MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING

FAG: 2. fremmedsprog

EKSAMENSFORM:

Mundtlig prøve

Grundlaget for prøven er markedsføring i praksis.
Ukendt materiale: Et videobånd med aktuelt indhold af ca. 5 minutters varighed, som kan relateres til den valgte virksomhed, det valgte marked og eller pensum i øvrigt.
Den studerende resumerer, kommenterer og perspektiverer båndets indhold.
Den studerende præsenterer den valgte virksomhed og det tysk-, fransk-, spansksprogede marked.
Med udgangspunkt i denne præsentation gennemfører den studerende en forhandlings-situation med eksaminator som samtalepartner. Før rollespillet beskriver den studerende situationen og definerer rollerne.
Rækkefølgen er fakultativ.
Der gives én karakter.

TIDSPUNKT FOR EKSAMENSAFHOLDELSE:

I begyndelsen eller slutningen af 4. semester.

VARIGHED:

Forberedelsestid:	30 minutter.
Eksaminationstid:	30 minutter.

SPECIELLE FORHOLD:

Den studerende skal i henhold til skolens praksis aflevere oversigt over valg af marked og virksomhed samt situations- og rollebeskrivelse.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE

FAG: Statistik
andel af uddannelsen: 8%

FORMÅL:

Formålet er, at den studerende kan forstå grundlæggende statistiske metoder, som anvendes i forbindelse med de økonomiske og tekniske beskrivelser og analyser, som anvendes i de øvrige fag i uddannelsen, først og fremmest international markedsføring, erhvervsøkonomi, logistik og international økonomi.

Den studerende skal være i stand til at vurdere udarbejdede statistiske undersøgelser mht. dataindsamling, dataanalyse og konklusioner. Desuden skal den studerende kunne identificere statistiske problemstillinger og selv kunne gennemføre undersøgelser i mindre omfang. Endelig er det målet, at den studerende bliver i stand til at kommunikere med interne og eksterne grupper af medarbejdere i en virksomhed vedrørende statistiske aspekter.

I forbindelse med de statistiske problemstillinger skal den studerende kunne anvende edb til bearbejdning af datamaterialet med henblik på såvel beskrivelse som analyse.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: Statistik

---

1. SEMESTER
andel af faget: 33%

SEMESTERMÅL:

Målet med undervisningen i 1. semester er, at den studerende opnår forståelse af og kan anvende metoder til beskrivelse af et indsamlet datamateriale med henblik på at identificere statistiske problemstillinger. Desuden skal den studerende opnå fortrolighed med at anvende edb-programmel, således at den studerende kan anvende programmellet i temaopgaver og andre former for rapporter. Endelig er det målet, at den studerende opnår kendskab til de grundlæggende statistiske fordelinger.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Beskrivende statistik

Med udgangspunkt i givne datamaterialer skal den studerende arbejde med hensigtsmæssige metoder til beskrivelse af datamateriale herunder grafisk fremstillinger, tabel fremstillinger samt forskellige summariske deskriptorer (niveaumål, fraktiler, variationsmål og sammenhængesmål).
I den forbindelse lægges der vægt på. at den studerende kan fortolke og kommentere de udarbejdede beskrivelser med henblik på formulering af efterfølgende statistiske modeller og hypoteser. Emnet kan i nogen grad integreres i de øvrige emner.

Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger

Forskellige typer af stokastiske variable samt de respektive sandsynlighedsfordelinger, nemlig hypergeometrisk fordeling, binomialfordeling, poissonfordeling, multinomialfordeling og normalfordeling (og disses approksimative egenskaber).

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: Statistik

---

2. SEMESTER

andel af uddannelsen: 33%

SEMESTERMÅL:

Målet med undervisningen i 2. semester er, at den studerende kan anvende grundlæggende metoder til at gennemføre analyser af statistiske problemstillinger. Det centrale i den forbindelse er, at den studerende på baggrund af et datamateriale kan formulere en model, der egner sig til den aktuelle problemstilling, at den studerende kan behandle modellen ved hjælp af edb-programmel hvor det er relevant, og at den studerende kan fortolke resultaterne af behandlingen med henblik på at drage relevante konklusioner.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Statistiske modeller for simple tilfældige stikprøver

Metoder til beskrivelse af simple tilfældige stikprøver og metoder til analyse af de tilhørende parametre, herunder

- formulering af en stokastisk model for stikprøveobservationer samt begrundelse for og kontrol af modellen,
- skøn (estimation) af parametre i modellen,
- vurdering af usikkerheden vedrørende størrelsen af estimaterne (konfidensintervaller),
- afprøvning af hypoteser vedrørende størrelsen af de relevante parametre,
- beregning af nødvendig stikprøvestørrelse til sikring af analysens pålidelighed, og
- kendskab til fejlmulighederne (type I og type II).

Metoden anvendes til analyse af sandsynlighedsparameteren i en eller to binomialfordelinger, intensitetsparameteren i en eller to poissonfordelinger samt middelværdi og varians i en eller to normalfordelinger (herunder anvendelse af t-,χ2- og F-fordelingen).

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: Statistik

---

3. SEMESTER

andel af uddannelsen: 34%

SEMESTERMÅL:

Undervisningenn i 3. semester har til formål at vedligeholde og uddybe den studerendes forståelse af statistisk metode, idet der arbejdes videre med de grundlæggende modeller fra 2. semester på nye problemstillinger sideløbende med at der introduceres nye og mere anvendelsesorienterede modeller, som bl.a. har anvendelse inden for markedsføring og behandling af spørgeskemaer. Anvendelse af edb integreres løbende i det omfang det er hensigtsmæssigt for den statistiske beskrivelse og analyse.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Regressionsanalyse

Modeller til forklaring af lineære sammenhænge, hvori der indgår en eller flere forklarende variable, herunder bestemmelse af punktestimater og konfidensintervaller for modellens parametre og beregning af forklaringsgraden. Kontrol af modellen på baggrund af grafiske fremstillinger, herunder residualplot.

Forskellige former for tests i regressionsmodellerne: marginaltests af værdien af de enkelte parametre og - i modeller med flere forklarende variable - desuden test af en reduceret model med færre forklarende variable. Prognosticering, herunder vurdering af usikkerheden ved hjælp af forudsigelsesintervaller. Transformation af ikke-lineære sammenhænge, således at sammenhængen mellem de transformerede variable bliver lineær.

Stikprøveudvælgelse

Metoder til udvælgelse af stikprøver, herunder beregning af punkteestimat og konfidensintervaller for andel og middelværdi i population i tilfældet stratificeret udvælgelse samt beregning af nødvendig stikprøvestørrelse til sikring af analysens pålidelighed.

Antalstabeller

Test i en-dimensional antalstabel på baggrund af en bestemt multinomialfordeling med givne parametre. Test i en to-dimensional antalstabel og fortolkning af sammenhængen mellem de indgående variable.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING

FAG: Statistik

EKSAMENSFORM:

En skriftlig prøve inden for de centrale problemstillinger. Opgaven indeholder såvel beskrivelse som analyse og vurdering af datamaterialer. Dele af opgaven formuleres desuden på en sådan måde, at der er mulighed for, at den enkelte studerende - inden for visse rammer - selv kan vælge den konkrete form for beskrivelse og analyse.

TIDSPUNKT FOR EKSAMENSAFHOLDELSE:

I begyndelsen af 4. semester.

VARIGHED:

5 timer.

SPECIELLE FORHOLD:

Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladt. Skolen stiller edb-udstyr og statistik-programmel til rådighed for den studerende, herunder udskrivningmuligheder for såvel tekst som grafik. Opgavebesvarelsen forudsætter, at den studerende har adgang til et sådant programmel. Opgavebesvarelsen skal udarbejdes på papir og kan ikke afleveres på elektronisk form. Datamateriale til opgavebesvarelsen kan foreligge på elektronisk form.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE

FAG: Organisation og logistik
andel af uddannelsen: 8%

FORMÅL:

Det overordnede formål med faget er, at den studerende skal tilegne sig en helhedsopfattelse af virksomheden og dens transformationsprocesser, herunder virksomhedens struktur, funktioner og kultur, samt sammenhængen mellem indkøb, produktion og distribution under en økonomisk og organisatorisk synsvinkel.

Den studerende skal opnå en basisviden om konstruktion og anvendelse af modeller i forbindelse med indkøb, produktion og distribution.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: Organisation og logistik

---

1. SEMESTER
andel af faget: 40%

SEMESTERMÅL:

Den studerende skal kunne analysere samspillet mellem virksomheden og dens omverden med henblik på forståelse af virksomhedens organisatoriske opbygning, funktionsmåde og kultur.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Organisation

Undervisningen omfatter metoder og modeller til beskrivelse og analyse af:

- organisationens delsystemer og systemsammenhænge
- samspillet mellem virksomhedens organisatoriske opbygning og dens nær- og fjernmiljø
- virksomhedens muligheder og trusler, stærke og svage sider
- organisationsstrukturer og bagvedliggende faktorer, som er bestemmende for organisationens opbygning
- virksomhedens styringsprocesser
- virksomhedens kultur, dens dannelse og betydning for virksomheden
- personers og gruppers adfærd i organisationen
- ledelsesformer

Organisatoriske metoder og modeller anvendes til beskrivelse og analyse af konkrete virksomheder. I forbindelse med beskrivelse og analyse af internationale virksomheder gives indsigt i fremmede virksomhedskulturer og deres betydning for markedsøkonomens internationale virke.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: Organisation og logistik

---

2. SEMESTER
andel af faget: 60%

SEMESTER MÅL:

Den studerende skal opnå en helhedsopfattelse af sammenhængen mellem indkøb, produktion og distribution ud fra en økonomisk og organisatorisk synsvinkel.

Den studerende skal opnå en basisviden om konstruktion og anvendelse af modeller i forbindelse med indkøb, produktion og distribution.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Logistik

Undervisningen omfatter metoder og modeller til beskrivelse og analyse af:

- distribution, herunder lagerstyring og transport
- produktion, herunder produktionsformer, produktnedbrydning og styringsprincipper
- indkøb, herunder indkøbsfunktionens opgaver, leverandørsøgning, tilbudsvurdering og leverandørovervågning.

Virksomhedens materiale-, service- og informationsstrømme beskrives og analyseres på en helhedsorienteret måde. Det indebærer, at der arbejdes med styring og koordinering af de enkelte delaktiviteter i virksomhedens logistiksystem, herunder anvendelse af edb-baserede systemer.

Logistisk effektivitet

Virksomhedens logistiksystem beskrives og analyseres ud fra en ekstern og intern synsvinkel og på grundlag heraf skal den studerende kunne vurdere den logistiske effektivitet i sammenhæng med virksomhedens totale kvalitets- og miljøstyring.

Undervisningen omfatter analytiske metoder og modeller til styring af indkøb, produktion og distribution.

Der gives et grundlæggende kendskab til modelkonstruktion, således at den studerende er i stand til at forholde sig kritisk/konstruktivt til modelberegninger.

Med udgangspunkt i givne datamængder anvendes modeller i forbindelse med styringen af indkøb, produktion og distribution.

Optimeringsbetragninger foretages ved hjælp af analytiske og numeriske metoder. I tilknytning hertil foretages analyser af løsningens afhængighed af ændringer i modellens forudsætninger.

Der skelnes mellem deterministiske og stokastiske modeller, og der anvendes beskrivende statistik og sandsynlighedsberegninger f.eks. i forbindelse med ABC-analyser, lagermodeller, netværksplanlægning og kvalitets- og miljøkontrol. I den forbindelse skal den studerende have kendskab til anvendelse af edb-baserede systemer.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING

FAG: Organisation og logistik

EKSAMENSFORM:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i en praktisk erhvervssituation. Eksamensopgaverne skal dække pensum bredt og give den studerende mulighed for at vise evne til at analysere og vurdere.

TIDSPUNKT FOR EKSAMENSAFHOLDELSE:

Ved udgangen af 2. semester.

VARIGHED:

Forberedelse 1 time og eksamination 30 minutter.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE

FAG: International erhvervsret
andel af uddannelsen: 7%

FORMÅL:

Den studerende skal opnå en sådan forståelse for erhvervsjuridisk metode, at han/hun kan identificere problemer i forbindelse med erhvervsudøvelse, der reguleres af erhvervsretten. Herudover skal den studerende kunne give løsningsforslag til forebyggelse af konflikter, indgreb og tab ud fra et grundlæggende kendskab til national og international erhvervsret.

Den studerende skal opnå en helhedsforståelse af de erhvervsjuridiske reglers funktion og anvendelse i et samfund under hastig forandring.

Den studerende skal opnå et dybere kendskab til reglerne om virksomhedsformer, aftaler og køb (herunder CISG), finansiering, kreditsikring, insolvens og erstatning.

Den studerende skal være fortrolige med grundlæggende træk i det danske retssystem og være informerede om udenlandske retssystemer, det fællesskabsretlige retssystem og internationale konventioner.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: International erhvervsret

---

1. SEMESTER
andel af faget: 55%

SEMESTERMÅL:

Den studerende skal opnå en sådan forståelse af erhvervsjuridisk metode, at han/hun bliver i stand til at identificere og vurdere virksomhedens stærke og svage juridiske sider. Ud fra grundlæggende retskilder og basale erhvervsretlige fagelementer skal den studerende herudover blive i stand til at fordybe sig i mere specifikke juridiske problemstillinger.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Den studerende skal under inddragelse af relevante etiske, kulturelle og internationale aspekter - opnå grundlæggende kendskab til og forståelse af:

Retskilder og retssystemerne

Herunder erhvervsrettens nationale og internationale kildemateriale, retssystemernes funktion samt de kulturbestemte forskelle og erhvervsjuraens særpræg.

Juridisk informationssøgning

Den studerende skal kunne opsøge relevant juridisk information, bl.a. ved anvendelse af moderne informationsteknologi.

Kontrakters indgåelse

Herunder nationale aftaleretlige regler samt anvendelse af standardkontrakter og konsekvenser af anvendelse af EDI. Indgåelse af aftaler ved mellemmand.

Erstatning uden for kontraktforhold og forsikring

Herunder virksomhedens skadeforvoldelse. Erstatning, forsikring, produktansvar og produktsikkerhed.

Virksomhedsformer og hæftelse

Miljøret

Herunder introduktion til den retlige regulering af den del af miljøet, der har særlig betydning for virksomheden.

Proces- og privatret

Herunder principperne for international procesret og international privatret.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE

FAG: International erhvervsret

---

2. SEMESTER
andel af faget: 45%

SEMESTERMÅL:

Den studerende skal opnå en sådan forståelse af erhvervsjuridisk metode og retsregler, at den studerende bliver i stand til at forstå virksomhedens kontraktforhold, konkurrence- og markedsføringsforhold, kreditsikring og insolvens samt immaterialret.

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Den studerende skal - under inddragelse af relevante etiske, kulturelle og internationale aspekter - opnå grundlæggende kendskab til og forståelse af:

Kontrakters indgåelse, indhold og opfyldelse

Internationale aftaleretlige regler samt reglerne for køb af varer og tjenesteydelser herunder transportret og afsætningskanaler.

Virksomheden og konkurrencen

Herunder konkurrence- og markedsføringsret.

Kreditsikring, finansierings- og insolvensret

Kreditaftaler. Sikkerhedsstillelse herunder pant, kaution/garanti. Fordringer. Insolvensret herunder betalingsstandsning og konkurs.

Immaterialret

Herunder ophavs- mønster- og varemærkeret.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING

FAG: International erhvervsret

EKSAMENSFORM:

Skriftlig prøve indenfor fagets centrale problemstillinger. Eksamensopgaverne skal dække bredt og give den studerende mulighed for at vise evne til at analysere og vurdere.

Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler må anvendes.

TIDSPUNKT FOR EKSAMENSAFHOLDELSE:

Ved udgangen af 2. semester.

VARIGHED:

4 timer.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Økonomistyring

andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Den studerende skal tilegne sig en helhedsopfattelse af virksomhedens økonomistyrings-opgaver og blive i stand til at samarbejde med virksomhedens øvrige funktioner ved løsning af økonomistyringsopgaver på det strategiske, taktiske og operationelle niveau.

Den studerende skal være i stand til at identificere og løse økonomistyringsopgaver indenfor aktivitets-, kapacitets- og finansieringsområdet i flere typer af virksomheder.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Økonomistyring

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Undervisningen omfatter modeller og metoder til beskrivelse, analyse og vurdering af regnskaber, budgetter, opfølgning og rapportering.

Årsregnskaber

Undervisningen omfatter udarbejdelse af årsregnskaber. I forbindelse hermed anvendes gældende bestemmelser, så som lovgrundlaget, regnskabsvejledninger og internationale regnskabsstandarder.

Interne regnskaber

Undervisningen tager udgangspunkt i forskellige typer af ledelsesinformationsbehov og omfatter den principielle opbygning af interne regnskabsmodeller.

Virksomhedsanalyse og -vurdering

Analyse af eksterne regnskaber og vurdering af virksomheder foretages under hensyntagen til forskellige interessenter.

Budgettering

Der orienteres om procedurer i forbindelse med budgettering. Undervisningen omfatter anvendelse af formålsbestemte budgetter, delbudgetter, rullende budgetter og budgetsimulering.

Der tages hensyn til, at virksomheder kan være decentraliserede.

Afvigelsesrapportering

I forbindelse med budgetopfølgning skal der udarbejdes afvigelsesrapporter til

modtagere på forskellige styringsniveauer og i forskellige funktioner. Der udarbejdes afvigelsesrapporter for omkostninger og indtægter.
Der udarbejdes nøgletal, fx. baseret på virksomhedens værdikæde, funktioner og/eller objekter.

I undervisningen lægges vægt på, at økonomirapporternes indhold og form er tilpasset modtagernes informationsbehov.

I undervisningen anvendes tidssvarende edb-værktøjer.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Økonomistyring

EKSAMENSFORM:

Evalueringen foretages i forbindelse med Temaopgave III og hovedopgaven.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Eksportsalg
andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Det overordnede formål med faget er, at den studerende skal opnå teoretisk viden og færdigheder og skal kunne overvinde kulturelle og miljømæssige barrierer, så den studerende kan arbejde som eksportsælger/eksportmedarbejder.

Den studerende skal kunne anvende forskellige kontaktformer i det internationale salgsarbejde.

Den studerende skal opnå forståelse af egen personligheds og adfærds betydning i relation til det personlige salgsarbejde.

Den studerende skal kunne planlægge, gennemføre, afslutte og følge op på det internationale salgsarbejde.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Eksportsalg

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Forberedelse og planlægning af salget

Der arbejdes med indplacering af det personlige salg som en parameter i forbindelse med markedsføringen af virksomhedens produkter og/eller serviceydelser.

Sælgerens baggrundsviden

Virksomhedens salgspolitikker, historie, organisation og økonomi behandles grundigt som baggrund for gennemførelse af salgsindsatsen.

Produktet (virksomhedens tilbud til kunden) gennemgås med hensyn til egenskaber, fordele i forhold til kunden og det udbytte, som kunden kan opnå ved at benytte virksomhedens produkt, gennemgås og indøves.

Kundens kendetegn og hidtidige relationer til virksomheden gennemgås. Ligeledes inddrages de mere personrelaterede kendetegn ved kunden.

Konkurrenternes produkter og andre parametre analyseres, således at sælgeren er opmærksom på de vigtigste konkurrenters aktionsmønster.

Kulturens betydning som kommunikationsfilter inddrages.

Personlige forudsætninger

Sælgerens stærke og svage sider, personlighed og væsentligste motivationsfaktorer gennemgås. Ligeledes fokuseres der på sælgerens optræden i såvel salgssituationen som i den øvrige omgang med kunden.

Besøgsplanlægning

Her arbejdes med den rent praktiske planlægning, der sikrer effektiv udnyttelse og ressoucerne. Eksempelvis arbejdes med kategorisering af kunderne efter betydning for virksomheden.

Kontaktformer

Overordnet arbejdes med prioritering af kontaktformerne ud fra de forskellige kundetyper, deres loyalitet og de økonomiske muligheder virksomheden har.

Udarbejdelse af salgsbreve indøves, herunder anvendes EFU-modellen. Direct marketing indgår, blandt andet med anvendelse af databaser.

Der trænes i effektiv anvendelse af telefonen som værktøj. Telemarketing-begrebet inddrages.

Der arbejdes med kundebesøg, herunder forberedelse af besøget, målfastsættelse for besøget, tidsplan og opfølgning.

Planlægning af messedeltagelse, eksempelvis med udgangspunkt i checklister, den praktiske gennemførelse og opfølgning af kontakter opnået ved messen indøves. Herunder arbejdes med prioritering af og opfølgning på kundeemner.

Salgets psykologi

Der arbejdes med kommunikationsprocessen, informationsbehov og anvendelse af kommunikationsmidler/-kanaler. Aktiv lytning vil indgå som element i effektiv kommunikation.

Grundbegreberne i transaktionsanalysen og dens anvendelse i forståelsen af kommunikationsprocessen og problemer i forbindelse med denne gennemgås og bearbejdes.

Gennemførelse af salget

Der arbejdes med tale- og præsentationsteknik i form af forskellige planlægningsværktøjer til forberedelse, eksempelvis mind-maps og indholdsstrukturering. Forskellige A/V hjælpemidler og disses muligheder afprøves.

De forskellige faser i en forhandling gennemgås, og forskellige forhandlingssituationer gennemføres.

Der arbejdes med træning i mødeledelse, herunder forskellige former for møder, planlægning og gennemførelse af disse.

Rapportering og salgsopfølgning

Forskellige former for data i forbindelse med salgsindsatsen bearbejdes og struktureres. Herunder gennemgås eksempelvis kundekort og møderapporter.

Metoder og midler til salgsopfølgning gennemgås og bearbejdes.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Eksportsalg

EKSAMENSFORM:

Evalueringen foretages i forbindelse med Temaopgave III og hovedopgave.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Logistik
andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Den studerende skal tilegne sig en helhedsopfattelse af virksomhedens materiale-, service- og informationsstrømme fra leverandør til slutbruger på det strategiske, taktiske og operationelle niveau.

Den studerende skal være i stand til at anvende indlært analyseteknik til vurdering af virksomhedens nationale og internationale logistiksystem.

Den studerende skal under anvendelse af logistikkens redskaber kunne planlægge og kontrollere virksomhedens materiale-, service- og informationsstrømme ud fra en organisatorisk og økonomisk synsvinkel.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Logistik

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Logistik og strategi

Med udgangspunkt i virksomhedens værdikæde analyseres og vurderes samspillet mellem virksomhedens overordnede strategiske overvejelser, logistik mål og den logistiske koordinering.

Undervisningen omfatter

- virksomhedens værdikæde
- strategi og strategivalg
- logistik målformulering
- logistisk koordinering

Logistikanalyse

Virksomhedens logistikstrategi, de stærke og svage sider ved virksomhedens materiale- og informationsflow, planlægnings- og styringssystemet samt organisationsstrukturen analyseres og vurderes.

Undervisningen omfatter metoder og modeller til analyse af den interne og eksterne logistik herunder

- logistisk effektivitet og logistiske nøgletal
- tekniske analyser
- økonomiske analyser
- organisatoriske og administrative analyser

Handlingsplan

Med udgangspunkt i en logistikanalyse opstilles en handlingsplan for udvikling af virksomhedens samlede logistiksystem eller dele heraf.

Undervisningen omfatter metoder og modeller til udarbejdelse af en logistisk handlingsplan. Den logistiske handlingsplan omfatter en aktivitetsplan, en tidsplan og et budget, samt et forslag til arbejdets organisering.

Implementering

Der arbejdes med implementeringsstrategier under hensyntagen til miljømæssige og kulturelle betingelser.

Undervisningen omfatter metoder og modeller til indføring og ændring af eksisterende logistiksystemer, herunder valg af forandringsmodeller og -strategier.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Logistik

EKSAMENSFORM:

Evaluering foretages i forbindelse med Temaopgave III og hovedopgaven.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Kulturanalyse
andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Fagets formål er

- at kvalificere den studerende til at indgå i opbygningen af en organisations kulturberedskab.
- at øge den studerendes evne til at kommunikere og samarbejde på tværs af kulturer.
- at den studerende skal kunne anvende teorier og metoder til at indsamle og analysere informationer om kulturelle forhold.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Kulturanalyse

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

I forlængelse af arbejdet med kulturbegrebet i faget kultur behandles forskellige kulturopfattelser og kulturbegrebets historie. I arbejdet indgår teorier om kultur som

- et system af samfundsmæssige institutioner
- et adfærdsbestemmende værdisystem
- betydningsdannelse

Desuden behandles teorier om tværkulturel kommunikation.

Kulturteoriernes anvendelsesmuligheder konkretiseres gennem et arbejde med følgende emner:

- Økonomi
- Ideologi
- Produktion
- Kommunikation
- Magtstruktur
- Tegn og symbol
- Autoritet
- Sekularisering
- Politik
- Tabu, norm, regel, lov
- Bevidsthedsstrømninger og udtryk
- Socialisation

I forbindelse med behandlingen af emnerne afgrænser den studerende en række undersøgelsesfelter. Til belysning af disse felter indsamles relevante kulturinformationer ved hjælp af forskellige metoder.

De indsamlede data kan være både primære og sekundære og skal kunne anvendes i forbindelse med en markedsanalyse.

Kulturinformationerne struktureres og analyseres, og resultatet præsenteres i en bred forståelsesramme.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Kulturanalyse

EKSAMENSFORM:

Evaluering finder sted i forbindelse med Temaopgave III, International analyse og hoved-opgaven.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Innovation
andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Fagets formål er:

- at kvalificere den studerende til at tage ansvaret for at skabe nye arbejdspladser til dem selv og deres ansatte.

- at kvalificere den studerende til at iværksætte nye ideer og nye arbejdsmåder i virksomhederne.

- at give løsningsmodeller for opgaver i forbindelse med opstart af nye aktiviteter i eksisterende virksomheder/nye virksomheder.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Innovation

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:

Virksomhedsetablering

Herunder indgår de praktiske forhold i forbindelse med virksomhedsetablering: regler om anmeldelser i forbindelse med etablering, nødvendige tilladelser i forbindelse med etablering, begrænsning af selvstændiges risiko, regler om beliggenhed (herunder miljøhensyn) og personaleadministrative regler.

Virksomhedsledelse

Herunder indgår forskellige ledelsesformer, lederopgaver og lederroller.
Endvidere indgår metoder til planlægning, styring og kvalitetssikring af projekter.

Beskyttelse af produkter og rettigheder

Herunder indgår produktbeskyttelse og godkendelseskrav til produkter.

Hjælpeforanstaltninger i forbindelse med etablering

Herunder indgår økonomisk tilskud og rådgivningsmuligheder.

I forbindelse med behandling af emnerne afgrænser den studerende en række undersøgelsesfelter. Til behandling af disse felter indsamles relevante informationer bl.a. ved hjælp af databaser. Disse informationer anvendes i forbindelse med en analyse af etablingsmuligheder, som skal ses i sammenhæng med en markedsanalyse.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Innovation

EKSAMENSFORM:

Evaluering finder sted i forbindelse med Temaopgave III, International analyse og hovedopgaven.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

FORMÅLSBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Miljøledelse
andel af uddannelsen: 5%

FORMÅL:

Den studerende skal opnå en helhedsopfattelse af interne og eksterne miljømæssige konsekvenser i forbindelse med den erhvervsøkonomiske beslutningsproces.

Den studerende skal kunne identificere relevante problemstillinger i forbindelse med virksomhedens interne og eksterne miljø og skal selvstændigt kunne indsamle, bearbejde, vurdere og rapportere miljøinformationer ud fra en organisatorisk og økonomisk synsvinkel.

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

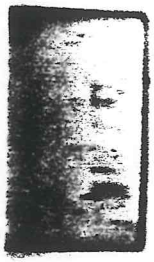
SEMESTERBESKRIVELSE - PROFILFAG

FAG: Miljøledelse

---

3. SEMESTER

CENTRALE PROBLEMSTILLINGER:



Miljøstyring

Med udgangspunkt i markedernes miljøforventninger, internationale og nationale miljøreguleringer samt krav om bæredygtig produktion analyseres og vurderes virksomhedens miljøstyring.

Undervisningen omfatter:

- internationale og nationale miljøreguleringer
- markedernes miljøforventninger
- livscyklusanalyser
- massebalancer
- medarbejderholdninger
- certificering

Miljøøkonomi

Med udgangspunkt i miljømæssige forhold på såvel et samfundsmæssigt som et erhvervsøkonomisk plan formuleres og vurderes de erhvervsøkonomiske konsekvenser af alternative løsningsforslag.

Undervisningen omfatter:

- den globale miljøbelastning
- samfundets miljøøkonomi
- virksomhedens miljøøkonomi
- miljømarkedsføring

Miljørapportering

Med udgangspunkt i metoder til indsamling, bearbejdning og rapportering af miljøinformation vurderes virksomhedens miljøstyring.

Undervisningen omfatter:

- grønne regnskaber
- miljøredegørelser
- miljørevision

MARKEDSØKONOMUDDANNELSEN

EKSAMENSORDNING - PROFILFAG

FAG: Miljøledelse

EKSAMENSFORM:

Evaluering finder sted i forbindelse med Temaopgave III, international analyse og hovedopgaven.

Fag/Semester	1	2	3
Int. markedsføring 17%	Strategisk analyse og planlægning Makroomverden Mikroomverden	Int. desk research og prognose: * desk research * prognoser * marketingstrategi * handlingsparametre	Markedsanalyse - field research Marketingplan og kontrol
Int. økonomi 15%	Mikroteori	Indkomstdannelse og levevilkår Handelsteorier	Rente- og valutakursdannelse Økonomisk politik Konjunkturbevægelser Indsamling/bearb. af økonomisk data
Erhvervsøkonomi 15%	Regnskabsforståelse Regnskabsanalyse Budgettering	Produktivitet Omkostningslære Afsætning Parameteroptimering	Investeringsteori Fastlæggelse af kapitalbehov Finansieringsteori Totalbudgettering
Kultur (integreret i sprogfag)	Definition af kulturbegrebet - hvad er kultur Kulturel selvforståelse - dansk identitet Erkendelse af andre kulturer - forskelligheden som begreb		
Engelsk 12%	Virksomhedsbeskrivelse Foredrags- og præsentationsteknik Skr. forretningskommunikation	Kulturteori Kultur- og samfundsbeskrivelse	Tværkulturel kommunikation og forhandling Resumering
2. fremmedsprog 12%	Forretningskommunikation Virksomhedsbeskrivelse	Samfunds- og kulturkendskab Forretningskommunikation	Markedsføringsterminologi Virksomheds- og markedsbeskrivelse Præsentations- og forhandlingsteknik
Statistik 8%	Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger	Statistiske modeller for simple tilfældige stikprøver	Regressionsanalyse Stikprøveudvælgelse Antalstabeller
Org. og logistik 8%	Organisation	Logistik Logistisk effektivitet	
Int. erhvervsret 7%	Retskilder og retssystemerne Juridisk informationssøgning Kontrakters indgåelse Erstatning udenfor kontraktforhold og forsikring Virksomhedersformer og hæftelse Miljøret Proces- og privatret	Kontrakters indgåelse, indhold og opfyldelse Virksomheden og konkurrencen Kreditsikring, finansierings- og insolvensret Immaterialret	
Økonomistyring 5%			Årsregnskaber Interne regnskaber Virksomhedsanalyse og -vurdering Budgettering Afvigelsesrapportering
Eksportsalg 5%			Forberedelse og planlægning af salget Sælgerens baggrundsviden Personlige forudsætninger Besøgsplanlægning Kontaktformer Salgets psykologi Gennemførelse af salget Rapportering og salgsopfølgning
Logistik 5%			Logistik og strategi Logistikanalyse Handlingsplan Implementering
Kulturanalyse 5%			Kulturopfattelse Kulturbegrebets historie Kulturteoriernes anvendelsesmuligheder
Innovation 5%			Virksomhedsetablering Virksomhedsledelse Beskyttelse af produkter og rettigheder Hjælpeforanstaltninger i forbindelse med etablering
Miljøledelse 5%			Miljøstyring Miljøøkonomi Miljørapportering

opdat 19.6.96

Håndbogshæfter fra Erhvervsskoleafdelingen

1993 - 1994

Råd og vink om større skriftlig opgave på hhx, 1993 (UVM 7-018)

Råd og vink om "EF og internationalt økonomisk samarbejde" på hhx, 1994 (UVM 7-040)

Sortbog om Lov om erhvervsgrunduddannelse mv. (Lov nr. 506 af 30. juni 1993: Lov og forarbejder), 1993 (UVM 7-017)

Råd og vink om international handel på hhx, 1994 (UVM 7-025)

Vejledning for erhvervsskolerne om statens selvforsikring m.v., 1994 (UVM 7-052)

Vejledning om læsetekniske kvalitetsforbedringer af prøve- og eksamensopgaver, 1993 (UVM 7-037)

Vejledning om prøver og eksaminer for erhvervsuddannelseselever med handicap eller vanskeligheder, der kan sidestilles hermed, 1994 (UVM 7-040)

Vejledning ved censur i de videregående teknikeruddannelser og uddannelser på konstruktørniveau, 1994 (UVM 7-053)

Fra 1995 i nummereret serie

1 Råd og vink om hhx generelt, 1995 (UVM 7-068)

2 Råd og vink om dansk på hhx, 1995 (UVM (UVM 7-070)

4 Råd og vink om erhvervsøkonomi på hhx, 1995 (UVM 7-073)

5 Råd og vink om engelsk på hhx, 1995 (UVM 7-075)

6 Råd og vink om fransk på hhx, 1995 (UVM 7-077)

7 Råd og vink om tysk på hhx, 1995 (UVM 7-079)

8 Råd og vink om spansk på hhx, 1995 (UVM 7-081)

9 Råd og vink om kulturforståelse på hhx, 1995 (UVM 7-083)

10 Råd og vink om årsprøve som tværfagligt projekt på hhx, 1995 (UVM 7-095)

11 Råd og vink om idéhistorie på hhx (på vej)

12 Råd og vink om afsætningsfag på hhx (på vej)

13 Råd og vink om international økonomi på hhx (på vej)

14 Råd og vink om EU-faget på hhx (på vej)

15 Råd og vink om samtidshistorie på hhx (UVM 7-115)

16 Råd og vink om informationsteknologi på hhx (på vej)

17 Råd og vink om erhvervsret på hhx (på vej)

18 Råd og vink om mediekundskab på hhx (på vej)

19 Råd og vink om psykologi på hhx (på vej)

20 Råd og vink om design på hhx (på vej)

21 Råd og vink om miljø på hhx (på vej)

22 Vejledning til materiale, der kan anvendes i fremmedsprogsundervisningen af erhvervsuddannelseselever med svære høretab (på vej)

23 Åben uddannelse på erhvervsskolerne: efterspørgselsstyret voksenuddannelse: I inspiration, II vejledning, 1995 (UVM 7-097)

24 Råd og vink om fremmedsprog på htx, 1996 (UVM 7-100)

25 Råd og vink om dansk på htx, 1996 (UVM 7-101)

26 Råd og vink om samfundsfag på htx, 1996 (UVM 7-102)

27 Råd og vink om matematik på htx, 1996 (UVM 7-103)

28 Råd og vink om teknologi på htx, 1996 (UVM 7-104)

29 Råd og vink om kemi på htx, 1996 (UVM 7-105)

30 Råd og vink om fysik på htx, 1996 (UVM 7-106)

31 Råd og vink om biologi på htx, 1996 (UVM 7-107)

32 Vejledning om egu: Erhvervsgrunduddannelse, 1996 (UVM 7-114)

33 Den lokale undervisningsplan i erhvervsuddannelserne: En vejledning, 1996 (UVM 7-117)

34 Datamatiker-uddannelsen: En vejledning (på vej)

35 Merithåndbog: erhvervsuddannelser - landbrugsuddannelser - de grundlæggende social- og sundhedsuddannelser (UVM 7-131)

36 Råd og vink om erhvervsfag på htx (på vej)

37 Råd og vink om naturfag på htx (på vej)

38 Råd og vink om teknikfaget, byggeri og energi A på htx (på vej)

39 Råd og vink om teknikfaget, design og produktion A på htx (på vej)

40 Råd og vink om teknikfaget, service og kommunikation A på htx (på vej)

41 Råd og vink om teknikfaget, proces og levnedsmiddel A på htx (på vej)

42 Råd og vink om teknikfaget, natur og jordbrug A på htx (på vej)

43 Råd og vink om htx generelt (på vej)

44 Markedsøkonomuddannelsen - vejledende studieplaner, 1996 (UVM)

Håndbogshæfterne kan købes hos Undervisningsministeriets forlag
(tlf. 3392 5220)