

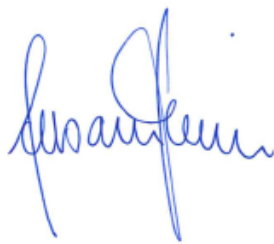
# Studieordning for international handel og markedsføring

---

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og  
markedsføring  
Bachelor's Degree Programme in International Sales and Marketing

---

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	5
3. Uddannelsens indhold	6
3.1. Uddannelsens opbygning	6
3.2. Kerneområder	6
3.3. Obligatoriske uddannelseselementer	10
3.4. Valgfri uddannelseselementer: Valgfag	22
3.5. Praktik	22
3.5.1. Regler for praktikkens gennemførelse	23
3.6. Undervisnings- og arbejdsformer	24
3.7. Studiesprog	25
4. Internationalisering	25
4.1. Uddannelse i udlandet	25
5. Prøver og eksamen på uddannelsen	25
5.2. Beskrivelse af eksamensformer på de obligatoriske uddannelsesdele	26
5.3. Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter	26
5.3.1. Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering	27
5.3.2. Studiestartsprøven	27
5.4. Krav til bachelorprojektet	28
6. Andre regler for uddannelsen	29
6.1. Merit og studieskift	29
6.2. Dispensationsregler	30

# 1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

Denne studieordning for professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring 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, 3.5.0, 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 ensartet dispensationspraksis.

Denne studieordnings fællesdel er fastlagt af følgende institutioner:

**Erhvervsakademi Copenhagen Business Academy**

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

**Erhvervsakademi Kolding**

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

**Erhvervsakademiet Lillebælt**

[www.eal.dk](http://www.eal.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 godkendt 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 uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring er at give den uddannede viden om og forståelse af praksis, anvendt teori og metode inden for internationalt orienteret salg og markedsføring samt kvalificere den uddannede til selvstændigt at analysere, vurdere og reflektere over relevante problemstillinger samt varetage komplekse opgaver i forbindelse med internationale kunderelationer og direkte salg.

### ***Mål for læringsudbytte***

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en professionsbachelor i international handel og markedsføring skal opnå i uddannelsen, jf. BEK nr. 1031 af 03/11/2009: Bekendtgørelse om uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring, bilag 1.

#### *Viden*

Den uddannede har viden om:

- praksis, anvendt teori og metode inden for salg og markedsføring i et internationalt perspektiv og kan reflektere herover
- centrale teorier og modeller, der er nødvendige for business-to-business salg og markedsføring
- centrale love og regler af betydning for international markedsføring og salg,
- relevante modeller til vurdering af vækst- og udviklingsmuligheder samt
- ledelsesmæssige teorier og metoder

#### *Færdigheder*

Den uddannede kan:

- udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper
- anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden
- vurdere og anvende juridiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg i en internationalt fokuseret virksomhed
- vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen
- begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- anvende relevante modeller til udvikling i forbindelse med innovative projekter
- anvende metoder til ledelse af salgspersonale

#### *Kompetencer*

Den uddannede kan:

- håndtere og identificere behov for relevant økonomisk og juridisk information omkring internationale salgsopgaver
- selvstændigt indgå i tværgående teams og skabe et motiverende miljø i salgsafdelingen
- håndtere salgsmøder med fokus på de økonomiske resultater og menneskelige indsatsområder
- selvstændigt håndtere komplekse opgaver og udviklingsorienterede situationer i forbindelse med internationalt salg og markedsføring og
- identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer inden for international handel og markedsføring

## 1.2. Titulatur, varighed og bevis

### *Titel*

Den, der har gennemført uddannelsen, har ret til at betegne sig *professionsbachelor i international handel og markedsføring*.

På engelsk anvendes titlen *Bachelor of International Sales and Marketing*.

Professionsbachelorgraden er i henhold til Kvalifikationsrammen for livslang læring indplaceret på niveau 6.

### *Varighed og maksimal studietid*

Uddannelsen er en selvstændig overbygning og er normeret til 90 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 et antal år, der svarer til det dobbelte af den normerede uddannelsestid. Det vil sige tre år. Cphbusiness kan dispensere fra seneste afslutningstidspunkt, hvis udskydelsen heraf er begrundet med usædvanlige forhold.

### *Bevis*

Cphbusiness udsteder eksamensbevis for professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring, 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
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 1031 af 03/11/2009: Bekendtgørelse om uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring

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.

Adgang til uddannelsen forudsætter erhvervsakademiuddannelsen i international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK) eller anden dansk eller udenlandsk uddannelse på samme niveau, samt opfyldelse af en række specifikke adgangskrav. De specifikke adgangskrav til uddannelsen er: Gennemsnit på adgangsgivende eksamen, motivation og tidligere erfaring. Ansøgere kan blive indkaldt til personlig samtale.

### 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 90 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 50 ECTS, valgfrie uddannelseselementer til 10 ECTS, praktik til 15 ECTS og et bachelorprojekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	Virksomhedens salgsgrundlag (30 ECTS)	30 ECTS	
	Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv (20 ECTS)	20 ECTS	
Valgfrie uddannelseselementer		10 ECTS	
Praktik			15 ECTS
Bachelorprojekt			15 ECTS
<b>I alt ECTS</b>	(50 ECTS)	<b>60 ECTS</b>	<b>30 ECTS</b>

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter på mere end de normerede 90 ECTS-point. Alle uddannelseselementer, inklusiv bachelorprojektet, 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 to kerneområder, jf. stk. 3.1., der tilsammen udgør 50 ECTS. Fordelingen af ECTS-point samt kerneområdernes indhold er fastlagte af udbyderinstitutionerne i fællesskab. I det følgende vil uddannelsens kerneområder blive gennemgået.

<b>Virksomhedens salgsgrundlag</b>
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• En analyse af nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker m.v. som grundlag for en vurdering af virksomhedens samlede indsatsområder</li><li>• Analyse af virksomhedens forretningsmodel og effektivitet i virksomhedens Supply Chain med henblik på fastlæggelse af virksomhedens kernekompetencer og evne til at dække kundernes behov</li><li>• Komplekse konkurrenceformer, konkurrentanalyse, regulering af konkurrenceforhold og en analyse og vurdering af de internationale økonomiske omverdens forhold samt finansiel og økonomisk benchmarking og benchmarking af virksomhedens Supply Chain</li><li>• Salgsfunktionens organisering og relationer til andre funktioner, herunder samarbejdspartnere</li><li>• Produkt- og konceptudviklingsstrategi- og processer</li><li>• Vurdering af den innovative platform samt virksomhedens innovative processer og drivkræfter</li><li>• International aftaleindgåelse og salg af varer og tjenesteydelser</li><li>• International juridisk konflikthåndtering</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Viden</i></p> Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"><li>• have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer, kundegrundlag, udvikling af kundeporteføljen samt lønsomhedsvurderinger</li><li>• kunne forstå værktøjer for vurdering af kundeporteføljen omkring lønsomhed, engagement og kreditgivning</li><li>• kunne forstå reglerne for international handel med varer og tjenesteydelser samt kendskab til EU konkurrenceret og markedsføringsret</li><li>• have kendskab til ansættelsesretlige klausuler og EU's ansættelsesretlige regler om ansættelsesbeviser og udstationering</li><li>• have kendskab til EU's servicedirektiv</li><li>• have kendskab til international konflikthåndtering</li><li>• have kendskab til international patent- og varemærkeret</li><li>• kunne forholde sig til og inddrage relevante teorier og modeller om konkurrencesituationen på markedet</li><li>• kunne forstå benchmarkingteori til sammenligninger inden for brancher</li><li>• have grundlæggende kendskab til globaliseringens økonomiske virkninger</li><li>• have forståelse for relevante modeller til vurdering af vækst- og udviklingsmuligheder</li></ul>



- have viden om forskellige modeller til strategisk håndtering af produkt- og konceptudviklingsprocesser i virksomheden
- forstå teori om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt værdibaseret ledelse
- forstå væsentlige implikationer for virksomhedens Supply Chain af innovative projekter

### *Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- vurdere kundegrundlaget samt den enkelte kunde i relation til virksomhedens og salgets kompetencer og forretningsmodel
- analysere og vurdere en internationalt fokuseret virksomheds valg af Supply Chain med inddragelse af relevant teori på området
- gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af en kundeportefølje
- analysere og vurdere virksomhedens konkurrencesituation
- benchmarke en virksomhed over for en konkurrent eller branchen
- anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden og herunder vurdere de økonomiske konsekvenser
- vurdere forskellige muligheder for sikring af købesummen

### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- indgå i virksomhedens arbejde med marketing intelligence med fokus på indsamling og vurdering af information om konkurrencesituationen på markedet
- inddrage relevante data til vurderingen af virksomhedens kundepleje- og kundeudviklingsstruktur samt evne til at implementere salgsopgaven
- vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain
- lave beslutningsgrundlag som støtte for en økonomisk vurdering af kundegrundlaget og eksterne påvirkninger
- vurdere en virksomheds innovative udgangspunkt og kunne indgå i virksomhedens arbejde med at planlægge og gennemføre produkt- og konceptudviklingsprocesser
- analysere og vurdere juridiske spørgsmål i relation til international handel
- anvende og vurdere forskellige distributionsformer
- vurdere markedsføringstiltags overensstemmelse med EU-rettens regler om vildledende og sammenlignende reklame

## **Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv**

**Omfang:** 20 ECTS

**Indhold:**

- Strategiudvikling fokuseret på kunder, relationer, produkter, incitament, salgsorganisation og præsentationer, Activity Based Costing og værdikæde optimering
- Evaluering af salgsfunktionens indsats
- Ledelse af salgsfunktionen

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal:

- have forståelse for og kunne reflektere over centrale teorier og modeller til udvikling af virksomhedens salggrundlag
- have en generel og bred viden omkring de ledelsesmæssige teorier, der kan støtte op omkring udvikling af virksomhedens salggrundlag
- have viden og forståelse for teorier og modeller der understøtter og udvikler det taktiske og operationelle salg
- have viden om værktøjer og modeller til kundeopfølgning
- have viden om situationsbestemt ledelse i salgsfunktionen
- have viden om og forståelse for værktøjer til måling samt styring af effektiviteten i virksomhedens Supply Chain

*Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper
- begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- vælge og anvende teorier og modeller til planlægning af det taktiske og operationelle salg baseret på den valgte salgsstrategi
- opstille et Balanced Scorecard for en salgsfunktion og salgsområde samt lave forslag til opfølgning
- vurdere og anvende metoder og redskaber for virksomhedens Supply Chain til understøttelse af det gennemførende salg
- vurdere parameterindsatsen over for virksomhedens kunder generelt og den enkelte kunde specifikt
- give forslag til eventuelle ændringer i strategi og indsats

*Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- håndtere og lede/styre udvikling af salgsstrategien med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter
- udvikle en organisatorisk handleplan, som sikrer implementering af salgsplanen
- udvikle det økonomiske grundlag for en salgsstrategi i en praktisk sammenhæng for en konkret virksomhed

- indgå i salgsarbejdet i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau
- lave sit eget Balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan og sikre løbende opfølgning
- indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats

### 3.3. Obligatoriske uddannelseselementer

Kerneområderne dækkes af en række uddannelseselementer, der ligeledes svarer til 50 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:

*Semesterinddelt oversigt over ECTS-fordeling på de obligatoriske og valgfrie uddannelseselementer*

Uddannelseselementer fordelt på semestre	1. semester	2. semester	3. semester	E C T S
	ECTS	ECTS	ECTS	
<b>Kerneområder og obligatoriske elementer</b>				<b>50</b>
<b>Virksomhedens salgsgrundlag</b>				<b>30</b>
Kunden som udgangspunkt	15			15
Branche og konkurrenter	5			5
Innovation	5			5
Metode og videnskabsteori	5			5
<b>Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv</b>				<b>20</b>
Udvikling af salgsgrundlaget		10		10
Det taktiske og operationelle salg		5		5
Implementering og opfølgning		5		5
<b>Valgfrie uddannelseselementer</b>				<b>10</b>
Valgfrit uddannelseselement		10		10
<b>Praktik og afsluttende eksamensprojekt</b>				<b>30</b>
Praktikforløb og projekt			15	15
Bachelorprojekt			15	15
<b>I alt</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>90</b>
<b>Prøve og bedømmelse efter 1. semester</b>				<b>30</b>
Virksomhedens salgsgrundlag	25			25
Metode og videnskabsteori	5			5
<b>Prøve og bedømmelse efter 2. semester</b>				<b>30</b>
Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv		20		20
Prøve i valgfrit uddannelseselement		10		10
<b>Prøve og bedømmelse efter 3. semester</b>				<b>30</b>
Praktikprøve			15	15
Eksamen i bachelorprojekt			15	15

I det følgende vil de obligatoriske uddannelseselementer blive gennemgået.

<b>Kunden som udgangspunkt</b>
<b>Kerneområde:</b> Virksomhedens salgsgrundlag
<b>Tidsmæssig placering:</b> 1. semester
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• En analyse af nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker m.v. som grundlag for en vurdering af virksomhedens samlede indsatsområder</li><li>• Vurdering af egen forretningsmodel og kompetencer</li><li>• Relations- og handlingsparameter analyser</li><li>• Analyse af effektivitet i virksomhedens Supply Chain med henblik på fastlæggelse af virksomhedens kernekompetencer og evne til at dække kundernes behov</li><li>• Vurdering af valg af geografisk placering af produktions- og kompetencecenter, herunder partnerskaber og outsourcing</li><li>• Virksomhedens strategiske grundlag og fokus</li><li>• Salgsfunktionens organisering strategisk, taktisk og operationelt</li><li>• Organisatorisk analyse af salgsteam og købscenter i forhold til salgsopgaven</li><li>• Salgsfunktionens relationer til andre funktioner, herunder samarbejdspartnere</li><li>• Kompetenceanalyse</li><li>• Reglerne for international aftaleindgåelse og international salg af varer og tjenesteydelser</li><li>• EUs ansættelsesretlige regler om ansættelsesbeviser og udstationering</li><li>• International konflikthåndtering</li><li>• Salgets økonomi/finansielle grundlag</li><li>• Activity Based Costing</li><li>• Kundernes lønsomhed samt kreditvurdering</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <i>Viden</i> Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"><li>• have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer, kundegrundlag, udvikling af kundeporteføljen samt lønsomhedsvurderinger</li><li>• have viden om og forståelse for relevante modeller og teorier om forretningsmodeller med udgangspunkt i salget</li><li>• kunne forstå praktiske internationale eksempler i sammenhæng med gældende teori på området</li><li>• have kendskab til generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salget, kompetencevurdering, kundens</li></ul>

organisering, vurdering af implementeringsevne og relationer til andre funktioner og partnere

- kunne forstå værktøjer for vurdering af kundeporteføljen omkring lønsomhed, engagement og kreditgivning
- have kendskab til anvendelsen af ansættelsesretlige klausuler i forbindelse med ansættelser i eksportlande og kendskab til EUs regler for udstationering, ansættelsesbeviser og social sikring
- have kendskab til EUs domsforordning og til forskellige internationale konfliktløsningsmetoder herunder værnetingsreglerne, fordel og ulemper ved domsafgørelser set i forhold til voldgift og mediation/mægling
- have kendskab til EU's servicedirektiv

### *Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- vurdere kundegrundlaget samt den enkelte kunde i relation til virksomhedens og salgets kompetencer og forretningsmodel
- analysere og vurdere de relationer, der er mellem kunden og virksomheden
- vurdere kundens lønsomhed og forventede fremtidige indtjeningspotentiale og kunne vurdere relevansen af enten en ressourcebaseret eller en markedsorienteret indgangsvinkel
- analysere og vurdere en internationalt fokuseret virksomheds valg af Supply Chain med inddragelse af relevant teori på området. Denne analyse skal fokusere på sammenhæng med:
  - salgets organisering
  - udvikling af partnerskaber
  - sikring af kundetilfredshed og kvalitetsoplevelse
- analysere og foretage en vurdering af virksomhedens strategiske position
- med udgangspunkt i kunden analysere og vurdere organiseringen af salget, herunder relationer til andre funktioner i virksomheden
- analysere salgsorganiseringen
- ud fra kundeanalysen analysere og vurdere kompetencerne/kravet i salgsafdelingen
- gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af en kundeportefølje
- vurdere forskellige metoder til sikring af købesummen i forbindelse med eksport, herunder brug af leveringsklausuler, reburs, eksportkreditordninger, forskellige typer af bankgarantier, factoring/forfæitning og ejendomsforhold

### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med vurdering af kundegrundlaget

- inddrage relevante data til vurderingen af virksomhedens kundepleje- og kundeudviklingsstruktur
- virksomhedens kompetencer og evne til at matche kundernes forventninger til salgsfunktionen
- identificere aftalen og salgets relevante retsregler
- analysere og vurdere de juridiske konsekvenser af en international salgsaftale
- lave beslutningsgrundlag som støtte for en økonomisk vurdering af kundegrundlaget
- anvende og vurdere behovet for og de juridiske konsekvenser af salgs- og leveringsbetingelser
- analysere og vurdere spørgsmål i relation til international handel med varer og tjenesteydelser, herunder lovvalgsregler og regler for aftaleindgåelse internationalt med hovedvægt på Den internationale købelov (CISG)
- anvende reglerne om de forskellige distributionsformer i en analyse med henblik på valg af distributionsform i forbindelse med eksport, herunder direkte salg, handelsagenter, salg gennem filialer, salg gennem datterselskaber, franchising, joint venture/strategiske samarbejder og e-handel

**Udprøvning og bedømmelse:**

- 1. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Virksomhedens salggrundlag).

**Branche og konkurrenter**

**Kerneområde:** Virksomhedens salggrundlag

**Tidsmæssig placering:** 1. semester

**Omfang:** 5 ECTS

**Indhold:**

- Analyse af den stigende kompleksitet i konkurrenceformerne
- Analyse af konkurrenter, klyngedannelse og anvendelse af benchmarking
- Benchmarking af virksomhedens Supply Chain
- Etik og socialt ansvar inkl. Corporate Social Responsibility
- Regulering af konkurrenceforhold
- En analyse og vurdering af de internationale økonomiske omverdens forhold
- Finansiell og økonomisk benchmarking

**Læringsmål:**

*Viden*

Den studerende skal:

- kunne forholde sig til og inddrage relevante teorier og modeller om konkurrencesituationen på markedet
- kunne foretage identifikation og analyse af specifikke konkurrenter
- have viden om forskellige benchmarking modeller
- have viden om grundlæggende benchmarkingteori og modeller inden for

### Supply Chain Management

- have viden om virksomhedsetik og Corporate Social Responsibility
- have kendskab til international konkurrenceret med hovedvægten lagt på EUs konkurrenceregler
- have kendskab til ICCs kodeks om markedsføring
- have grundlæggende kendskab til globaliseringens økonomiske virkninger
- have forståelse for de internationale handelsflow på området
- kunne forstå økonomisk/finansiell benchmarking teori til sammenligninger inden for en branche

### Færdigheder

Den studerende skal kunne:

- analysere og vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen. I denne forbindelse skal den studerende kunne benchmarke virksomheden over for såvel branchen som konkrete konkurrenter på såvel det strategiske, taktiske og operationelle område
- inddrage relevante teorier og modeller i forbindelse med benchmarking af en internationalt orienteret mellemstor virksomheds Supply Chain
- forstå virksomhedens etiske dimension
- benchmarke en virksomhed over for en konkurrent eller branchen med inddragelse af relevant økonomisk teori

### Kompetencer

Den studerende skal kunne:

- indgå i virksomhedens arbejde med marketing intelligence med fokus på indsamling og vurdering af information om konkurrencesituationen på markedet
- vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain på baggrund af en benchmarking
- håndtere en økonomisk vurdering af de eksterne påvirkninger fra både branchen og internationale forhold for en virksomhed
- vurdere om en markedsføringsforanstaltning er i overensstemmelse med EUs regler for vildledende og sammenlignende reklame

### Udprøvning og bedømmelse:

- 1. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Virksomhedens salgsgrundlag).

### Innovation

**Kerneområde:** Virksomhedens salgsgrundlag

**Tidsmæssig placering:** 1. semester

**Omfang:** 5 ECTS

**Indhold:**

- Analyse af virksomheders vækstgrundlag
- Analyse af virksomheders produkt- og konceptudviklingsstrategi- og processer
- Konsekvenser af innovation for virksomhedens Supply Chain
- Vurdering af den innovative platform samt virksomhedens innovative processer og drivkræfter
- International/EU Immaterialret
- Projektstyring og målesystemer

**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 teori om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt værdibaseret ledelse
- forstå økonomisk teori omkring projektstyring og vurdering
- have kendskab til reglerne om beskyttelse af immaterielle rettigheder, herunder internationalt patent og EU-varemærker

*Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

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

*Kompetencer*

Den studerende skal:

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



<b>Udprøvning og bedømmelse:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Virksomhedens salggrundlag). Deltaljer omkring eksamen kan findes i kapitel 5 og i</li></ul>
<b>Videnskabsteori og metode</b>
<b>Kerneområde:</b> Virksomhedens salggrundlag
<b>Tidsmæssig placering:</b> 1. semester
<b>Omfang:</b> 5 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Videnskabsteori henviser til det specifikke fagområdes overvejelser om dets opgave som videnskabelig disciplin</li><li>Anskueliggørelse af, hvilke konsekvenser valg af videnskabeligt paradigme har for metodevalg, og hvad det i sidste ende betyder for analysen og vurderingen af praksis</li><li>Give grundlag for det akademiske arbejde</li><li>Undersøgelse af de centrale metodiske tilgange inden for de erhvervsøkonomiske discipliner</li><li>Systematisering af tilgangenes evne til at producere viden</li><li>Forståelse for og beherskelse af de videnskabelige udfordringer, som man står over for i et moderne videnssamfund</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Viden</i></p> Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"><li>have indblik i vigtige perspektiver på viden, indsigt og erkendelse</li><li>have et solidt kendskab til, hvad viden er i samfundsvidenskabelig forstand og have kendskab til, hvilken rolle viden spiller i et erhvervsøkonomisk perspektiv</li><li>have et grundlæggende kendskab til væsentlige videnskabsteoretiske problemstillinger og skoler inden for et samfundsvidenskabeligt perspektiv og i særdeleshed inden for kerneområderne markedsføring, organisation/ledelse og økonomi</li><li>have viden om videnskabsteoriens teoretiske antagelser og om metodiske tilgange, der understøtter frembringelsen af viden</li><li>have kendskab til og forståelse for centrale paradigmeskift inden for de erhvervsøkonomiske discipliner</li><li>have forståelse for anvendelse af metodologi i projekt- og rapportskrivning efter principper for videnskabeligt arbejde</li></ul> <p><i>Færdigheder</i></p> Den studerende skal kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>forholde sig kritisk til empirisk-analytisk videnskabsteori og herunder diskutere, hvad viden er, hvordan den frembringes, og hvordan den spiller sammen med praksis</li></ul>

- reflektere over samt indgå i diskussion om erhvervsøkonomiske perspektiver i videnskabelige sammenhænge
- arbejde med videnskabsteoretiske og metodemæssige problemstillinger og integrere forståelse af videnskabeligt arbejde og metode med faglighed i projekt- og rapportskrivning
- indsamle, bearbejde og tolke kvantitative og kvalitative data samt forholde sig kritisk til et foreliggende eller nyt datamateriale, herunder have kendskab til måleskalaer og kunne bedømme datas relevans, aktualitet, validitet, reliabilitet og generaliserbarhed
- udarbejde problemanalyse og foretage problemafgrænsning, opstille problemstilling og hypoteser samt foretage metodemæssige overvejelser og begrunde valg af undersøgelsesmetoder
- strukturere og analysere efter principper for videnskabeligt arbejde

### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- udarbejde videnskabeligt baserede rapporter og projekter, herunder formidle undersøgelsesresultater og løsningsforslag m.v. i en overskuelig og let læselig rapport, der indeholder en klar problemformulering, metodemæssige overvejelser samt en vurdering af resultaters og forudsætningers pålidelighed og gyldighed
- opstille en undersøgelsesplan samt vurdere alternative undersøgelsesmetoders stærke og svage sider
- begrunde sit metodevalg samt forholde sig kritisk til denne metode

### **Udprøvning og bedømmelse:**

- 1. semester: Intern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Metode og videnskabsteori).

## **Udvikling af salgsgrundlaget**

**Kerneområde:** Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv

**Tidsmæssig placering:** 2. semester

**Omfang:** 10 ECTS

### **Indhold:**

- Udvikling af internationale salgsstrategier
- Udvikling af CRM-strategier fra tiltrækning af nye kunder til fastholdelse og udvikling af eksisterende kunder, herunder key account management (KAM) og global account management (GAM)
- Udvikling af salgsplaner
- Udvikling af internationale strategier for virksomhedens Supply Chain til at understøtte salgsstrategier og planer
- Tilpasning af handlingsparametre
- Organisationsudvikling og forandringsledelse
- Personlig udvikling, herunder selvledelse og stresshåndtering

- Teambuilding
- Kompetenceudviklingsplaner
- Ledelse af partnerskaber
- Strategic behaviour and game theory
- Economic value Added and Weighted Average Costs of Capital (WACC)
- Forecasting models
- Implementeringskraft

**Læringsmål:***Viden*

Den studerende skal:

- have forståelse for og kunne reflektere over centrale teorier og modeller til udvikling af virksomhedens salggrundlag baseret på både en relationstilgang og en transaktionstilgang
- forstå de teoretiske værktøjer i relation til virksomhedens Supply Chain til udvikling af det internationale salggrundlag inkl. grundlæggende agentteori
- have en generel og bred viden omkring de ledelsesmæssige teorier, der kan støtte op omkring udvikling af virksomhedens salggrundlag, herunder udvikling af kompetenceplaner, partnerskaber og salgsteamet
- forstå de grundlæggende salgstrategiske modeller og deres anvendelse

*Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- udvikle, vurdere og implementere internationale salgstrategier for forskellige virksomhedstyper (branche, størrelse, ressourcer m.m.)
- begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- udvikle og tilpasse virksomhedens handlingsparametre til den enkelte kunde
- indsamle relevante data for vurderingen og udviklingen af planer for virksomhedens Supply Chain som støtte for salggrundlaget
- identificere udviklingsområder i salgsorganisationen, herunder internationale agenter
- udvikle kompetenceplaner for salgsteamet, herunder selvledelse og stresshåndtering
- udarbejde en plan for organisationens udvikling i henhold til virksomhedens kultur- og værdielementer
- anvende den lærte teori i forbindelse med vurderingen af alternative salgsplaner
- vurdere salgsafdelingens implementeringskraft i forbindelse med tiltag på det salgsmæssige område

*Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- håndtere og lede/styre udvikling af salgstrategien med udgangspunkt i

forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter

- identificere egne læringsbehov, således at nødvendig viden og færdigheder konstant udvikles
- sikre inddragelse af teorier og metoder for virksomhedens Supply Chain til udvikling af en handlingsplan for salget
- udvikle en organisatorisk handleplan som sikrer implementering af salgsplanen
- identificere og opbygge personlige netværk
- håndtere og udvikle løsninger omkring komplekse situationer inden for internationale partnerskaber
- udvikle det økonomiske grundlag for en salgsstrategi i en praktisk sammenhæng for en konkret virksomhed
- vurdere og udvikle virksomhedens evne til at implementere salgsopgaven

**Udprøvning og bedømmelse:**

- 2. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv).

**Det taktiske og operationelle salg**

**Kerneområde:** Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv

**Tidsmæssig placering:** 2. semester

**Omfang:** 5 ECTS

**Indhold:**

- Implementering af salgsstrategier og salgsplaner
- Koordinering og samarbejde i virksomhedens Supply Chain
- Udarbejdelse af back-up planer
- Rekruttering og udvælgelse af salgspersonale
- Incitamentsstrategier
- Coaching
- Konflikt håndtering
- Ledelse af salgsfunktionen, herunder stresshåndtering
- Activity Based Costing og værdikædeoptimering
- Foreign currency and option theory

**Læringsmål:**

*Viden*

Den studerende skal:

- have viden og forståelse for teorier og modeller, der understøtter og udvikler det taktiske og operationelle salg
- have grundlæggende forståelse for problemstillinger, teori og modeller i virksomhedens Supply Chain, som knytter sig til det taktiske og operationelle salg
- have viden om og forståelse for forskellige metoder til rekruttering af salgspersonale

- kunne forstå og reflektere over forskellige motivationsteoriers betydning for udarbejdelse af incitamentsstrategier
- have viden om og forståelse for forskellige konfliktstile og konfliktløsningsmuligheder
- have viden om situationsbestemt ledelse i salgsfunktionen
- forstå grundlæggende teori og modeller på området

#### *Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- vælge og anvende teorier og modeller til planlægning af det taktiske og operationelle salg
- baseret på den valgte salgsstrategi udvikle virksomhedens strategi med udgangspunkt i unikke kundeforhold og kunne formidle dette til relevante interessenter
- vurdere og anvende metoder og redskaber for virksomhedens Supply Chain til understøttelse af det taktiske og operationelle salg
- udarbejde forslag til rekrutteringsplan
- udarbejde strategier til motivation af salgspersonalet
- have forståelse for coachingens relevans i forhold til salgspersonalet
- udarbejde forslag til konflikthåndtering i virksomheden
- forståelse for situationsbestemt ledelse i salgsorganisationen
- anvende den lærte teori på konkrete internationale salgsopgaver

#### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- indgå i salgsarbejdet i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau
- identificere problemstillinger og løsninger i virksomhedens Supply Chain til planlægning af det taktiske og operationelle salg
- håndtere og udvikle løsninger omkring komplekse situationer indenfor international salgsledelse
- vurdere de økonomiske konsekvenser af en given international salgsindsats inkl. risikovurdering og -begrænsning

#### **Udprøvning og bedømmelse:**

- 2. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv).

### **Implementering og opfølgning**

**Kerneområde:** Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv

**Tidsmæssig placering:** 2. semester

**Omfang:** 5 ECTS

#### **Indhold:**

- Kundeopfølgningsværktøjer
- MIS – Marketing Intelligence Systems
- CRM software

- Måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain
- Evaluering af salgsfunktionens indsats, herunder personlige, faglige, kulturelle og sociale kompetencer
- Udarbejde medarbejdertilfredshedsanalyse
- Balanced Score Card
- Variansanalyser med baggrund i parameterindsatsen

**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 forståelse for de generelle økonomiske rapporteringsmetoder og deres anvendelse i det danske erhvervsliv

*Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- vurdere parameterindsatsen overfor virksomhedens kunder generelt og den enkelte kunde specifikt og kunne give forslag til eventuelle ændringer i strategi og indsats
- udarbejde en opfølgingsplan for måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain
- foretage en måling af salgsindsatsen og efterfølgende fremkomme med handlingsforslag baseret på måleresultaterne
- 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. I denne forbindelse skal den studerende kunne identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og vedligeholde relevante kompetencer til dette arbejde
- indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et perspektiv om effektivitet i hele Supply Chain'en
- udvikle og gennemføre en evaluering af personlige, faglige, kulturelle, sociale kompetencer og medarbejdertilfredshed
- lave sit eget balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan og sikre løbende opfølgning
- indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med

marketing intelligence med udgangspunkt i kunden

**Udprøvning og bedømmelse:**

- 2. semester: Ekstern prøve med 7-trinsskala bedømmelse (Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv).

### 3.4. Valgfri uddannelseselementer: Valgfag

Uddannelsens valgfri uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 10 ECTS, og der kan vælges blandt en række uddannelseselementer udbudt af Cphbusiness eller et selvvalgt emne. Der arbejdes med det valgfri emne i studiekredse, og undervisere knyttes til studiekredsene betinget af de studerendes emnevalg og agerer her primært i vejlederrollen. Vejlederen bistår den enkelte studiekreds i at strukturere det valgfri emne og indkredse de dele af relevante faglige discipliner, som kan bidrage til fordybelsen. Der formuleres ligeledes mål for læringsudbyttet specificeret i den viden og de færdigheder og kompetencer, som deltagerne i studiekredsen skal tilegne sig.

De valgfri uddannelseselementer kan ses i det aktuelle valgfagskatalog.

### 3.5. Praktik

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring 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> 3. semester
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Indhold:</b> Uddannelsens praktik skal skabe sammenhæng mellem den indlærte teori og professionens erhvervsforhold. Praktikken skal sikre en praksisnærhed og udviklingen af faglige og personlige kompetencer mod det selvstændigt udøvende. Praktikforløbet understøtter, at den studerende omsætter den indlærte viden til praktisk udøvelse
<b>Læringsmål:</b> <i>Viden</i> Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> <li>• have viden om fagområdets teori og metode samt om praksis</li> </ul>

- kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelsen
- have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver

#### *Færdigheder*

Den studerende skal kunne:

- omsætte den indlærte viden til udøvelse inden for erhvervet
- vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger og opstille løsningsforslag
- anvende og formidle relevante teorier til løsning af opgaver på praktikpladsen

#### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- se sin egen faglige rolle i forhold til de konkrete opgaver
- indgå i fagligt såvel som tværfagligt samarbejde

#### **Udprøvning og bedømmelse:**

- 3. semester: 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.

Uddannelsesinstitutionen har for uddannelsen udpeget et antal praktikvejledere, 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 evaluering for at kunne gå til eksamen i



praktikprojektet.

### Skematisk fremstilling af krav til de involverede parter

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

Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Væsentlige dele af de studerendes arbejde vil foregå i studiegrupper.

### **3.7. Studiesprog**

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring 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 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.

## **4. INTERNATIONALISERING**

### **4.1. Uddannelse i udlandet**

Alle fuldtidsuddannelser på Cphbusiness skal være tilrettelagt, så en studerende inden for den normerede studietid har mulighed for at gennemføre dele af uddannelsen i udlandet. På professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring kan følgende uddannelseselementer gennemføres i udlandet:

- 2. semester
- Praktikophold
- Bachelorprojekt

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 nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelsen om karakterskala og anden bedømmelse. Derudover gælder den senest offentliggjorte version af Cphbusiness' eksamensreglement, uddannelsesspecifikke eksamensregelsæt og eksamensmanualer.

## 5.2. Beskrivelse af eksamensformer på de obligatoriske uddannelsesdele

I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder formalia og anvendelse af hjælpemidler, kan findes i eksamensbeskrivelserne, og eksamensperioder offentliggøres af uddannelsen. 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	Uddannelseselement	Anføres på eksamens bevis	ECTS
<b>1. semester</b>	1. eksterne (Virksomhedens salggrundlag)	Kunden som udgangspunkt, Branche og konkurrenter samt Innovation	En karakter	25
	1. interne (Metode og videnskabsteori)	Metode og videnskabsteori	En karakter	5
<b>2. semester</b>	2. eksterne (Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv)	Udvikling af salggrundlaget, Det taktiske og operationelle salg samt Implementering og opfølgning	En karakter	20
	2. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement)	Valgfrit uddannelseselement	En karakter	10
<b>3. semester</b>	3. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	En karakter	15
	3. eksterne (Bachelorprojekt)	Bachelorprojekt	En karakter	15

## 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 international handel og markedsføring 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.

## 5.4. Krav til bachelorprojektet

Bachelorprojektet på professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og centralt anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der således tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der 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 bachelorprojektet 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 bachelorprojektet henvises til studieordningens afsnit 5.2. og bachelor-manualen.

<b>Bachelorprojektet</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> 3. semester
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Indhold:</b> Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal indeholde elementer fra praktikopholdet. Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Projektets problemstilling skal godkendes af Cphbusiness. Bachelorprojektet udarbejdes som hovedregel individuelt. Ved løsningen af den opstillede problemstilling er det vigtigt, at den studerende kan anvende centrale teorier og metoder. Derudover skal bachelorprojektet inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.
<b>Læringsmål:</b> Læringsmålene er de samme som for uddannelsen. Desuden gælder nedenstående læringsmål for bachelorprojektet.
<p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• have viden om professionens/ fagområdets anvendte teori og metode samt om praksis</li> <li>• kunne forstå teori og metoder samt kunne reflektere over professionens anvendelse af teori og metode</li> </ul> <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende metoder og redskaber til indsamling og analyse af information og skal mestre de færdigheder der knytter sig til beskæftigelse inden for professionen</li> </ul>

- vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte handlinger og løsninger
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger til samarbejdspartnere og brugere

### *Kompetencer*

Den studerende skal kunne:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studiesammenhænge
- indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde selvstændigt og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne læringsbehov og i tilknytning til professionen udvikle egen viden og færdigheder

**Bedømmelse:** Bedømmelsen sker efter 7-trins-skalaen. Der gives én samlet karakter for bachelorprojektet

## 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 en 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 afgørelsen, når den foreligger.