enkelte studerende skal udgøre mindst 5 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område henvises til bilag 2.

Modulerne kan også vælges inden for den merkantile diplomuddannelses uddannelsesretninger samt fra diplomuddannelsen i ledelse og diplomuddannelsen i vurdering.

Den studerende kan desuden vælge moduler uden for uddannelsens faglige område, dog højst 5 ECTS-point. Institutionen vejleder om valg af moduler uden for uddannelsens faglige område.

### Uddannelsesretninger jf. bilag 3

Hver uddannelsesretning er sammensat af et antal retningsspecifikke moduler, der for den enkelte studerende samlet skal omfatte 25 ECTS-point.

Retningsspecifikke moduler kan tillige vælges som valgfrie moduler.

For uddybende beskrivelser af uddannelsesretningerne, deres mål for læringsudbytte og retningsbetegnelse samt titel, læringsmål, indhold og omfang af de retningsspecifikke moduler henvises til bilag 3.

### Afgangsprojekt

Afgangsprojektet på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprojektet skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprojektets emne skal ligge inden for uddannelsens faglige område og formuleres, så eventuelle valgfag, herunder valgfag uden for uddannelsens faglige område, inddrages. Institutionen godkender emnet.

Forudsætningen for indstilling til prøve i afgangsprojektet er, at den studerende har bestået alle tidligere prøver.

## **7. Afgangsprojekt**

### **7.1 Læringsmål for afgangsprojektet**

Formålet med afgangsprojektet er at vise, at den studerende kan kombinere teoretiske, praktiske og udviklingsorienterede elementer med henblik på løsning af en relevant problemstilling i praksis.

---

Afgangsprojektet tager således udgangspunkt i en praksisnær problemstilling i en relevant virksomhed. Afgangsprojektet afspejler såvel uddannelsens akademiske niveau som dens professionssigte i praksis og skal dermed give den studerende:

### Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om principper og processer inden for det merkantile område
- kunne forstå og reflektere over forholdet mellem praksis og teori inden for det merkantile område

### Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende teori og metoder inden for det merkantile fagområde i relation til det merkantile område
- kunne analysere og anvende teori og metode inden for merkantile områder
- kunne beskrive, formulere og formidle vurderingsproblemstillinger og løsninger
- kunne formulere velargumenterede svar på abstrakte og konkrete problemstillinger inden for området
- kvalitativt kunne vurdere forskellige løsningsalternativer på abstrakte og konkrete problemstillinger i relation til området
- 

### Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne styre et hovedopgaveprojekt og udføre kreative problemløsning selvstændigt i denne sammenhæng
- kunne evaluere egen læring og identificere egne kompetenceudviklingsbehov

## 7.2 Udarbejdelse af afgangsprøve

Afgangsprøvens problemstilling skal godkendes af uddannelsesinstitutionen.

Afgangsprøven udarbejdes som hovedregel individuelt.

Ved løsningen af den opstillede problemstilling er det vigtigt, at den studerende anvender centrale teorier og metoder. Derudover skal afgangsprøven inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.

Uddannelsesinstitutionen udarbejder nærmere retningslinjer for de formelle krav til prøven.

## 8. Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse

### 8.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres som en kombination af holdundervisning, forelæsninger, workshops, studiegrupper, øvelser og større projektarbejder. Tilrettelæggelsen af undervisningen tager udgangspunkt i relevant erhvervspraksis og anvendt teori.

Der vil i uddannelsen indgå undervisningsformer, der kan udvikle den studerendes selvstændighed, samarbejdsevne og evne til at skabe fornyelse. I uddannelsen indgår, i det omfang det er relevant, undervisning i iværksætterkultur, miljømæssige problemstillinger og i samspillet mellem forskellige kulturformer.

## 8.2 Evaluering

Der gennemføres jævnligt evalueringer på alle diplommoduler med henblik på at indhente respons om de studerendes oplevelser og udbytte af modulet. Den indhentede respons anvendes til efterfølgende refleksion og til fremtidig planlægning af moduler og uddannelsen som helhed.

## 9. Prøver og bedømmelse

I løbet af uddannelsen skal den studerende stifte bekendtskab med flere forskellige former for bedømmelse, der alle har som sit centrale omdrejningspunkt at bringe den anvendte teori i spil med den virkelighed, den studerende er en del af netop for at fastholde fokus på udviklingen af den personlige kompetence hos den studerende. Ud over mere traditionelle eksamensformer kan det f.eks. dreje sig om:

- Casefremlæggelse med tilhørende ledelsesfaglige problemstillinger i egen eller anden organisation
- Synopsis med efterfølgende mundtlig diskussion
- Essay

Eksamensform og bedømmelse skal afspejle den tilstræbte kompetenceudvikling i de enkelte moduler.

Hvert modul afsluttes med en prøve med individuel bedømmelse efter karakterskalaen i karakterbekendtgørelsen.

Afgangsprojektet afsluttes med en mundtlig prøve med ekstern censur.

Mindst to obligatoriske moduler, hvoraf det ene er afgangprojektet, bedømmes med ekstern censur.

## 10. Merit

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf efter denne studieordning bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt fag i nærværende studieordning, overføres karakteren.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som "bestået".

## 11. Censorkorps

Den merkantile diplomuddannelse benytter det af ministeriet for Forskning, Innovation og videregående uddannelsers godkendte censorkorps for de samfundsfaglige, økonomiske og merkantile diplomuddannelser.

## 12. Studievejledning

Den enkelte institution tilbyder studievejledning før og under studiet.

De udbydende institutioner kan desuden udarbejde en skriftlig studievejledning for uddannelsen. Studievejledningen indeholder en bredere redegørelse for uddannelsen, en praktisk vejledning for de studerende samt oplysninger om andre forhold af betydning for de studerendes planlægning af deres studium, herunder tidsfrister.

Nærværende studieordning samt andre regler af betydning for de studerende på uddannelsen kan ses på institutionens hjemmeside.

## 13. Klager og dispensation

Institutionen kan, når særlige forhold begrundet det, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget, men alene er fastsat af institutionerne.

Klager over øvrige forhold behandles efter reglerne i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Klager over afgørelser i henhold til denne studieordning indgives til institutionen. Fristen for indgivelse af klager er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Institutionens afgørelser i henhold til bekendtgørelse om diplomuddannelser kan af den studerende indbringes for Undervisningsministeriet, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klagen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Klagen stiles til Undervisningsministeriet, men afleveres til institutionen. Institutionen afgiver en udtalelse, som klageren har lejlighed til inden for en frist af én uge at kommentere. Institutionen fremsender herefter klagen, skolens udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til Undervisningsministeriet.

Klager over prøver behandles efter reglerne i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser.

## 14. Overgangsordninger

Studerende, der har gennemført et eller flere moduler af en diplomuddannelse i Sportsmanagement eller Leisure management, kan, såfremt den enkelte institutions forhold tillader det, afslutte uddannelsen efter de tidligere gældende regler. For de studerende, der har gennemført et eller flere moduler af ovennævnte diplomuddannelse skal institutionen sikre, at de studerende informeres om, at uddannelsen ikke videreføres og vejledes om, hvordan de kan færdiggøre den påbegyndte diplomuddannelse.

Institutioner, der udbyder diplomuddannelser efter denne studieordning, udarbejder i fællesskab en overgangsordning, således at studerende, der har gennemført et eller flere moduler fra diplomuddannelserne i Sportsmanagement eller Leisure management, kan afslutte uddannelsen efter reglerne for den merkantile diplomuddannelse. Institutionerne kan i forbindelse med overgangsordningen udbyde særlige forløb på mindre end 5 ECTS-point i tilknytning til den enkelte studerendes afgangsprøve, således at det sikres, at det samlede studieforløb for den enkelte studerende udgør i alt 60 ECTS-points.

## 15. Retsgrundlag

Studieordningens retsgrundlag udgøres af:

- 1) Bekendtgørelse om diplomuddannelser
- 2) Bekendtgørelse af lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsesystemet) for voksne
- 3) Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
- 4) Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser
- 5) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- 6) Bekendtgørelse om fleksible forløb inden for videregående uddannelse for voksne

Retsgrundlaget kan læses på adressen [www.retsinfo.dk](http://www.retsinfo.dk)

## Bilag 1 "Obligatoriske moduler"

Bilag 1 gennemgår læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler.

### Modul Ob1: Organisation, metode og videnskabsteori

ECTS-point: 10

#### Indhold:

- Organisationskultur
- Organisationsforandring og udvikling
- Beslutningsteori
- Ledelse
- Læring
- Kommunikation
- Videnskabsteori
- Samfundsvidenskabelig metode

#### Læringsmål:

##### *Viden*

Den studerende skal:

- have viden om forskellige teoretiske perspektiver på organisationer for at kunne vurdere organisationens indre struktur og dennes betydning for individ, organisation og samfund
- have viden om og kunne diskutere, hvordan organisationskultur har betydning i og for organisationer og på ledelse
- i et videnskabsteoretisk perspektiv kunne forstå og vurdere organisationsteorier og samfundsvidenskabelige metoders anvendelighed i forhold til praktiske problemstillinger og egen ledelse

##### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- kunne designe en organisationsanalyse, herunder skulle kunne reflektere over metodiske valg af kvalitative metoder og kvalitative metoder
- kunne identificere forskellige interessenters mål og værdier og deres betydning for organisationen
- kunne identificere og analysere organisatoriske problemstillinger og konkludere, hvordan forskellige løsningsforslag får indflydelse på praksis
- inddrage og analysere organisatoriske problemstillinger og erfaringer fra egen organisation for at skabe udvikling, motivation og læring i egen praksis
- kunne indsamle empiri i forhold til selvvalgte organisatoriske problemstillinger

##### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne medvirke til at afklare strukturer og værdier i organisationen for at identificere behov for organisationsudvikling
  - kunne iværksætte og håndtere organisatoriske forandringer i et konstruktivt internt og eksternt samarbejde
  - kunne identificere egne behov for kompetenceudvikling
-



---

## Modul Ob2: Økonomisk analyse

ECTS-point: 5

### Indhold:

- Årsregnskabet og regnskabsanalyse
- Budgettering inklusiv likviditetsstyring
- Investering finansiering
- ABC-analyser, kunderentabilitet og lean
- Balanced Scorecard

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal have viden om:

- Årsregnskabets indhold, sammenhæng og opstillingsformer for små og mellemstore virksomheder
- Anvendelse og vurdering af drifts- og likviditetsbudgetter på grundlag af forskellige budgetforudsætninger fastlagt ud fra en analyse af virksomhedens historiske udvikling, nuværende situation og ønskede fremtidige udvikling.
- Anvendelse af virksomhedens budgetter i forbindelse med budgetkontrol og budgetrevision nedbrudt på eksempelvis afdelinger, produkter, serviceydelser, markeder og kunder.
- Fastlæggelse af fremtidige indsatsområder ud fra budgetkontrollen baseret på konsekvensberegninger og prioriteringer.
- Forskellige måder at afgøre på hvorvidt en investering er rentabel eller ej sammenholdt med en vurdering af forskellige finansieringsmuligheder i et større og sammenhængende perspektiv.
- At en investeringsbeslutning skal ses i en større økonomisk sammenhæng inden den endelige beslutning træffes.
- Gennemførelse af LEAN i kølvandet på den historiske virksomhedsanalyse.
- Formål og indhold af et Balanced Scorecard

#### Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- Gennemførelse af en regnskabsanalyse herunder vurdering af virksomhedens historiske udvikling med udgangspunkt i en "common - sense analyse" efterfulgt af forskellige relevante nøgletal og indekstal omkring indtjeningsevnen, rentabilitetsevnen, likviditet og soliditet
- Fastlæggelse af årsager til og ansvar for den historiske og regnskabsmæssige udvikling efterfulgt af en fastlæggelse af relevante indsatsområder.
- Sammenligning og vurdering af årsregnskabets resultater med målene i drifts- og likviditetsbudgettet.
- Gennemførelse af en ABC-analyse, hvor de indirekte omkostninger fordeles ud på for eksempel kunder eller markeder. Formålet er blandt andet at afdække produktet eller markedets rentabilitet.
- Gennemførelse af en kunderentabilitetsanalyse med inddragelse af en Whale-kurve. Formålet er at afdække hvilke kunder der er henholdsvis mest og mindst rentable.

---

### Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer i selvstændigt at kunne:

- Vurdere sammenhænge mellem udviklingen i forskellige historiske virksomhedsøkonomiske områder.
- Afdække og vurdere forslag til indsatsområder på grundlag af en historisk virksomhedsanalyse herunder en regnskabsanalyse.
- Forholde sig kritisk til budgetforudsætninger specielt de forudsætninger, der danner grundlaget for udarbejdelse af resultatbudget og likviditetsbudget.
- Afdække væsentlige praksisnære indsatsområder og udviklingsområder på grundlag af budgetkontrollen og herefter være i stand til at gennemføre budgetrevision.
- Komme med forslag til nye tiltag for fremtiden baseret på eksempelvis regnskabsanalysen, budgetkontrollen og budgetrevisionen.

---

## Bilag 2 "Valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område"

Bilag 2 gennemgår læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler.

**Ud over nedenstående moduler kan valgmoduler vælges inden for den merkantile diplomuddannelses retninger, fra diplomuddannelsen i ledelse og diplomuddannelsen i vurdering.**

### Modul Vf1: Salg i praksis

ECTS-point: 5

#### Indhold:

- Salgsfilosofi
- Taktisk salgsplanlægning
- Relations- og parameterstrategi for den enkelte kunde
- Kundeopfølgings-værktøjer (crm)
- Reverse marketing & indkøbsformer
- Salgsmøder
- Salgstræning

#### Læringsmål:

##### Viden

Den studerende skal:

- have viden og forståelse af teorier og modeller, der understøtter og udvikler det gennemførende salg
- have viden om værktøjer og modeller til kundeopfølgning
- have grundlæggende forståelse for logistiske problemstillinger, teori og modeller, som knytter sig til det gennemførende salg
- have viden om og forståelse for gældende teori på området
- kunne forstå og reflektere over ledelse af en salgsorganisation ud fra teorierne knyttet til området
- have indsigt i:
  - de kulturmæssige udfordringer og muligheder, der ligger i det internationale salgsarbejde

- formulering af salgstræningsmål
- forstå grundlæggende teori og modeller på området

### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne vælge og anvende teorier og modeller til planlægning af det gennemførende salg baseret på den valgte salgsstrategi
- kunne udvikle virksomhedens strategi med udgangspunkt i unikke kundeforhold
- kunne vurdere parameter indsatsen overfor den enkelte kunde og kunne give forslag til eventuelle ændringer i strategi og indsats
- kunne vurdere og anvende logistiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg
- kunne stille forslag til en opfølgingsløsning for forskellige internationale virksomheder
- kunne udvikle og gennemføre salgsmøder med fokus på de økonomiske resultater og menneskelige indsatsområder
- kunne foretage en måling af salgsindsatsen – efterfølgende fremkomme med handlingsforslag baseret på måleresultaterne
- kunne anvende den lærte teori på konkrete internationale salgsopgaver
- kunne opstille et Balanced Scorecard for en salgsfunktion og salgsområde samt forslag til opfølgning

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne formidle virksomhedens strategi til relevante interessenter
  - kunne identificere logistiske problemstillinger og inddrage relevante logistiske ressourcepersoner på et professionelt niveau til planlægning af det gennemførende salg
  - kunne håndtere og udvikle løsninger omkring komplekse situationer inden for international salgsledelse / partnerskabsledelse
  - kunne vurdere de økonomiske konsekvenser af en given international salgsindsats inkl. risiko-vurdering og begrænsning
- 

## **Modul Vf2: Innovation**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Vækstanalyse
- Produkt- og konceptudviklingsstrategi- og processer.
- Konsekvenser af innovation for virksomhedens Supply Chain
- Vurdering af den innovative platform, samt virksomhedens innovative processer og drivkræfter.
- Projektstyring og målesystem

### **Læringsmål:**

#### **Viden**

Den studerende skal:

- have forståelse for relevante modeller til vurdering af vækst- og udviklingsmuligheder
- have viden om forskellige modeller til strategisk håndtering af produkt- og konceptudviklingsprocesser i virksomheden
- forstå væsentlige implikationer for virksomhedens Supply Chain af innovative projekter
- forstå moderne teori om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt værdibaseret ledelse
- forstå økonomisk teori omkring projektstyring og vurdering

### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden
- kunne anvende relevante modeller til udvikling af løsninger for virksomhedens Supply Chain i forbindelse med innovative projekter
- være i stand til at vurdere salgsorganisationens innovative strukturer/processer og drivkræfter
- skal kunne analysere de økonomiske konsekvenser af en given innovationspolitik for en virksomhed

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne indgå i virksomhedens arbejde med at planlægge og gennemføre produkt- og konceptudvikling
  - kunne indgå i tværgående teams med henblik på løsning af udfordringer i virksomhedens Supply Chain i forbindelse med implementering af innovative projekter.
  - kunne vurdere en virksomheds innovative udgangspunkt
  - kunne definere Key Performance Indikatorer for virksomhedens innovative arbejde i forbindelse med salgsarbejdet
- 

## **Modul Vf3: Salgsopfølgning**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Kundeopfølgnings-værktøjer
- MIS – Marketing Intelligence Systems/It/applikationer
- Måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain
- Evaluering af salgsfunktionens indsats, herunder personlige, faglige, kulturelle og sociale kompetencer
- Udarbejde medarbejdertilfredshedsanalyse
- International juridisk konfliktløsning
- Reklamation
- Balanced Scorecard
- Variance analysis

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have viden om værktøjer og modeller til kundeopfølgning
- have viden om og forståelse for værktøjer til måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain
- have viden om og forståelse for værktøjer til måling af medarbejdertilfredshed og kriterier for evaluering af salgsfunktionens indsats
- have kendskab til de internationale konfliktløsningsregler
- have forståelse for de generelle teorier og deres anvendelse i det danske erhvervsliv

**Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne vurdere parameter indsatsen overfor virksomhedens kunder generelt og den enkelte kunde specifikt og kunne give forslag til eventuelle ændringer i strategi og indsats
- kunne udarbejde en opfølgingsplan for måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain
- kunne foretage en måling af salgsindsatsen – efterfølgende fremkomme med handlingsforslag baseret på måleresultaterne
- kunne opstille et Balanced Scorecard for en salgsfunktion og salgsområde samt forslag til opfølgning

**Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne indgå i arbejdet med at vurdere virksomhedens fælles indsats samt egen indsats i forbindelse med salgsarbejdet over for kunderne
  - kunne indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et perspektiv om effektivitet i hele Supply Chain'en
  - kunne udvikle og gennemføre en evaluering af personlige, faglige, kulturelle, sociale kompetencer og medarbejdertilfredshed
  - kunne vurdere de juridiske konsekvenser og opfølgingsmuligheder af en international salgsaftale i tilfælde af misligholdelse
  - kunne lave sit eget Balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan, og sikre løbende opfølgning
- 

**Modul Vf4: Oplevelsesøkonomi**

ECTS-point: 5

**Indhold:**

- Oplevelsesøkonomiens karakteristika samt de forhold, der er væsentlige for ledelse, planlægning og gennemførelse inden for den oplevelsesøkonomiske kontekst
- Anvendeligheden af forskellige former for strategisk ledelse og markedsføringsmæssige samt kommunikative elementer og teorier i relation til oplevelsesøkonomi. Herunder implementering af nye oplevelsesbaserede koncepter

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have viden om oplevelsesøkonomi som en funktion af samfundstendenserne
- have viden om økonomiske, sociologiske, etnografiske og kommercielle effekter af oplevelsesøkonomien
- have viden om oplevelsesøkonomi i relation til kulturskabelse
- have viden om modeller og teorier for markedsføring af oplevelser med udgangspunkt i oplevelsesbaseret kommunikation
- have viden om branding og storytelling
- have viden om involvering af gæsterne/kunderne med fokus på at appellere til alle sanser ("experiential marketing")
- have viden om oplevelsesøkonomi i forskellige værdikæder
- have viden om oplevelser som strategisk parameter
- have viden om Ledelse af oplevelsesvirksomheder

**Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne vurdere, analysere og formidle oplevelsesøkonomiens betydning
- kunne formå at opstille oplevelsesbaserede problemstillinger med basis i udviklingen
- kunne formidle og løse problemstillinger vedr. produkter og services med fokus på oplevelsesbaserede dimensioner
- kunne analysere og vurdere, hvilke marketingteknikker og -strategier, der er relevante at anvende i relation til problemstillinger for organisationer, som fokuserer på at levere oplevelser
- kunne analysere, vurdere og formidle aspekter omkring sponsorering, fundraising og branding såsom behov og muligheder i relation til oplevelsesøkonomiske problemstillinger
- kunne analysere og vurdere, hvilken ledelsesmæssig udvikling, der kan være relevante problemområder i forbindelse med ledelse af oplevelsesvirksomheder

**Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne udvikle ideer til fornyelser og ændringer for organisationer med udgangspunkt i udviklingstendenserne inden for oplevelsesøkonomien
  - kunne opstille konkrete forslag til udvikling af oplevelseskoncepter, som kan anvendes i forbindelse med strategisk udvikling af en virksomhed eller af samarbejdet mellem flere virksomheder inden for en branche eller på tværs af brancher
  - kunne identificere sponsor- og fundraisings muligheder og -behov og udvikle sponsor og fundraising planer i relation til oplevelsesbaserede projekter og tiltag
- 

**Modul Vf5: Eventledelse**

ECTS-point: 5

**Indhold:**

- Eventledelse
- Coaching og professionelle samtaler
- Sponsorship
- Fundraising
- Idéudvikling
- Entrepreneurship

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have en forståelse for projekter og events` væsentlige rolle i oplevelsesøkonomien, herunder arbejdet med andre projektdeltagere (coaching og professionelle samtaler), sponsorship og fundraising (finansieringssiden) samt kreative idéudvikling

**Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne redegøre kritisk for, hvordan succesfulde projekter og events inden for leisure-sektoren kan skabes og gennemføres, samt hvilke konkrete valg af teorier og metoder, der kan facilitere gennemførelsen

**Kompetencer**

Den studerende skal:

- være i stand til at planlægge og gennemføre egne projekter og events
- 

**Modul Vf6: Marketing**

ECTS-point: 5

**Indhold:**

- Struktur og markeds karakteristika i B2B sammenhæng
- Købsadfærd i B2B kontekst
- Virksomheden i et forsyningskædeperspektiv
- Løsningsforslag til leverandørstrategier
- Informations- og metodegrundlaget for markedsføringsplanlægning på B2B-markedet
- Markedsføringsplanlægning og strategisk markedsplanlægning
- Segmentering, kundeudvælgelse, kundeporteføljer
- Markedskommunikation

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have viden om og indsigt i marketingsbegreber, teorier, modeller og metoder

### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- kunne anvende marketingsbegreber, modeller og teorier med henblik på identifikation, analyse og løsning af forbrugeradfærdsmæssige problemstillinger med betydning for virksomhedens ledelsesbeslutninger
- kunne vurdere relationerne mellem forbrugere og produkter/mærker/virksomheder/det offentlige samt kunne begrunde de valgte handlinger og løsninger i forhold til vedligeholdelse og forbedring af disse relationer
- kunne anvende data, informationer og viden om udvalgte forbrugeres/målgruppers holdninger med henblik på valg af optimalt parametermix
- kunne anvende empiriske data og resultater til opnåelse af en forståelse af, hvorledes forbrugerne bearbejder information, træffer beslutninger og i øvrigt agerer på markedet

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde og selvstændigt kunne planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med marketing
  - kunne håndtere og lede/styre udvikling af marketingsstrategien med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter
  - kunne forholde sig kritisk til det anvendte teoriapparat, til informationers reliabilitet og validitet samt til anvendelse af alternative modeller/teorier, herunder kunne argumentere for eventuel påvirkning af og forbehold for de fremkomne analyser og konklusioner
- 

## **Modul Vf7: Økonomistyring**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Virksomhedens regnskabssystem, herunder produktomkostninger og regnskabsopgørelser for organisatoriske enheder og aktiviteter samt det interne regnskabs formål og grundbegreber
- Økonomiopgørelser til beslutninger om priser, produktmix, processer og aktiviteter samt til intern styring af virksomheden som en decentral organisation
- Budgettering, motivation, kontrol og præstationsvurdering
- Økonomistyring i profitcenterorganisationer med performancemålinger og transfereringspriser

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal:

- kunne beskrive metoder/modeller, der kan anvendes til opgørelse af produkters og organisatoriske enheders omkostninger, og redegøre for fordele og ulemper ved forskellige modeller
- kunne beskrive alternative metoder til fordeling af indirekte omkostninger mellem organisatoriske enheder og på produkter

### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- kunne anvende en budgetmodel til at udarbejde et budget for en given periode
- skal kunne anvende transfereringspriser som økonomistyringsredskab



- kunne vurdere virksomhedens interne økonomistyrings- og informationssystem i relation til virksomhedens strategiske udvikling

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne tage kritisk stilling til alternative regnskabsmodellens fordele og ulemper i relation til konkrete beslutningssituationer
  - kunne sammenholde og analysere en periodes faktiske resultat med det budgetterede og udfærdige en rapport herover
- 

## **Modul Vf8: Samfundsbeskrivelse**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Indkomst- og prisdannelse i det danske samfund
- Dansk økonomi, herunder nationalregnskab, velfærdsstat og socialpolitik
- Det danske arbejdsmarked, dansk industri, landbrug og servicesektor samt demografi
- Brug af danske og internationale statistikdatabaser

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal:

- have viden om danske og internationale statistikdatabaser
- kunne beskrive inflationsbegrebet, prisdannelsen, prisindeks f.eks. forbrugerprisindeks, nettoprisindeks og indeks for indenlandsk forsyning samt for indkomstbegreber

#### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- kunne vurdere dansk økonomi, herunder nationalregnskab, velfærdsstat og socialpolitik
- kunne anvende viden om det danske arbejdsmarked, dansk industri, landbrug og servicesektor samt demografi til løsning af relaterede opgaver
- kunne redegøre for forskellige velfærdsmodeller samt kunne dokumentere en forståelse for social- og arbejdsmarkedspolitiske redskaber

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne forholde sig kritisk til det anvendte teoriapparat, til informationers reliabilitet og validitet, herunder kunne argumentere for eventuel påvirkning af og forbehold for de fremkomne analyser og konklusioner
-

### Bilag 3 "Uddannelsesretninger og retningspecifikke moduler"

Bilag 3 gennemgår mål for læringsudbytte for de uddannelsesretninger, der er godkendt under den merkantile diplomuddannelse, samt angiver læringsmål, indhold og omfang af retningspecifikke moduler samt retningsbetegnelse.

**Figur 3: Retningspecifikke moduler**

<b>Leisure management</b>	<b>International handel og markedsføring</b>	<b>Sports-Management</b>	<b>Økonomi &amp; regnskab</b>
Introduktion til leisureindustrien og metode 5 ECTS	Kundeanalyse og forretningskoncept 10 ECTS	Sports-marketing 10 ECTS	Eksternt + Internt regnskab 10 ECTS
Afsætningsøkonomi 10 ECTS	Branche- og konkurrentanalyse 5 ECTS	Sportsjura 5 ECTS	Investering & finansiering 10 ECTS
Ledelse og forretningsforståelse i oplevelsesøkonomien 10 ECTS	Salgs- og forretningsudvikling 10 ECTS	Sportsmanagement 5 ECTS	Strategisk ledelse og økonomistyring 5 ECTS
		Sportsøkonomi 5 ECTS	

---

## Uddannelsesretning: Leisure management

Den merkantile diplomuddannelse med uddannelsesretning i leisure management giver ret til at anvende betegnelsen:

DK: merk.d. (Leisure management)

GB: Diploma of Business Studies (Leisure management)

### Mål for læringsudbytte for Leisure management:

#### Viden

Dimittenden skal:

- inden for fagområdet have udviklingsbaseret viden om praksis, teori og metode
- have opnået et niveau, der kvalificerer til selvstændigt at kunne analysere, vurdere og reflektere over problemstillinger samt varetage praksisnære og komplekse opgaver inden for leisure management

#### Færdigheder

Dimittenden skal:

- kunne anvende metoder og redskaber og skal mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for fagområdet leisure management
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- kunne formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger til samarbejdspartnere og brugere

#### Kompetencer

Dimittenden skal:

- kunne udvikle, vurdere og implementere salgsstrategier for forskellige virksomheds- og kundetyper (branche, størrelse, ressourcer m.m.) indenfor fagområdet og anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling
- kunne indgå selvstændigt i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- kunne udvikle egen praksis

## Modul Rs1: Introduktion til leisureindustrien og metode

ECTS-point: 5

### Indhold:

- Leisureindustriens sektorer
- Samspillet mellem de kommercielle, offentlige og frivillige sektorer
- Empiri og karakteristik af leisureindustriens brancher
- The Experience Economy og andre samfundsteorier

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have et grundlæggende indblik i fritids- og oplevelsesindustrien (leisure), og hvordan denne fungerer i Danmark, herunder samspillet mellem kommercielle, offentlige og frivillige interesser.
- have viden om leisureindustriens placering og rolle i større samfundsmæssigt perspektiv

**Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne reflektere over og vurdere forskellige teoriers og forklaringsmodellens videnskabssteoretiske grundlag

**Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne designe en teoretisk og metodisk funderet analyse af leisureindustrien og/eller dens delkomponenter
- kunne reflektere kritisk over leisureindustriens samfundsmæssige betydning og de enkelte leisureorganisationers ageren i fritids- og oplevelsesøkonomien

**Modul Rs2: Afsætningsøkonomi**

ECTS-point: 10

**Indhold:**

- Afsætningskoncepterne
- Strategisk markedsføring
- Kendetegn ved BtC-, BtB- og BtG-markederne
- Købsadfærd
- Segmentering og målgruppevalg
- Positionering
- Markedsanalyse
- International markedsføring
- Relationsmarkedsføring

**Læringsmål:****Viden**

Den studerende skal:

- have en bred forståelse for de centrale temaer, teorier og modeller, der kendetegner feltet markedsføring/afsætningsøkonomi
- kunne sætte de afsætningsøkonomiske teorier, temaer og modeller i relation til leisureindustrien, og forskelle og ligheder mellem leisureindustrien og andre brancher diskuteres i relation til teorierne

**Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne anvende marketingsbegreber, modeller og teorier med henblik på identifikation, analyse og løsning af problemstillinger indenfor leisureindustrien

- 
- kunne vurdere relationerne mellem forbrugere og produkter/mærker/virksomheder/det offentlige samt kunne begrunde de valgte handlinger og løsninger i forhold til vedligeholdelse og forbedring af disse relationer
  - kunne anvende data, informationer og viden om udvalgte forbrugeres/målgruppers holdninger med henblik på valg af optimalt parametermix
  - kunne anvende empiriske data og resultater til opnåelse af en forståelse af, hvorledes forbrugerne bearbejder information, træffer beslutninger og i øvrigt agerer på markedet

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne beskrive og analysere afsætningsmæssige problemstillinger samt opstille normative løsningsforslag ved hjælp af marketingteorier
- være i stand til at vurdere effekten af forskellige afsætningsmæssige løsningsforslag, ligesom de skal kunne give teoretisk funderede forslag til udvikling af organisationens marketingarbejde
- være i stand til at reflektere kritisk over afsætningsteoriens anvendelighed i forhold til praktiske problemstillinger

## **Modul Rs3: Ledelse og forretningsforståelse i oplevelsesøkonomien**

ECTS-point: 10

### **Indhold:**

- Samspelet mellem leisuresektorerne
- Service management
- Ledelse og hr i leisureindustrien
- Innovation i leisureindustrien
- Revenue/capacity management

### **Læringsmål:**

#### **Viden**

Den studerende skal:

- have en bred forståelse for de centrale temaer, teorier og modeller, der kendetegner begrebet oplevelsesøkonomi og de brancher, der hører under denne betegnelse
- have en teoretisk forståelse for begrebet oplevelsesøkonomi som et samfundsmæssigt fænomen, og oplevelses- og leisurebranchernes typiske karakteristika som konkrete forretningsmæssige udfordringer og muligheder

#### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- skal have indsigt i de forretningsmæssige muligheder og udfordringer indenfor fritids- og oplevelsesindustrien
- skal kunne lave teoretisk funderede anbefalinger i valget mellem forskellige forretningsmæssige løsningsforslag indenfor leisure management

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne redegøre for, hvorledes teoretisk funderet forretningsmæssig tænkning og styring kan bidrage til organisatorisk effektivitet og udvikling i leisureindustrien
- kunne håndtere komplekse kommunikations problemstillinger og udfordringer i samspillet mellem aktørerne indenfor leisure-området

---

## Uddannelsesretning: International handel og markedsføring

Den merkantile diplomuddannelse med uddannelsesretning i international handel og markedsføring giver ret til at anvende betegnelsen:

DK: merk.d. (International handel og markedsføring)

GB: Diploma of Business Studies (International Sales and Marketing).

### Mål for læringsudbytte for International handel og markedsføring:

#### Viden

Dimittenden skal:

- have udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode indenfor salg og markedsføring i et internationalt perspektiv
- kunne forstå samt reflektere over praksis og anvendt teori og metode indenfor international handel og markedsføring

#### Færdigheder

Dimittenden skal:

- kunne anvende metoder og redskaber og skal kunne anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for international handel og markedsføring
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- kunne formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger til egen organisation, samarbejdspartnere og øvrige interessenter

#### Kompetencer

Dimittenden skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i salgs- og markedsførings-sammenhænge
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar på mellemliderniveau inden for rammerne af en professionel etik
- kunne udvikle egen praksis indenfor international handel og markedsføring
  
- Forecasting models

## Modul Rs1: Kundeanalyse og forretningskoncept

ECTS-point: 10

#### Indhold:

- Nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker.
- Virksomhedens strategiske fokus, herunder marketingstrategi og samlede indsatsområder

- 
- Eget forretningskoncept og kompetencer, herunder digitalt
  - Virksomhedens evne til at dække kundernes behov
  - Kunde- og partnerrelationer
  - Supply Chain og logistisk effektivitet
  - Kundernes lønsomhed
  - Virksomhedens online markedsplads og online marketingstrategi

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal:

- kunne forstå praksis og anvendte teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer og kundegrundlag
- have udviklingsbaseret viden om centrale modeller og teorier om forretningsmodeller med udgangspunkt i virksomhedens kunder og værdiskabelse, og den studerende skal kunne reflektere over såvel praksis som anvendelse af teori og metode
- have kendskab til og kunne forstå modeller til analyse af forsyningskædens effektivitet og værditilførsel
- have udviklingsbaseret viden om og forståelse for fordele og ulemper ved samarbejdsrelationer, herunder outsourcing, partnerskaber osv.
- kunne forstå værktøjer til vurdering og udvikling af kundeporteføljen og dens lønsomhed
- kunne forstå og reflektere over, hvordan digitaliseringen af produkter, serviceydelser samt marketing- og salgskanaler har indflydelse på virksomhedens strategi og forretningskoncept

#### Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne vurdere kundegrundlaget samt den enkelte kunde i relation til virksomhedens kompetencer og forretningskoncept
- kunne analysere og vurdere de praksisnære og teoretiske problemstillinger, der relationsmæssigt er mellem kunden og virksomheden, samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- kunne vurdere relevansen af enten en ressourcebaseret eller en markedsorienteret indgangsvinkel
- kunne analysere og vurdere en internationalt fokuseret virksomheds forsyningskæde med inddragelse af relevant teori på området
- kunne vurdere kundens lønsomhed og forventede fremtidige potentiale samt være i stand til at prioritere en kundeportefølje
- mestre de færdigheder der knytter sig til beskæftigelse indenfor kundeanalyse og forretningskoncept
- kunne formidle praksisnære og faglige problemstillinger samt løsninger til samarbejdspartnere
- kunne identificere muligheder og trusler, der opstår som følge af internettet
- kunne relatere virksomhedens online marketingstrategi til virksomhedens overordnede strategi
- kunne vurdere alternative online marketingstrategier



### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- selvstændigt og professionelt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde i forbindelse med virksomhedens arbejde med indsamling og analyse af kundedata til brug for vurdering af virksomhedens kundepleje og kundeudvikling
- kunne vurdere og anvende ny viden til analyse og optimering af virksomhedens forretningskoncept med udgangspunkt i kundernes krav til værdiskabelse
- i arbejdssammenhænge kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer ved udarbejdelsen af beslutningsgrundlag til støtte for en vurdering af kundegrundlag og optimering af forretningskoncept
- kunne vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain
- kunne udvikle egen praksis i arbejdet med kundeanalyse og virksomhedens forretningskoncept

### **Modul Rs2: Branche- og konkurrentanalyse**

ECTS-point: 5

#### **Indhold:**

- Konkurrentanalyse, herunder competitor intelligence
- Brancheanalyse
- Klyngedannelse og netværk
- Benchmarking
- Aktuelle parametre som kilder til international konkurrenceevne (fx Digitalisering, Corporate Social Responsibility, Supply Chain, Produktudvikling, Innovation, Blue Ocean Strategi, Adaptability)
- Internationale omverdensforhold og globalisering

#### **Læringsmål:**

##### **Viden**

Den studerende skal:

- kunne forholde sig til og inddrage relevante teorier og modeller om konkurrencesituationen på markedet og i branchen
- have udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og modeller til identifikation og analyse af specifikke konkurrenter
- have udviklingsbaseret viden om styrker og svagheder ved netværk og klyngedannelse i praksis og gennem anvendt teori og metode
- have viden om benchmarkingmodeller
- have udviklingsbaseret viden om relevante og aktuelle kilder til at understøtte virksomhedens internationale konkurrenceevne
- kunne forstå praksis og reflektere over globaliseringens virkninger på konkurrencen

##### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber indenfor branche- og konkurrentanalyse
- mestre de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse indenfor analyse og vurdering af virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats

- 
- kunne inddrage relevante logistiske teorier og modeller i forbindelse med benchmarking af en internationalt orienteret virksomhed
  - være i stand til at identificere relevante netværk for virksomheden samt opbygge egne netværk
  - kunne anskueliggøre effekterne af globalisering og den internationale handel for en given branche
  - kunne formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsningsforslag indenfor branche- og konkurrencesituationen til samarbejdspartnere
  - kunne identificere digitale faktorer, der påvirker en branches og/eller konkurrenters strategier

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i virksomhedens arbejde med competitor intelligence med fokus på indsamling og vurdering af information om konkurrencesituationen på markedet
- kunne vurdere virksomhedens performance i forhold til konkurrenterne
- kunne vurdere konsekvenserne af eksterne påvirkninger fra både branchen og internationale forhold for en virksomhed
- kunne vurdere konsekvenserne af digitalisering og online handel og markedsføring for en virksomheds konkurrenceevne
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar for forslag og implementering af parametre til forbedring af virksomhedens konkurrenceevne
- kunne udvikle egen praksis i sit arbejde med branche- og konkurrentanalyse

## **Modul Rs3: Salgs- og forretningsudvikling**

ECTS-point: 10

### **Indhold:**

- Udvikling af internationale salgsstrategier
- Fastlæggelse af operative salgs- og markedsføringsplaner
- Valg og implementering af handlingsparametre samt opfølgning
- Online marketing og e-handel
- Ny kundetilgang, kundefastholdelse, kunderelationer, opbygning af kundeloyalitet og kundeopfølgningsværktøjer
- Salgsledelse

### **Læringsmål:**

#### **Viden**

Den studerende skal:

- have forståelse for og kunne reflektere over centrale teorier og modeller til udvikling af virksomhedens salg og markedsføring
- forstå de teoretiske modeller og begreber inden for udvikling af internationale salgsstrategier
- have en generel og bred udviklingsbaseret viden om metoder og anvendelse af online markedsføring og e-handel

### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- kunne udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier, herunder strategier for e-handel
- kunne vurdere, fastlægge og implementere relevante handlingsparametre til målgrupperne, offline såvel som online
- kunne begrunde og formidle de valgte strategier samt tilknyttede handlingsparametre i en salgs- og markedsføringsplan til relevante interessenter
- kunne anvende teori i forbindelse med udvikling og vurdering af salgs- og markedsføringsplaner
- kunne arbejde med Customer Relationship Management (CRM) med henblik på fastholdelse og udvikling af kunder
- kunne identificere og anvende relevante værktøjer til måling og vurdering af effekten af virksomhedens salgs- og markedsføringsindsats, offline såvel som online, samt angive forslag til opfølgning
- kunne motivere og anvende hensigtsmæssige metoder til ledelse af salgsteamet

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- kunne håndtere og lede/styre udvikling og implementering af salgsstrategien med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter
- selvstændigt kunne indgå i og håndtere en effektiv udvikling og styring af salgs- og markedsføringsindsatsen i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau
- kunne påtage sig ansvar for at udvikle og implementere salgs- og markedsføringsplanen og sikre inddragelse af relevante teorier og metoder
- kunne identificere egne læringsbehov, således at nødvendig viden og færdigheder kan udvikles
- kunne udvikle egen praksis i arbejdet med salgs- og forretningsudvikling

## Uddannelsesretning: Sportsmanagement

Den merkantile diplomuddannelse med uddannelsesretning i Sportsmanagement giver ret til at anvende betegnelsen:

DK: merk. (Sportsmanagement)

GB: Diploma of Business Studies (Sport Management)

### Mål for læringsudbytte for sportsmanagement:

#### *Viden*

Dimittenden skal:

- have viden om og forståelse for fagområdets praksis, teori og metode

#### *Færdigheder*

Dimittenden skal:

- selvstændigt forstå og anvende teorier og metoder
- kunne analysere, vurdere og reflektere over problemstillinger
- kunne varetage alle opgaver, der knytter sig til planlægning og drift inden for branchen

#### *Kompetencer*

Dimittenden skal:

- selvstændigt kunne udvikle egen praksis og indgå i såvel fagligt som tværfagligt samarbejde
- skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i praksis

## Modul Rs1: Sportsmarketing

ECTS-point: 10

### Indhold:

- Teori om Sportsmarketing
- Interessenter
- Sport som et medie til marketing

### Læringsmål:

#### *Viden*

Den studerende skal:

- have viden om konceptudvikling og implementering af nye koncepter i forretningsmæssig forstand med tilknytning til sportsmarketing
- have viden om markedsføringsmæssige teorier, begreber, strategier og grundregler inden for områder

#### *Færdigheder:*

Den studerende skal:

- 
- kunne anvende redskaber til sportsmarketinganalyser samt de forskellige parametre inden for sportsmarketing mixet
  - kunne vurdere og formidle, hvordan dette kan anvendes til løsning af problemstillinger inden for sportsmarketing
  - kunne anvende konceptudvikling og implementering af nye koncepter i forretningsmæssig forstand med tilknytning til sportsmarketing
  - kunne anvende markedsføringsmæssige teorier, begreber, værktøjer, strategier og grundregler inden for områder, der relaterer til sports- og eventindustrien

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- selvstændigt kunne etablere og indgå i tværfaglige netværk som led i at kunne implementere og realisere essensen af udviklede sportsmarketingplaner i praksis
- selvstændigt kunne håndtere kompleksiteten i henhold til at udnytte sportsmarketinganalyser til at skabe ny forretningsmæssig viden og samarbejdsaftaler
- kunne anvende konceptudvikling og implementering af nye koncepter i forretningsmæssig forstand med tilknytning til sportsmarketing og formå at udnytte den deraf afledte viden til at sikre bæredygtig forretningsudvikling på strategisk niveau
- selvstændigt kunne håndtere udviklingen i forhold til skabelse af nye markedsføringsmæssige trends, strategier og praktiske erfaringer ("best practices") inden for området

### **Modul Rs2: Sportsjura (sportskontrakter/risk management)**

ECTS-point: 5

#### **Indhold:**

- Det basale juridiske system, terminologien heri samt juridiske principper i tilknytning til sports-, event- og fritidssektoren (både i forhold til professionel og rekreativ sport)
- Juridiske problemstillinger og forgreninger

#### **Læringsmål:**

##### **Viden**

Den studerende skal:

- have viden om idrættens organisering – på lokalt (kommunalt), nationalt og globalt – set i juridisk perspektiv
- have viden om Dansk idræts lovgrundlag og de økonomiske kredsløb
- have viden om idrættens tvistbehandling

##### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne vurdere det juridiske aspekt i sportsskader og ansvar for skader i sport
- kunne vurdere "Sportsvirksomhedens" ansvar uden for kontraktforhold
- have et grundlæggende kendskab til "sportsvirksomhedens" forsikringsbehov
- opnå et grundlæggende kendskab til de gældende regler og dopingbestemmelser

- opnå et grundlæggende kendskab til EU's konkurrenceretsregler og den danske konkurrencelov – herunder reglernes anvendelse i relation til tv-transmissionsaftaler

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- kunne udarbejde kontrakter og indgå aftaler samt vurdere de juridiske konsekvenser heraf
- skal selvstændigt kunne indgå i en forhandling

## **Modul Rs3: Sportsøkonomi**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Økonomiske metoder, teorier og teknikker i relation til sports-, event- og fritidssektoren
- Sportsøkonomiske problemstillinger i kontekster vedrørende sports-, event- og fritidssektoren

### **Læringsmål:**

#### **Viden**

Den studerende skal:

- have forståelse for økonomiske teorier og modeller set i en sportslig kontekst
- kunne reflektere over valget af specifikke teorier og modeller til analyse af problemstillinger angående sportsøkonomiske perspektiver indenfor sports-, event- og fritidssektoren
- forstå sportsøkonomi i tilknytning til andre brancher
- forstå mediernes betydning for sportsøkonomien
- have kendskab til konkurrenceforhold og konkurrencemæssig balance
- kunne vurdere geografisk baserede sportsøkonomiske problemstillinger

#### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- kunne analysere, forstå, anvende og formidle den økonomiske ”impact” i mikro- og makro- perspektiv af forskellige aktiviteter inden for sports-, event- og fritidssektoren
- kunne analysere, forstå, anvende og formidle sportsøkonomiske aspekter af konkurrenceforhold og konkurrencemæssig balance i relation til sports-, event- og fritidssektoren
- kunne anvende metoder og redskaber til indsamling og analyse af information, som kan medvirke til at løse sportsøkonomiske problemstillinger, f.eks. at kunne analysere mediernes betydning for sportsøkonomien og kunne formidle dette til relevante interessenter
- kunne analysere ”cash flows” i forskellige aktiviteter angående sports-, event- og fritidssektoren
- kunne begrunde de valgte løsninger og relaterede handlinger og formidle dette til relevante interessenter

## Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere den sportsøkonomiske kompleksitet inden for aktiviteter vedrørende sports-, event- og fritidssektoren samt at kunne anvende dette til selvstændigt at indgå strategiske alliancer, i netværk og tværfagligt samarbejde, som kan forbedre organisationens økonomiske grundlag
- selvstændigt kunne identificere sportsøkonomiske aspekter, som skal optimeres for derved at kunne påvirke organisationens samlede ”performance” i positiv retning
- selvstændigt kunne definere ”best practices” inden for en sportsøkonomisk kontekst, hvilket kan skabe et fundament for fremtidig organisatorisk bæredygtighed indenfor sports-, event og fritidssektoren

## Modul Rs4: Sportsmanagement

ECTS-point: 5

### Indhold

- Sportsvirksomheders strategiske og organisatoriske problemstillinger  
Forskellige perspektiver, teorier og metoder i strategisk analyse og strategisk udvikling i relation til sportsverdenens forskellige områder og i relation til konkrete sportsvirksomhedsmæssige problemstillinger
- Udviklingsinitiativer til diverse interessenter inden for sports-, event- og fritidssektoren
- Ledelsesbegrebet ud fra forskellige perspektiver og teorier med særligt fokus på: human ressource management, forandringsledelse, lederadfærd samt lederroller, begivenhedsledelse, coaching m.m.
- Ledelsesmæssige overvejelser og initiativer til diverse interessenter inden for sports-, event- og fritidssektoren

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal:

- have kendskab til særlige strategiske, organisatoriske og ledelsesmæssige vilkår og problemstillinger inden for sports-, event- og fritidssektoren
- viden om strategiudvikling, organisationsudvikling og ledelsesudøvelse inden for sports-, event- og fritidssektoren

#### Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende forskellige teorier og modeller til belysning af en sportsvirksomheds strategiske, organisatoriske og ledelsesmæssige problemstillinger og udviklingsmuligheder
- kunne anvende en tværfaglig og helhedsorienteret strategisk, organisatorisk og ledelsesmæssig tilgang, og udmønte denne i et udviklingsprogram og konkrete udviklingsinitiativer i en konkret sportsvirksomhedsmæssig kontekst
- kunne anvende specifikke teoretiske bidrag til en målrettet udvikling af: menneskelige ressourcer, opgaveprioritering, arbejdsprocesser, teknologianvendelse, virksomhedsstruktur, virksomhedskultur, politikker, viden, læring m.m.
- kunne anvende dialog- og samarbejdsorienterede ledelsesprincipper som ”fundamentals” i moderne virksomhedsledelse, herunder coaching

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- selvstændigt kunne identificere strategiske, organisatoriske og ledelsesmæssige udfordringer og udviklingstiltag inden for sports-, event- og fritidssektoren
- selvstændigt kunne anvende konceptudvikling og implementering i sportsvirksomheden, også inden for rammerne af helhedsorienterede programaktiviteter, som sigter på simultan udvikling af virksomhedens strategi, organisation og ledelsesprocesser
- mestre (eksemplarisk vise) dialog- og samarbejdsorienterede ledelsesprincipper, i udvikling af organisationer inden for sports-, event- og fritidssektoren.
- kunne vurdere anvendeligheden af de forskellige komponenter af det marketingmix, der er relevant for sportsmarketing for derved at kunne integrere denne viden i forbindelse med løsning af praktiske problemstillinger
- kunne formidle løsningen af disse problemstillinger til diverse interessenter og samarbejdspartnere



---

## Uddannelsesretning: Økonomi og regnskab

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen merk.d. (økonomi og regnskab), og den engelske betegnelse er Diploma of Business Studies (business economics) jf. bekendtgørelse for diplomuddannelser bilag 1.

### Mål for læringsudbytte for økonomi og regnskab:

#### Viden

Dimittenden skal:

- Den studerende skal kunne identificere egne læringsbehov og egen læring, dog med særligt vægt på fagområderne internt/eksternt regnskab, investering/finansiering og den strategiske ledelsesopgave.
- Den opnåede viden skal være på et niveau, hvor den studerende kan forstå og reflektere over teorier, metoder og praksis i forbindelse med styring af forskellige virksomhedstypers internt-/eksternt regnskab, investeringsbehov, finansiering og ledelsesmæssige opgaver.

#### Færdigheder

Dimittenden skal:

- Den studerende skal ud fra aktuelle internt-eksternt regnskabsmæssige-, investeringsmæssige-, finansieringsmæssige- og ledelsesmæssige problemstillinger i virksomheder kunne kombinere en praktisk forståelse med relevante teorier og metoder med henblik på mulige løsningsforslag.
- Den studerende skal selvstændigt kunne identificere relevante økonomiske styrings- og ledelsesmæssige problemstillinger på tværs af virksomhedstyper og størrelse. I forlængelse heraf skal den studerende kunne vurdere og foreslå relevante løsningsmodeller til konkrete problemstillinger inden for de ovennævnte fagområder.

#### Kompetencer

Dimittenden skal:

- Den studerende skal opnå kompetencer, der gør vedkommende i stand til at varetage løsningen af typiske arbejdsopgaver inden for virksomheders økonomi- og finansfunktioner.
- Herudover skal den studerende besidde kompetencer, der kvalificerer vedkommende til at kunne indgå i forskellige samarbejdskonstellationer, både internt i virksomheden, men også med eksterne interessenter – på både strategisk, taktisk og operationelt niveau i organisationen.

## RS1: Investering og finansiering

ECTS-point: 10

### Indhold:

- At den studerende får et overblik over aktørerne på kapitalmarkederne – herunder viden om finansieringsmuligheder til virksomheder i selskabsform (til og med regnskabsklasse-C).
- Give den studerende færdigheder om investeringsprodukter (grøn og gul) samt viden om komplekse investeringsprodukter (rød) til virksomheder i selskabsform.
- Give den studerende færdigheder og kompetencer som sparringspartner for virksomhedens ledelse omkring sammensætningen af virksomhedens aktiver og passiver – herunder viden om muligheder for optimering af vertikal og horisontal balancestruktur.

- At den studerende opnår færdigheder og kompetencer til at kunne rådgive om fremskaffelse af egenkapital og fremmedkapital til en virksomhed i selskabsform.
- Give den studerende viden og færdigheder om driftsmæssig og finansiell gearing i en virksomhed i selskabsform.
- Give den studerende viden om grundprincipperne for prissætning af finansielle produkter – herunder produktens kapitalbelastning for den finansielle udbyder.
- Give den studerende viden om planlægning af et generationsskifte for en virksomhed i selskabsform.
- Kunne afdække finansielle og valutariske risici for en virksomhed i selskabsform – herunder give begrundede forslag til afdækning af disse risici.

## Læringsmål:

### Viden

Den studerende skal:

- Kapitalmarkedernes rolle og funktion.
- Beregningsmetoder for omkostninger ved investeringsprodukter samt ÅOP for investeringsbeviser og strukturerede produkter.
- Udvidet porteføljeteori og porteføljekonstruktion. Finansielle instrumenter med fokus på futures og optioner, herunder prissætning og afdækning af risici.
- Principper for udregning af virksomhedens kapitalomkostning under hensyntagen til den vertikale kapitalstruktur.
- Kunne vurdere prospekter for udlejningsejendomme (herunder ejendomme i K/S-regi) – i forhold til rentabilitet og risikoanalyse.
- Mulige tiltag for hovedaktionærer til planlægning af et generationsskifte for en virksomhed i selskabsform – herunder kende til motiverne for etablering af holdingselskab.
- Viden om finansieringsmuligheder ved generationsskifte af en virksomhed i selskabsform.

### Færdigheder

Den studerende skal:

- Rentestrukturen og dens afledte virkninger og effekter på investeringsprodukter.
- Obligations- og aktiemarkedsteori herunder nøgletal.
- Overordnet porteføljeteori, herunder sammenhængen mellem afkast og risiko og principper vedrørende risikospredning.
- Redegøre for strukturen i strukturerede produkter.
- Vurdere og rådgive om virksomheders finansielle strategier.
- Vurdere fundingomkostninger og solvensbelastning for givne finansielle produkter – og deraf afledt kunne vurdere prissætningen til brugeren af det finansielle produkt.
- Vurdere virksomheders finansielle og valutariske risici – samt kunne formidle forslag til afdækning af disse risici.
- Rådgivning om finansieringsløsninger under hensyntagen til rentabilitet, likviditet, mobilitet og formuerisiko.
- Redegøre for mulighederne til fremskaffelse af egenkapital til en virksomhed i selskabsform.
- Vurdere rentabilitet og likviditet ved forskellige fremmedkapitalkilder – herunder leasing.

### Kompetencer

Den studerende skal:

Afdække og vurdere en investorprofil med henblik på at kunne udarbejde og formidle investeringsforslag til en virksomhed med overskudslikviditet – herunder rådgivning om placering af finansielle aktiver i et holdingselskab.

- 
- Finansielle investeringsprodukter inden for mærkningsordningens kategorier "grøn" og "gul".
    - Udarbejde forslag til virksomhedens finansieringssammensætning. Forslagene skal indeholde optimalt valg mellem fremmedkapital og egenkapital under hensyntagen til virksomhedens kapitalstruktur – såvel vertikalt som horisontalt.
    - Kunne rådgive en virksomhed i selskabsform om mulighederne for fremskaffelse af fremmedkapital.

## RS2: Eksternt – og internt regnskab

ECTS-point: 10

### Indhold:

- Målet er, at den studerende får teoretisk og praktisk viden om centrale regnskabsmæssige principper og redskaber til brug for arbejdet med såvel det interne som det eksterne regnskab.
- Den studerende får viden om brugen af det interne regnskab som et ledelsesredskab i forbindelse med styring af virksomhedens aktiviteter, kapacitet og likviditet.
- Den studerende skal kunne forstå og omsætte regnskabs-teoretisk begreber til konkret praksis i forbindelse med præsentation af virksomhedens regnskabsmæssige information overfor såvel interne som eksterne interessenter.

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal:

- Virksomhedens økonomiafdelings arbejdsopgaver, herunder forståelse for datagrundlaget for opstilling af regnskaber
- Udvalgte metoder og modeller, der anvendes i forbindelse med virksomhedens bogføring og årsafslutning
- Regnskabsmæssige begreber, teorier og metoder for udarbejdelse af årsrapporter, herunder begreberne retvisende billede, indregning, måling og klassifikation
- Årsregnskabsloven og dens opbygning med hovedvægten lagt på reglerne i regnskabsklasse A og B (små og mellemstore virksomheder – SMV-virksomheder)
- Begreber og definitioner i omkostningsteorien i forbindelse med det interne regnskab og redegøre for fordele og ulemper herved
- Virksomhedens regnskabssystem, herunder allokering af omkostninger til art, sted og formål

### Færdigheder

Den studerende skal:

- Anvende teori og metoder til afslutning af regnskab, herunder opstilling af årsrapport for ÅRL's klasse A og B (SMV-virksomheder)
- Vurdere og formidle årsrapporter for SMV-virksomheder
- Anvende et udvalgt og almindeligt forekommende økonomistyringssystem og økonomistyringsmodeller
- Vurdere, opstille og vælge løsningsmuligheder inden for økonomiske styringsredskaber
- Formidle løsningsmuligheder omkring udarbejdelse og formidling af økonomisk præsentationsmateriale
- Analysere årsrapporter og forstå regnskabsposters indhold og indbyrdes sammenhæng
- Kunne inddrage relevante overvejelser omkring alternative modeller og metoder til brug for analyser af omkostningers "opførsel"

- Kunne vurdere relevansen og brugbarheden af forskellige omkostningsberegninger og omkostningsmetoder til brug for handlingsbeslutninger i forbindelse med omkostningsrelaterede problemstillinger
- Vurdere hensigtsmæssigheden i forskellige former for fordeling af direkte såvel som indirekte fordelinger af omkostninger, eksempelvis anvendelse af ABC- og target costing
- Tilrettelægge særlige styringsredskaber, eksempelvis Balanced Scorecard og strategy maps

### Kompetencer

Den studerende skal:

- Håndtering af regnskabsføring og regnskabsafslutning i en SMV-virksomhed
- Udarbejdelse og analyse af årsrapporter for personligt ejede virksomheder og mindre selskaber med udgangspunkt i virksomhedens bogholderi
- Begreber og definitioner i omkostningsteorien i forbindelse med det interne regnskab og redegøre for fordele og ulemper herved
- Virksomhedens regnskabssystem, herunder allokering af omkostninger til art, sted og formål
- At kunne beskrive, sammenfatte, analysere og forklare almindeligt anvendte interne regnskabsteorier
- At kunne analysere og anvende virksomhedens omkostningsdata
- At opføre beslutningsrelevante kalkuler om rentabilitet, priser, produkt-mix, processer og aktiviteter.

## RS3: Strategisk ledelse og økonomistyring

ECTS-point: 5

### Indhold:

- At den studerende får en forståelse for sammenhængene mellem strategisk ledelse og den løbende økonomistyring.
- At den studerende får omsat den opnåede teoretisk viden inden for strategisk ledelse og den løbende økonomistyring til praktisk viden og praktisk anvendelse.
- Den studerende vil således blive kvalificeret til konkret at tage del i virksomhedens løbende økonomistyring set i et strategisk perspektiv.

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal:

- Virksomhedens regnskaber herunder resultatopgørelse, balance og likviditetsbeskrivelse.
- Virksomhedens budgetforudsætninger på det strategiske, taktiske og operative niveau herunder fastlæggelse af mål, strategier og planer på de forskellige niveauer
- Virksomhedens budgetter på det strategiske, taktiske og operative niveau herunder resultatbudget, balancebudget og likviditetsbudget
- Budgetkontrol på det operative, taktiske og strategiske niveau med beregning af afvigelser, fastlæggelse af årsager til og ansvar for afvigelserne
- Indsatsområder på det operative, taktiske og strategiske niveau ud fra afvigelser, fastlagte årsager og ansvar
- Konsekvensberegninger af afvigelserne på det operative, taktiske og strategiske niveau og prioriteringer mellem forskellige (nødvendige) tiltag ud fra konsekvensberegningerne
- Budgetrevision på det operative, taktiske og strategiske niveau
- Et overvågnings- og varslingsystem med relevante nøgletal (KPI'er) til brug i forbindelse med den operative, taktiske og strategiske ledelse
- Sammenhængene mellem strategisk ledelse, taktisk ledelse, operativ ledelse og det udførende daglige arbejde i en virksomhed.

- SWOT-modellen med virksomhedens forretningsgrundlag, eksterne områder og interne områder.

### **Færdigheder**

Den studerende skal:

- Udarbejdelse af virksomhedens regnskaber herunder resultatopgørelse, balance og likviditetsbeskrivelse.
- Udarbejdelse af virksomhedens budgetforudsætninger på det strategiske, taktiske og operative niveau herunder fastlæggelse af mål, strategier og planer på de forskellige niveauer
- Udarbejdelse af virksomhedens budgetter på det strategiske, taktiske og operative niveau herunder resultatbudget, balancebudget og likviditetsbudget
- Gennemførelse af budgetkontrol på det operative, taktiske og strategiske niveau med beregning af afvigelser, fastlæggelse af årsager til og ansvar for afvigelserne
- Fastlæggelse af indsatsområder på det operative, taktiske og strategiske niveau ud fra afvigelser, fastlagte årsager og ansvar
- Gennemførelse af konsekvensberegninger af afvigelserne på det operative, taktiske og strategiske niveau og prioriteringer mellem forskellige (nødvendige) tiltag ud fra konsekvensberegningerne
- Opbygning af et overvågnings- og varslingssystem med relevante nøgletal (KPI'er) til brug i forbindelse med den operative, taktiske og strategiske ledelse
- En opstilling af sammenhænge mellem strategisk ledelse, taktisk ledelse, operativ ledelse og det udførende daglige arbejde i en virksomhed.
- En udarbejdelse af forskellige beslutningsgrundlag i forbindelse med ovennævnte.

### **Kompetencer**

Den studerende skal:

- Selvstændigt at kunne vurdere sammenhængen mellem økonomistyring og strategisk ledelse samt begrunde og vælge relevante tiltag til styrkelse af dette.
- Selvstændigt at kunne rådgive topledelsen i en virksomhed om nødvendige tiltag på grundlag af et ajourført forretningsgrundlag
- Selvstændigt at kunne rådgive om vigtige forslag til praksisnære og komplekse ændringer i den strategiske ledelse i samarbejde med topledelsen
- Selvstændigt at kunne afdække og vurdere forslag til indsatsområder på grundlag af nøgletal og KPI'er og kunne prioritere rækkefølgen.
- Selvstændigt at kunne forholde sig kritisk til budgetforudsætninger både til resultatbudgettet og likviditetsbudgettet.
- Selvstændigt at kunne afdække væsentlige praksisnære indsatsområder og udviklingsområder på grundlag af budgetkontrollen

## **VF1: Grundlæggende skatteret**

ECTS-point: 5

### **Indhold:**

- Skatteret skal give den studerende anvendelsesorienteret kendskab til fortolkning, opgørelser og beregninger vedrørende selvstændigt erhvervsdrivende personers subjektive og objektive skattepligt

### **Læringsmål:**

#### **Viden**

Den studerende skal:

- Udviklingsbaseret viden om anvendt teori og metoder inden for skattelovgivning

- Forståelse for skatterettens udvikling og viden i relation til den praktiske løsning og formidling af skatteretslige problemer.

### *Færdigheder*

Den studerende skal:

- Anvende og formidle regler for opgørelse af skattepligtig indkomst for personer og personligt ejede virksomheder
- Mestre skatteberegning for fysiske personer  
Mestre reglerne for aktieavancer samt udbytte for fysiske personer
- Vurdere de skattemæssige virkninger af at besidde og afstå finansielle produkter
- Vurdere de skattemæssige virkninger af at besidde og afstå fast ejendom
- Begrunde anvendelsen af skattemæssige afskrivninger

### *Kompetencer*

Den studerende skal:

- Håndtere komplekse valg mellem forskellige beskatningsmodeller for personligt ejede virksomheder
- Håndterer reglerne inden for selskabsbeskatning (herunder underskud, sambeskatning, aktieavancer mv.)
- Selvstændigt indgå i tværfagligt samarbejde omkring udviklingsorienterede skatteretlige problemstillinger
- Udvikle egen viden og færdigheder i relation til ny lovgivning og praksis inden for skatteretten
- Påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel tilgang til skatteret samt identificere egne læringsmål i forbindelse