

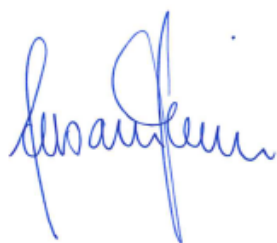
# Studieordning for markedsføringsøkonom

---

Erhvervsakademiuddannelse indenfor international handel og  
markedsføring (markedsføringsøkonom AK)  
Academy Profession Degree Programme in Marketing  
Management

---

Godkendt 25. august 2014



Områdechef Susanne Rievers



Uddannelsesdirektør Gregers Christensen



Ole Gram-Olesen  
rektor

## INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Studieordningens rammer	2
1.1. Uddannelsens formål	3
1.2. Titulatur, varighed og bevis	4
1.3. Ikrafttrædelsesdato og overgangsbestemmelser	4
1.4. Studieordningens lovmæssige rammer	5
2. Optagelse på uddannelsen	5
2.1. Adgangskrav	5
2.2. Optagelsesbetingelser	6
3. Uddannelsens indhold	6
3.1. Uddannelsens opbygning	6
3.2. Kerneområder	7
3.3. Obligatoriske uddannelseselementer	11
3.4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag	23
3.5. Praktik	25
3.5.1. Regler for praktikkens gennemførelse	26
3.6. Undervisnings- og arbejdsformer	27
3.7. Studiesprog	28
4. Internationalisering	28
4.1. Uddannelse i udlandet	28
5. Prøver og eksamen på uddannelsen	28
5.1. Generelle regler for eksamen	28
5.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer	29
5.3. Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter	29
5.3.1. Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering	30
5.3.2. Studiestartsprøven	30
5.3.3. Studieaktivitetskrav: Førsteårsprøven	30
5.4. Krav til det afsluttende projekt	31
6. Andre regler for uddannelsen	32
6.1. Merit og studieskift	32
6.2. Dispensationsregler	32

# 1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

Denne studieordning for erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK), herefter benævnt markedsføringsøkonomuddannelsen, er udarbejdet iht. BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser af de institutioner, som er godkendt til udbud af uddannelsen.

## *Fællesdel og institutionsdel*

Studieordningen består af en fællesdel, der er vedtaget i Erhvervsakademiernes uddannelsesnetværk for uddannelsen, samt en institutionsdel, der fastsættes af den enkelte uddannelsesinstitution. Fællesdelen er indarbejdet i dette dokument og udgøres af pkt. 3.2, 3.3, 3.5, 5.2, 5.4 og 6.1. Resten af studieordningen udgør institutionsdelen.

Den fælles del er udarbejdet i fællesskab af nedenstående institutioner, som i et tæt samarbejde har forpligtet sig på at sikre national kompetence og fælles dispensationspraksis.

Denne studieordnings fællesdel er fastlagt af følgende institutioner:

**Erhvervsakademi Copenhagen Business Academy**

[www.cphbusiness.dk](http://www.cphbusiness.dk)

**Erhvervsakademi Dania**

[www.eadania.dk](http://www.eadania.dk)

**Erhvervsakademiet Lillebælt**

[www.eal.dk](http://www.eal.dk)

**Erhvervsakademi Kolding**

[www.iba.dk](http://www.iba.dk)

**Erhvervsakademi MidtVest**

[www.eamv.dk](http://www.eamv.dk)

**Erhvervsakademi Sjælland**

[www.easj.dk](http://www.easj.dk)

**Erhvervsakademi SydVest**

[www.easv.dk](http://www.easv.dk)

**Erhvervsakademi Aarhus**

[www.eaaa.dk](http://www.eaaa.dk)

**Professionshøjskolen University College Nordjylland**

[www.ucn.dk](http://www.ucn.dk)

**Professionshøjskolen VIA University College**

[www.viauc.dk](http://www.viauc.dk)

Fællesdelen er vedtaget af Erhvervsakademiernes uddannelsesnetværk i sommeren 2014.

Studieordningen i sin helhed er godkendt af Cphbusiness i henhold til institutionens interne godkendelsesprocedurer d. 25/08-2014.

## 1.1. Uddannelsens formål

Formålet med erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

### **Mål for læringsudbytte**

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå på uddannelsen, jf. BEK nr. 689 af 03/07/2009: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring, bilag 1.

#### *Viden*

Den uddannede har viden om:

- virksomhedens strategiske og økonomiske organisering
- grundlæggende samfundsøkonomiske forhold
- salgets gennemførelse
- erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring

#### *Færdigheder*

Den uddannede kan:

- foretage en international markedsvurdering
- vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsføringsmæssige emner
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk
- på et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsføringsmæssige problemstillinger
- vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold
- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger

#### *Kompetencer*

Den uddannede kan:

- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering
- håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring

- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf
- tilegne sig færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen
- analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt

## 1.2. Titulatur, varighed og bevis

### *Titel*

Den, der har gennemført uddannelsen, har ret til at betegne sig *markedsføringsøkonom AK*. På engelsk anvendes titlen *AP Graduate in Marketing Management*.

Erhvervsakademigraden er i henhold til Kvalifikationsrammen for livslang læring indplaceret på niveau 5.

### *Varighed og maksimal studietid*

Uddannelsen er normeret til 120 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til ét års fuldtidsstudier, jf. § 9 i BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen). Uddannelsen skal, jf. LEP-bekendtgørelsen §5, stk. 2, senest være afsluttet inden for det antal år, der svarer til det dobbelte af den normerede uddannelsestid. Det vil sige fire år. Cphbusiness kan dispensere fra seneste afslutningstidspunkt, hvis udskydelsen heraf er begrundet med usædvanlige forhold.

### *Bevis*

Cphbusiness udsteder eksamensbevis for markedsføringsøkonomuddannelsen, når uddannelsen er bestået.

## 1.3. Ikrafttrædelsesdato og overgangsbestemmelser

Denne studieordning træder i kraft den 1. august 2014 og har virkning for studerende, som optages og er indskrevet på uddannelsen med studiestart fra og med efteråret 2014. På samme tid ophører tidligere Cphbusiness offentliggjorte studieordninger for denne uddannelse og erstattes af nærværende. Studerende, der er optaget på tidligere studieordninger, kan ansøge om at færdiggøre uddannelsen efter disse, såfremt det kan lade sig gøre inden for uddannelsens maksimale ECTS-point, jf. stk. 1.2. og 3.1. Cphbusiness kan under særlige omstændigheder dispensere fra denne studieordnings stk. 1.3. Ved fremtidig udstedelse af en ny studieordning, eller ved væsentlige ændringer i denne studieordning, fastsættes overgangsordninger i den nye studieordning.

## 1.4. Studieordningens lovmæssige rammer

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).
- BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 223 af 11/03/2014: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (adgangsbekendtgørelsen)
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 689 af 03/07/2009: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Gældende love og bekendtgørelser offentliggøres på [www.retsinfo.dk](http://www.retsinfo.dk)

## 2. OPTAGELSE PÅ UDDANNELSEN

### 2.1. Adgangskrav

Adgang til uddannelsen forudsætter en adgangsgivende eksamen samt opfyldelse af bestemte område- og uddannelsesspecifikke krav. Alle adgangskrav er fastlagte i den aktuelle adgangsbekendtgørelse. Ved tvivl om informationerne i dette afsnit, er det således adgangsbekendtgørelsens fremstilling af adgangskravene, der er gældende.

Følgende eksaminer er umiddelbart adgangsgivende:

- En gymnasial eksamen (som defineret i adgangsbekendtgørelsen § 3)
- Erhvervsuddannelse:
  - Detailhandelsuddannelsen med specialer
  - Eventkoordinatoruddannelsen (trin 2)
  - Finansuddannelsen (trin 2)
  - Generel kontoruddannelse
  - Kontoruddannelsen med specialer
  - Handelsuddannelsen med specialer
- Anden relevant erhvervsuddannelse

De område- og uddannelsesspecifikke adgangskrav er engelsk på C-niveau og enten matematik eller virksomhedsøkonomi på B-niveau, jf. bilag til adgangsbekendtgørelsen.

## 2.2. Optagelsesbetingelser

Opfyldelse af adgangskravene i stk. 2.1. er nødvendige, men ikke i sig selv tilstrækkelige for optagelse. Cphbusiness kan fastsætte og offentliggøre nærmere regler for, hvilke kriterier ansøgere optages ud fra, hvis der er flere kvalificerede ansøgere, jf. stk. 2.1., end der er studiepladser til rådighed.

Cphbusiness offentliggør sådanne kriterier for udvælgelse på erhvervsakademiets hjemmeside under hensyntagen til frister krævet af Uddannelses- og Forskningsministeriet.

## 3. UDDANNELSENS INDHOLD

### 3.1. Uddannelsens opbygning

Uddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS. Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 80 ECTS, valgfri uddannelseselementer til 10 ECTS, praktik til 15 ECTS og et afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	International markedsføring og salg (30 ECTS)	20 ECTS	10 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	10 ECTS	10 ECTS
	Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Erhvervsret (10 ECTS)	10 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer	5 ECTS	5 ECTS	
Praktik		15 ECTS	
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
<b>I alt ECTS</b>	<b>(80 ECTS)</b>	<b>60 ECTS</b>	<b>60 ECTS</b>

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter på mere end de normerede 120 ECTS-point. Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende eksamensprojekt, evalueres og bedømmes jf. afsnittet om prøver og eksamen på uddannelsen i kapitel 5. Når bedømmelsen 'bestået' eller karakteren 02 som minimum er opnået, anses uddannelseselementet for bestået. Læs mere om uddannelsens eksaminer i kapitel 5 samt i lokale dokumenter for uddannelsen.

### 3.2. Kerneområder

Uddannelsen dækker fire kerneområder, jf. stk. 3.1., der tilsammen udgør 80 ECTS. Fordelingen af ECTS-point samt kerneområdernes indhold er fastlagte af udbyderinstitutionerne i fællesskab. I det følgende vil uddannelsens kerneområder blive gennemgået.

<b>International markedsføring og salg</b>
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li> <li>• Grundlæggende statistik</li> <li>• Markedsanalyse</li> <li>• Vækststrategi</li> <li>• Internationalisering</li> <li>• Segmentering, målgruppevalg og positionering</li> <li>• Markedsføringsstrategi</li> <li>• Salg og forhandlingsteknik</li> </ul>
<b>Læringsmål:</b> <i>Viden</i> Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvendt teori inden for markedsføring i et internationalt perspektiv</li> <li>• forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg</li> </ul> <i>Færdigheder</i> Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>• analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier</li> <li>• vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau</li> <li>• anvende forskellige markedsanalysemetoder og statistiske færdigheder til vurdering af data</li> </ul> <i>Kompetencer:</i> Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>• forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft</li> <li>• deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnær markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked</li> <li>• håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden</li> </ul>

<b>Økonomi</b>
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedsanalyse</li> <li>• Mikroøkonomi</li> <li>• Investering og finansiering</li> <li>• Beskrivende økonomi og handelsteori</li> <li>• Makroøkonomi</li> </ul>



- Budgettering og parameteroptimering

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal have viden om:

- grundlæggende mikroøkonomiske forhold
- elementerne i virksomheders økonomiske styring
- det globale økonomiske kredsløb

#### Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- udarbejde mikroøkonomiske analyser på vare- og arbejdsmarked
- beskrive og analysere investerings- og finansieringsalternativer
- beskrive og analysere de væsentligste samfundsøkonomiske og demografiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- udarbejde relevante budgetter for en virksomhed og et projekt
- foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

#### Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- vurdere en virksomheds økonomiske udvikling og benytte budgettering i den økonomiske styring
- placere en given branche under en markedsform samt vurdere konsekvenserne heraf ved inddragelse af pris- og indkomstelasticiteter
- foretage en beregning af en investerings lønsomhed og redegøre for valg af finansieringsform
- inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til analyse og vurdering af et marked

## Kommunikation, organisation og ledelse

**Omfang:** 20 ECTS

### Indhold:

- Analyse af kommunikationsformer og strategier samt kulturel kontekst
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng
- Analyse af virksomhedens struktur, ledelse, værdier, processer, motivationsfaktorer og kultur
- Innovation
- Organisationsudvikling
- Salgsorganisering
- Projektledelse og styring
- Analyse og vurdering af virksomhedens supply chain
- Analyse og vurdering af supply chain management

### Læringsmål:

#### Viden

Den studerende skal have viden om:

- begreber, teorier og praktiske problemstillinger inden for kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik
- metoder og teorier inden for salgsorganisering

- elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet
- teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- teorier og metoder til implementering af organisationsudvikling
- kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale som non verbale virkemidler samt kulturforskelle
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og -former

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- analysere en organisations struktur, processer, kultur og ledelse ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- analysere virksomhedens supply chain samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber inden for SCM
- vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- analysere innovationstyper og modeller i praksis
- anvende engelsk skriftligt men primært mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- planlægge og styre forskellige typer af projekter
- håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed både på engelsk og dansk
- deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

### **Erhvervsret**

**Omfang:** 10 ECTS

#### **Indhold:**

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret

- Pant og kaution
- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal have viden om:

- det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- de overordnede ferieregler
- rekonstruktionsreglerne
- mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældsbrevlovens regler
- det i retspraksis udviklede produktansvar
- grundlæggende internationalt privatretlige regler
- grundlæggende immaterialretlige regler
- konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling

*Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - erstatning, herunder produktansvar
  - e-handel
  - aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
  - hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - ansættelsesret, navnlig funktionærret
  - tvangsfuldbyrdelse og konkurs
  - ejendomsforbehold
  - køb og finansiering af samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

*Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af
  - markedsføring
  - danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010

### 3.3. Obligatoriske uddannelseselementer

Kerneområderne dækkes af en række uddannelseselementer, der ligeledes svarer til 80 ECTS-point. Denne del af studieordningen er fastlagt af udbyderinstitutionerne i fællesskab, og disse uddannelseselementer er obligatoriske. De obligatoriske uddannelseselementer afsluttes alle med en prøve og fordeles som følger:

*Skematisk fremstilling af uddannelseselementer fordelt på semestre*

<b>Kerneområde/ uddannelses- element</b>	International markedsføring	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
<b>Tema</b>					
Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik 1	5 ECTS A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	10 ECTS A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS A: Retskilder B: Aftaleret C: Kredit-sikring D: Virksomhedens retlige forhold	
Strategiformulering	10 ECTS A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationalisering E: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	5 ECTS A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	5 ECTS A: Statistik el. B: Valgfag el. C: Valgfag
Strategiimplementering	10 ECTS A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlings-teknik	10 ECTS A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameter-optimering	5 ECTS A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		5 ECTS A: Driftsøkonomi el. B: Valgfag
Praktik og afsluttende eksamensprojekt	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

I det følgende vil de obligatoriske uddannelseselementer blive gennemgået.

## International markedsføring og salg

**Omfang:** 30 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselements placering på studiet:

- International markedsføring og salg I (10 ECTS)
- International markedsføring og salg II (10 ECTS)
- International markedsføring og salg III (10 ECTS)

### International markedsføring og salg I

Indhold:

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik 1

#### Læringsmål:

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk
- og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål og strategier
- vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer
- identificere virksomhedens stakeholders og vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd
- identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden
- formidle virksomhedens stærke og svage sider samt trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere
- benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- behandle markedsanalyseedata ved brug af statistiske værktøjer

##### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter

### International markedsføring og salg II

Indhold:

- Markedsanalyse
- Vækststrategier
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- forskellige vækststrategier
- internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner

*Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- anvende statistiske færdigheder til vurderingen af markedsanalysens validitet og reliabilitet:
  - udarbejde test for goodness of fit
  - udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

*Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- vurdere statistisk bearbejdet markedsanalyse selvstændigt
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering

**International markedsføring og salg III**

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal have viden om:

- designbriefets struktur og indhold
- og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- markedsføringsplanens indhold og anvendelse

- marketing- og salgsbudgetter
- forskellige salgsstrategier
- forskellige forhandlingsteorier og modeller
- betydningen af internationale kompetencer

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- anvende forskellige forhandlingsteorier og -modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- gennemføre uddannelseselementer på engelsk

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- arbejde i internationale teams/grupper

### **Udprøvning og bedømmelse:**

- Eksamen i Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (International markedsføring og salg I og II)
- Eksamen i Strategiimplementering (International markedsføring og salg III)

## **Økonomi**

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselements placering på studiet:

- Økonomi I (5 ECTS)
- Økonomi II (5 ECTS)
- Økonomi III (10 ECTS)

### **Økonomi I**

Indhold:

- Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. break-even analyser
- Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter
- Virksomhedsanalyse
- Markedsforhold - nytte og efterspørgsel
- Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer

**Læringsmål:**

### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- virksomhedens omkostningsforløb, herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- virksomheders økonomiske styringsområder, herunder målsætning og opgaver
- grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra
- virksomhedens pengestrømme
- virksomheders supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- prisdannelse på konsument- og producentmarkedet, herunder producent- og forbrugeroverskud
- pris- og indkomstelasticiteters betydning
- forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika
- analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktierelaterede nøgletal
- formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter
- analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- vurdere, hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- påpege, hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- analysere en virksomheds økonomiske udvikling i en struktureret sammenhæng med henblik på handlemuligheder
- placere en given branche under en markedsform samt vurdere konsekvenserne heraf
- inddrage pris- og indkomstelasticiteter i den samfundsøkonomiske analyse

## **Økonomi II**

Indhold:

- Grundlæggende investeringsteori



- Grundlæggende finansiering og valgkriterier mellem finansieringsformer
- Handelsteori og handelspolitiske indgreb
- Beskrivende økonomi

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- kriterier for valg af finansieringsform
- klassiske og nyere handelsteorier
- udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- sammenligne forskellige finansieringsformer
- beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- foretage en beregning af en investerings lønsomhed og redegøre for valg af finansieringsformmarketingstrategi

### **Økonomi III**

Indhold:

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller
- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal have viden om:

- grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- grundlæggende budgetkontrol
- arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- forskellige former for økonomisk politik
- forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager
- rente- og valutakursdannelsen
- det monetære samarbejde inden for EU
- forskellige økonomiske teoriers opfattelse af konjunktursvingninger

*Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- udarbejde et balancebudget
- foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

*Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- udarbejde budgetter som led i virksomhedens økonomiske styring samt gennemføre af budgetkontrol
- inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder

**Udprøvning og bedømmelse:**

- Eksamen i Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (Økonomi I og II)
- Eksamen i Strategiimplementering (Økonomi III)

## Kommunikation, organisation og ledelse

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselements placering på studiet:

- Kommunikation, organisation og ledelse I (10 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse II (5 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse III (5 ECTS)

### Kommunikation, organisation og ledelse I

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

#### Læringsmål:

*Viden*

Den studerende skal have viden om:

- begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- kommunikationsmodeller og -teorier
- forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer inden for Supply Chain Management
- interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- mødestrategier
- grundreglerne inden for problemorienteret projektarbejde

*Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse og motivation
- forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde
- analysere innovationstyper og modeller i praksis
- analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt

- anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder:
  - arbejde kreativt med personlig kommunikation
  - udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- sætte sig ind i akademisk materiale
- anvende metoder til udvikling af personligheden

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- præsentere materiale skriftlig og mundtligt

## **Kommunikation, organisation og ledelse II**

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse - nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- de logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- kulturteorier og -modeller samt analyse af nationale kulturer
- kulturforskelle, nationalt og internationalt, samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- begreber såsom kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante

løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet

- identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhænge
- analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- arbejde sammen på tværs af kulturer

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne
- tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger

## **Kommunikation, organisation og ledelse III**

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- begreber og metoder og IT værktøjer til planlægning og styring af projekter
- teorier om organisationsudvikling og metoder til implementering af organisatoriske udviklingsprojekter
- metoder og teorier inden for salgsorganisering og -ledelse

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- etablere kontakt til relevante samarbejdsparter i forskellige projekter
- inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

<p><b>Kompetencer</b></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter</li><li>• vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling</li><li>• analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse</li><li>• etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk</li><li>• tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet</li></ul>
<p><b>Udprøvning og bedømmelse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eksamen i Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (Kommunikation, organisation og ledelse I og II)</li><li>• Eksamen i Strategiimplementering (Kommunikation, organisation og ledelse III)</li></ul>

<p><b>Erhvervsret</b></p>
<p><b>Omfang:</b> 10 ECTS</p>
<p>Det obligatoriske uddannelseselements placering på studiet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Erhvervsret I (5 ECTS)</li><li>• Erhvervsret II (5 ECTS)</li></ul>
<p><b>Erhvervsret I</b></p> <p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Retskilder samt domstolssystemet</li><li>• Aftaleret, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>• Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler</li><li>• Fuldmagt</li><li>• Ugyldighed</li><li>• Forbrugerftaler</li></ul></li><li>• Virksomhedens retlige forhold, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomhedsformer</li><li>• Ansættelsesret, herunder ferie</li><li>• Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud</li></ul></li><li>• Kreditsikring, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>• Kaution</li><li>• Ejendomsforbehold</li><li>• Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom</li></ul></li></ul>
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• retskilderne</li><li>• domstolssystemet</li><li>• konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden</li><li>• ugyldighed og fortrydelsesret</li></ul>

- ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- tvangsakkord og frivillig akkord
- kaution
- pant i løsøre, herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældslovens regler om sikringsakter

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - aftaleret, herunder
    - aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
    - fuldmagtsforhold
  - hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
  - individuel- og universalforfølgning, herunder
    - transbeneficiet
    - konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
  - kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
  - finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
    - prioritetsordenen
    - sikringsakter
    - gyldighedsvirkningen
    - ejendomsbestanddele og tilbehørspant

## **Erhvervsret II**

Indhold:

- Erstatning uden for kontrakt, herunder
  - Erstatningsbetingelserne
  - Arbejdsgiveransvar
  - Produktansvar
- Dansk og international køberet, herunder international privatret
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder:
  - Markedsføringsret
  - E-handelsret
  - Immaterialret
  - Konkurrenceret

### **Læringsmål:**

*Viden*

Den studerende skal have viden om:

- det i retspraksis udviklede produktansvar
- lovvalg og værneting i internationale konflikter
- konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling

- designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - erstatning, herunder:
    - erstatningsbetingelserne
    - arbejdsgiveransvar
    - produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- e-handel

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af
  - markedsføring
  - danske og internationale salg, herunder
    - risikoovergang
    - levering
    - misligholdelse
    - misligholdelse i danske forbruger køb
    - Incoterms 2010

#### **Udprøvning og bedømmelse:**

- Eksamen i Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (Erhvervsret I og II)

### **3.4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag**

Uddannelsens valgfri uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 10 ECTS-point.

De valgfrie elementer udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje. De valgfrie uddannelseselementer består af to fag, der er fastsat af bekendtgørelsen, og som udbydes fælles på alle udbudssteder, samt af øvrige valgfri uddannelseselementer, der udvikles og udbydes af Cphbusiness.

I det følgende præsenteres to af de udbudte valgfri uddannelseselementer. De resterende offentliggøres i uddannelsens valgfagskatalog.

<b>Statistik</b>
<b>Omfang:</b> 5 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sandsynlighedsregning</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Regressionsanalyse</li> <li>• Variansanalyse</li> </ul>



<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.</li> <li>• Skalering.</li> <li>• Regressionsanalyse</li> <li>• Variansanalyse</li> </ul> <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.</li> <li>• Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable</li> </ul> <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling</li> <li>• At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> <li>• At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> </ul> <p><b>Bedømmelse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 timers skriftlig prøve. Intern prøve.</li> </ul>
---

<p><b>Driftsøkonomi</b></p>
<p><b>Omfang:</b> 5 ECTS</p>
<p><b>Indhold:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.</li> </ul>
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser</li> <li>• Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats</li> <li>• De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret</li> </ul>

-omkostningssystemer (ABC-costing)

- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og --- udskiftningstidspunkt ifm. investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold
- Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisfølsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder.

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

**Bedømmelse:** 3 timers skriftlig prøve. Intern prøve. D

### **3.5. Praktik**

Markedsføringsøkonomuddannelsen er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte. I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende søger selv aktivt praktikplads hos en eller flere private eller offentlige virksomheder, og Cphbusiness sikrer rammerne om praktikforløbet.

Praktikopholdet er ulønnet.

<b>Praktik</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> 4. semester
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Læringsmål:</b> <i>Viden</i> Den studerende skal have: <ul style="list-style-type: none"><li>• detailkendskab til virksomhedens produkter og arbejdsgange inkl. viden om anvendt teori og metode</li><li>• erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver</li></ul> <i>Færdigheder</i> Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>• anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet</li><li>• indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt</li><li>• vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse</li><li>• kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter</li></ul> <i>Kompetencer</i> Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>• forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis</li><li>• i en struktureret sammenhæng tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet</li><li>• forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis</li></ul>
<b>Udprøvning og bedømmelse:</b> Eksamen i praktikforløb. Detaljer om udprøvning og bedømmelse af praktikken kan findes under eksamensafsnittet i denne studieordning og i praktikmanualen.

### 3.5.1. Regler for praktikkens gennemførelse

#### *Krav til de involverede parter*

Praktikvirksomheden stiller en kontaktperson til rådighed for den studerende i praktikperioden. Kontaktpersonen udformer i samarbejde med den studerende en praktikaftale, hvoraf det fremgår, hvilke opgaver, den studerende skal arbejde med i praktikperioden. Opgaverne skal tilgodese læringsmålene for praktikken.

Ved tilrettelæggelsen af praktikken skal der tages hensyn til den studerendes forudsætninger og forkundskaber. Praktikaftalen fremsendes til uddannelsesinstitutionen til godkendelse.

Den studerende udformer en skriftlig rapport over praktikperioden, hvoraf det fremgår, hvorledes læringsmålene for praktikken er opfyldt.

Cphbusiness har udpeget et antal praktikvejledere for uddannelsen, hvoraf en fungerer som sparringspartner for den studerende under hele praktikforløbet, og som endvidere også fungerer som eksaminator på praktikrapporten.

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer for praktikforløbet.

Efter praktikopholdet er afsluttet afvikler Cphbusiness en elektronisk evaluering af praktikforløbet, som både den studerende og virksomheden deltager i. Den studerende skal deltage i denne elektroniske evaluering for at kunne gå til eksamen i praktikprojektet.

*Skematisk fremstilling af krav til de involverede parter*

<b>Studerende</b>	<b>Virksomhed</b>	<b>Cphbusiness</b>
<b>Ansøger om praktikplads</b>	Stiller kontaktperson til rådighed for praktikant	Sikrer rammer Udpeger praktikvejleder
<b>Studerende og virksomhed udarbejder en praktikaftale, der tager højde for læringsmålene</b>		Drøfter aftalen med den studerende Godkender indsendte praktikaftaler, der opfylder krav
<b>Studerende og virksomhed samarbejder under praktikopholdet</b>		
<b>Kontaktperson og praktikvejleder bistår den studerende undervejs i praktikopholdet</b>		
<b>(Udarbejder praktikopgave)</b>		
<b>Deltager i evaluering af praktikopholdet</b>	Deltager i evaluering af praktikanten og praktikopholdet	
<b>(Deltager i eksamen)</b>		(Afvikler eksamen)

### 3.6. Undervisnings- og arbejdsformer

Der er flere forskellige undervisnings- og arbejdsformer på Cphbusiness, eksempelvis forelæsninger, casearbejde, mindre opgaver, praktiske og teoretiske øvelser, laboratoriearbejde, mundtlige oplæg, hjemmearbejde, ekskursioner og lignende.

Formålet med arbejdsformerne er, at den studerende, gennem den af uddannelsen valgte fremgangsmåde, tilegner sig og anvender viden, færdigheder og kompetencer inden for uddannelsens kerneområder i overensstemmelse med læringsmålene for uddannelsen.

### 3.7. Studiesprog

Markedsføringsøkonomuddannelsen er en dansksproget uddannelse, hvorfor hovedparten af undervisningen udbydes på dansk. Nogle uddannelsesmoduler eller dele heraf gennemføres muligvis på engelsk, og der stilles krav om, at de studerende skal ligeledes kan gennemføre disse. Det vil sige, at de studerende skal kunne læse tekster på engelsk, deltage aktivt i engelsksproget undervisning samt skrive og fremlægge opgaver og projekter på engelsk. Uddannelseselementer, der udbydes på engelsk, eksamineres på engelsk.<sup>1</sup>

## 4. INTERNATIONALISERING

### 4.1. Uddannelse i udlandet

Alle fuldtidsuddannelser på Cphbusiness er tilrettelagt, så en studerende inden for den normerede studietid har mulighed for at gennemføre dele af uddannelsen i udlandet. På markedsføringsøkonomuddannelsen kan følgende uddannelseselementer gennemføres i udlandet:

- Hele 3. semester
- Praktikophold

Uddannelseselementer taget som del af et udlandsophold kan meriteres til uddannelsen, såfremt de opfylder de indholdsmæssige og niveaumæssige krav beskrevet i denne studieordning.

Cphbusiness skal modtage og nå at godkende ansøgningen om meritering, inden udlandsopholdet påbegyndes. Afgørelsen træffes på baggrund af en faglig vurdering. Den studerende forpligter sig ved forhåndsgodkendelse af et studieophold til at kunne dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer efter endt studieophold. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger. Et meriteret uddannelseselement anses for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne for den pågældende uddannelse.

## 5. PRØVER OG EKSAMEN PÅ UDDANNELSEN

### 5.1. Generelle regler for eksamen

For prøver og eksamen på Cphbusiness gælder reglerne i BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser og BEK 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelsen om karakterskala og anden

---

<sup>1</sup> Markedsføringsuddannelsen udbydes også på engelsk. For beskrivelse af uddannelsen med engelsk som studiesprog henvises til den engelske udgave af denne studieordning (Curriculum – Marketing Management).

bedømmelse. Derudover gælder den senest offentliggjorte version af Cphbusiness' eksamensreglement og øvrige lokalt udarbejdede dokumenter offentliggjort af institutionen.

## 5.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer

I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på markedsføringsøkonomuddannelsen. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder formalia og anvendelse af hjælpemidler, kan findes i eksamensbeskrivelserne, og eksamensperioder offentliggøres i studiekalenderen.

Den studerende udprøves i flere uddannelseselementer ved samme prøve. Hver enkelt prøve vil fremgå med en samlet karakter på eksamensbeviset.

*Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver, uddannelsens bestanddele og deres tidsmæssige placering*

Semester	Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis	ECTS
<b>2. semester</b>	1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	En samlet karakter	55
	1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	En karakter	5
<b>3. semester</b>	2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	En karakter	25
	3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	Valgfrit uddannelseselement	En karakter	5
<b>4. semester</b>	4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	En karakter	15
	2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	En karakter	15

Eksaminer beskrives i lokale dokumenter for uddannelsen.

## 5.3. Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter

Ud over førnævnte eksaminer stilles der på uddannelsen en række krav om gennemførelse af obligatoriske aktiviteter, som den studerende skal indfri for at kunne gå til eksamen og fortsætte uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 9 og § 5. stk. 2.

### 5.3.1. Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering

Det er et krav på flere uddannelseselementer, at den studerende skal have godkendt en række obligatoriske læringsaktiviteter for at kunne gå til eksamen. Er de obligatoriske læringsaktiviteter ikke godkendt, kan den studerende ikke gå til eksamen og har brugt et eksamensforsøg. Den studerende er automatisk tilmeldt den næste eksamen og skal fortsat opfylde betingelserne for at kunne gå til eksamen.

De obligatoriske læringsaktiviteter varierer fra uddannelseselement til uddannelseselement og kan bestå i eksempelvis deltagelsespligt, præsentationer eller afleveringer. De obligatoriske læringsaktiviteter på markedsføringsøkonomuddannelsen fremgår af lokale dokumenter for uddannelsen.

### 5.3.2. Studiestartsprøven

Cphbusiness afvikler studiestartsprøver på alle uddannelser. En studerende skal bestå studiestartsprøven for at kunne fortsætte på uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 9.

<b>Studiestartsprøven</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> Studiestartsprøven afholdes senest to måneder efter uddannelsens start
<b>Form:</b> Studiestartsprøven er beskrevet i lokale dokumenter for uddannelsen.
<b>Bedømmelse:</b> Godkendt/ikke godkendt.
<b>Adgangsgrundlag:</b> Intet
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Er prøven ikke bestået i første forsøg, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, der afholdes senest tre måneder efter uddannelsens start. Bestås omprøven ikke, kan den studerende ikke fortsætte på uddannelsen og udmeldes, jf. eksamensbekendtgørelsens § 9.
<b>Særligt for studiestartsprøven:</b> Studiestartsprøven er ikke omfattet af reglerne om klager over prøver, jf. eksamensbekendtgørelsen § 9. stk. 4. Cphbusiness kan for den enkelte studerende dispensere fra de tidspunkter, der er fastsat for at bestå studiestartsprøven, hvis det er begrundet i sygdom, barsel eller usædvanlige forhold. Disse forhold skal være dokumenterede.

### 5.3.3. Studieaktivitetskrav: Førsteårsprøven

Studerende på markedsføringsøkonomuddannelsen skal opfylde et særligt studieaktivitetskrav kaldet førsteårsprøven. For at leve op til førsteårsprøvekravet skal den studerende bestå en eller flere eksaminer inden udgangen af første studieår.

På markedsføringsøkonomuddannelsen består studieaktivitetskravet førsteårsprøven af et krav om, at 1. eksterne og 1. interne prøve på første år skal være bestået inden

udgangen af første studieår. Dette fremgår endvidere af lokale dokumenter for uddannelsen.

### Konsekvensen af ikke at bestå førsteårsprøven

Hvis en studerende ikke består eksamen i de pågældende uddannelseselementer inden udgangen af første studieår efter studiestart, vil den studerende blive udmeldt af uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 8. stk. 2 og adgangsbekendtgørelsen § 36, stk. 1, nummer 4.

## 5.4. Krav til det afsluttende projekt

Det afsluttende projekt på markedsføringsøkonomuddannelsen skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og centralt anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der således skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Cphbusiness godkender problemstillingen.

Eksamen i det afsluttende eksamensprojekt afvikles som en ekstern prøve, der sammen med prøven efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Prøven består i et skriftligt projekt og en mundtlig eksamination, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået. For yderligere information om det afsluttende eksamensprojekt henvises til studieordningens afsnit 5.2. og manualen for det afsluttende eksamensprojekt.

<b>Det afsluttende projekt</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> 4. semester
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Formål:</b> Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen anført indledningsvist i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i> Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet</li> </ul> <p><i>Færdigheder</i> Den studerende skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig til uddannelsens centrale</li> </ul>



fagområder

- anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling

#### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser
- vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger
- opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger

**Bedømmelse:** Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3. Der oplyses ikke delkarakterer.

## 6. ANDRE REGLER FOR UDDANNELSEN

### 6.1. Merit og studieskift

Det er muligt at få meriteret uddannelsesdele fra andre institutioner eller lignende til en uddannelse på Cphbusiness. Cphbusiness godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele på uddannelsen på Cphbusiness. Afgørelsen træffes på baggrund af en faglig vurdering.

Et meriteret uddannelseselement fra et udlandsophold anses for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne for den pågældende uddannelse. Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der er relevant for en meritvurdering. Cphbusiness behandler endvidere denne ansøgning om merit efter disse bestemmelser.

#### *Studieskift*

Skift til ny uddannelse på samme eller anden uddannelsesinstitution sker efter reglerne for den nye uddannelse.

Overflytning til samme uddannelse ved Cphbusiness eller anden institution kan, medmindre der foreligger særlige forhold, tidligst ske, når den studerende har bestået prøver svarende til første studieår på den modtagende uddannelse, jf. adgangsbekendtgørelsen § 35, stk.2. Overflytning forudsætter, at der er ledige uddannelsespladser på det pågældende uddannelsesstrin af uddannelsen.

### 6.2. Dispensationsregler

Cphbusiness kan fravige, hvad institutionen eller institutionerne har fastsat i denne studieordning, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. En studerende skal søge

om dispensation og dokumentere de særlige forhold, der er årsag til behovet for dispensation. Cphbusiness vil behandle sagen og meddele afgørelse, når den foreligger.