|  |
| --- |
| Valgfagskatalog Finansøkonom efterår 2017 |
| Finansøkonom, AK gældende bekendtgørelse. AP Graduate in Financial Management jf. gældende bekendtgørelse. |
| Bilag til studieordning for Finansøkonom udarbejdet marts 2017. |



Indholdsfortegnelse

1. Valgfagskatalogets rammer 2

1.1. Valgfrie uddannelseselementer 2

# Valgfagskatalogets rammer

Dette valgfagskatalog er et bilag til studieordningen for finansøkonom AK, som er udarbejdet i henhold til BEK nr. 555 af 29/05/2013. Valgfagskataloget er en del af institutionsdelen i studieordningen.

## Valgfrie uddannelseselementer

På uddannelsens 3. semester er der et valgfrit uddannelseselement som består af studieaktiviteter på **5 ECTS**. Valgfaget er obligatorisk for at fuldføre uddannelsen.

|  |
| --- |
| **Videregående statistik** |
| **Tidsmæssig placering:** 3. semester |
| **Omfang:** 5 ECTS |
| **Indhold:**  Målet er, at den studerende får en dybere viden om sandsynlighedsregning og sandsynlighedsfordelinger, der tidligere er anvendt i forbindelse med hypoteseafprøvning. Den studerende skal endvidere, ud fra statistisk teori, kunne foretage videregående analyse og vurdering af en given markedsføringsopgave, en erhvervsøkonomisk eller samfundsøkonomisk problemstilling. |
| **Læringsmål:**  *Viden*  Den studerende har viden om:   * Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning * Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger * Skalering * Stikprøveteori * Udarbejdelse af test for goodness of fit * Udarbejdelse af test vedr. antalstabeller * Variansanalyse   *Færdigheder*  Den studerende kan:   * Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation * Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger * Anvende forskellige dataindsamlingsmetoder * Opstille punkt- og konfidensintervaller samt fortolke disse * Undersøge for ens middelværdier ud fra hypotesetest og konfidensinterval i form af ensidig variansanalyse     *Kompetencer*  Den studerende kan:   * Selvstændigt med afsæt i sandsynlighedsteorien at vurdere konkrete opgaver i den finansielle sektor * At kunne vurdere beskrivende statistik over markedsmæssige problemstillinger * At kunne vurdere anvendte dataindsamlingsmetoder |
| **Udprøves:**   * 3. semester: Skriftlig individuel eksamen. Se eksamenskataloget. |

|  |
| --- |
| **Udvidet markedsføring** |
| **Tidsmæssig placering:** 3. semester |
| **Omfang:** 5 ECTS |
| **Indhold:**  At den studerende får indsigt i, hvordan virksomheden kan segmentere markedet, finde sin målgruppe og sammensætte sit handlingsparametermix. Udvidet markedsføring bygger videre på det som den studerende har lært i faget finansiel markedsføring. Målet er, at den studerende ved afslutning af udvidet markedsføring har overblik over en virksomheds samledes markedsføringsindsats.  Det betyder at den studerende vil kunne anvende den tillærte teori i forbindelse med virksomhedens markedsføring. Og fagligt vurdere og diskutere løsningsforslag. Det kunne fx være når en ejendomsmægler skal beslutte om det vil være en god ide at markedsføre butikken på Facebook, hvad en bank kan gøre for at tiltrække og fastholde unge kunder, hvordan forsikringsvirksomheder kan service kunder bedst muligt over telefonen eller hvordan Ejendomsadministrations- og revisionsselskaber skal kommunikere for at for flere nye kunder. |
| **Læringsmål:**  *Viden*  Den studerende har viden om:   * Hvordan virksomheden segmenterer markedet og vælger sin målgruppe * Virksomhedens muligheder for at differentiere sig fra konkurrenterne og hvordan de skal positionere sig * Forskellige produktmodeller og brandingteorier * Hvad forskellen er mellem fysiske produkter og serviceprodukter. Herunder skal den studerende have viden om virksomhedens serviceparametermix: People, processer og physical evidence * Hvordan virksomheden fastsætter sine priser og hvordan den distribuerer sine produkter * Hvilke valgmuligheder virksomheden har for at sammensætte sin kommunikation og hvilke kommunikationsstrategier de kan anvende * Hvad en markedsføringsplan indeholder   *Færdigheder*  Den studerende kan:   * At kunne analysere og segmentere markedet og vurdere virksomhedens valgte målgruppe * At Inddrage kundernes præferencer og positionere virksomheden * Analyse af virksomhedens nuværende parametermix, vurdere målgruppen og sammensætte handlingsparametre herefter. * Reflektion og vurdering af virksomhedens serviceparametre og anvendelse af disse * At kunne bidrage med beslutningsgrundlag til brug ved udarbejdelse af virksomhedens markedsføringsplan     *Kompetencer*  Den studerende kan:   * At kunne analysere virksomheden situation, interne såvel som eksterne forhold samt vurdere virksomhedens nuværende parametermix og på baggrund heraf udarbejde forslag til virksomhedens markedsføringstiltag |
| **Udprøves:**   * 3. semester: Skriftlig individuel eksamen. Se eksamenskataloget. |

|  |
| --- |
| **Organisation og ledelse** |
| **Tidsmæssig placering:** 3. semester |
| **Omfang:** 5 ECTS |
| **Indhold:**  At den studerende opnår indsigt i baggrunden for virksomhedens organisatoriske opbygning og den udøvelse af ledelse, enhver given virksomhed kendetegnes ved. Det er herunder afgørende, at den studerende bliver i stand til at analysere og vurdere en given virksomhed i et helhedsperspektiv. Det betyder bl.a. at være i stand til at forstå, hvilke forhold i virksomhedens omgivelser der typisk påvirker struktur og ledelsesform. Det betyder også at kunne afdække, hvilke virksomhedsinterne forhold i struktur, kultur og processer, der i særlig grad har betydning for virksomhedens aktuelle effektivitet og evne til at kunne agere i en foranderlig fremtid. Derfor er fortrolighed med begreber som innovation, forandringspres og forandringsledelse et vigtigt omdrejningspunkt i faget.  På baggrund af indsigt i egne forudsætninger er det også målet at ruste den studerende bedst muligt til rollen som konstruktiv medarbejder med veludviklede horisontale og vertikale samarbejdsevner. Endelig skal deltagelse i faget sikre indsigt i personlige forudsætninger for evt. at påtage sig ledelsesopgaver i virksomheden og mulige konsekvenser heraf. |
| **Læringsmål:**  *Viden*  Den studerende har viden om:   * Udviklingen i organisationsteorierne over tid og i forhold til samfundsudviklingen * De tre hovedperspektiver på organisationen: Struktur, kultur og processer * Det interne samspil mellem virksomhedens organisatoriske niveauer: Bestyrelse, ledelse, medarbejdere, grupper/teams, funktioner og afdelinger * Relevante strukturmodeller vedr. virksomhedens opbygning * Virksomhedskultur med fokus på udvikling af organisationens normer, værdier og symboler * Processer omkring de enkelte medarbejderes motivation, effektivitet og udvikling i jobbet * Organisering af arbejdet i team, individet i teamet, teamets struktur og dynamik (samspil og konflikter) * Relevante ledelsesteorier, baggrund, anvendelse og begrænsninger * Selvledelse, forudsætninger og begrænsninger * Forandringsprocesser i en virksomhed og disses betydning for virksomhedens udvikling og medarbejdere, herunder sondringen mellem planlagte og akutte forandringer (turnarounds) * Virksomhedens sociale ansvar – etik og CSR   *Færdigheder*  Den studerende kan:   * At kunne analysere virksomhedens nuværende situation og kommende udviklingsbehov * At kunne inddrage omverdenens analyse (aktuelle branche- og samfundstendenser) og vurdere, hvordan denne påvirker organisationens struktur, kultur og processer herunder ledelsesopgaverne * At kunne identificere baggrunden for den aktuelle lederstil og lederens handlinger * At kunne identificere organisatoriske udviklingsstrategier og løsningsmodeller for en given virksomhed indenfor en afgrænset problemstilling * At kunne reflektere over egen rolle i teamprocesser, samarbejdsprocesser og egen trivsel i jobbet.     *Kompetencer*  Den studerende kan:   * At kunne agere situationsbestemt i virksomheden under skiftende forhold i omverdenen * At kunne agere hensigtsmæssigt og udvise samarbejdsevne i teams eller arbejdsgrupper under påvirkning af virksomhedsinterne forhold som mulige forskelle i individuelle værdier og behovskonflikter i forhold til kolleger og ledelse. * At kunne handle ud fra virksomhedens gældende situation internt og eksternt med en forandringsparat indstilling |
| **Udprøves:**   * 3. semester: Mundtlig individuel eksamen. Se eksamenskataloget. |

|  |
| --- |
| **Forretningsudvikling** |
| **Tidsmæssig placering:** 3. semester |
| **Omfang:** 5 ECTS |
| **Indhold:**  At de studerende opnår viden om teoretiske og praktiske synsvinkler, der gør dem i stand til at vurdere en konkret virksomheds strategi – og forretningsplan.  Derudover opnår de studerende kompetence i selv at udvikle en forretningsmodel og en komplet forretningsplan med tilhørende budget.  Faget har større fokus på de praktiske perspektiver vedrørende forretningsudvikling end teoretisk dybde for at opnå denne kompetence. |
| **Læringsmål:**  *Viden*  Den studerende har viden om:   * Hvordan man designer en innovativ og lønsom forretningsmodel i fremtidens virksomheder– Business Model Generation * Hvordan man udarbejder en strategi- og forretningsplan for en virksomhed * Hvordan man kan skabe værdi og nye forretningsmuligheder gennem en forbedring eller transformation af virksomhedens organisation og markedsføring   *Færdigheder*  Den studerende kan:   * Kunne indgå i udarbejdelse og vurdering af struktur og indhold af en strategi- og forretningsplan for en finansiel virksomhed * Kunne vurdere og indgå i dialog om de markedsrelaterede og de organisatoriske aspekter i en forretningsplan * Kunne vurdere sammenhænge mellem forretningsplanens elementer og budgettet     *Kompetencer*  Den studerende kan:   * Selvstændigt at kunne designe en bæredygtig og innovativ forretningsmodel for en virksomhed * Selvstændigt at kunne udarbejde en sammenhængende forretningsplan for en finansiel virksomhed * At udvikle virksomheden på baggrund af de strategiske udfordringer den står overfor |
| **Udprøves:**   * 3. semester: Individuel mundtlig eksamen på baggrund af et skriftligt oplæg. Se eksamenskataloget. |
| **Aktier og obligationer** |
| **Tidsmæssig placering:** 3. semester |
| **Omfang:** 5 ECTS |
| **Indhold:**  Målet er, at den studerende får en dybere viden om aktier og obligation og kan anvende denne viden i forbindelse med rådgivning af kunder. Desuden skal den studerende på baggrund af egne udregnede nøgletal og analyser kunne identificere optimale investeringsbeslutninger. |
| **Læringsmål:**  *Viden*  Den studerende har viden om:   * Handel med aktier og obligationer i praksis * De forskellige obligations- og aktietyper * De mest brugte afkast- og risikobegreber * Aktieværdiansættelsesmodeller * Rentedannelse og rentestrukturteori * De mest almindelige nøgletal til udvælgelse af aktier * Gearing af investeringer i teori og praksis * Fundamentalanalyse og teknisk analyse * Moderne porteføljeteori, diversifikation og risikopræmier * Beskatning af aktier og obligationer   *Færdigheder*  Den studerende kan:   * Undersøge ud fra nøgletal om specifikke aktier er over- eller undervurderet * Foretage afkast- og risiko beregninger for aktier og obligationer * Foretage beregninger af hvordan gearing påvirker det forventede afkast og risiko * Foretage teknisk analyse af en aktie * Udarbejde et investeringsforslag til en kunde   *Kompetencer*  Den studerende kan:   * Selvstændigt at kunne rådgive kunder i den finansielle sektor om aktier og obligationer med afsæt i offentlig tilgængelig information, samt egne afkast- og risikoberegninger * At kunne vurdere om en akties pris er over- eller undervurderet * At kunne vurdere om det er muligt at slå markedet * At kunne præsentere optimale investeringsforslag til kunder * At kunne vurdere om det er optimalt at investere gennem en investeringsforening |
| **Udprøves:**   * 3. semester: Skriftlig individuel eksamen. Se eksamenskataloget. |