

Studieordning 2014-2016

Professionsbachelor i international handel og markedsføring

Bachelor of International Sales and Marketing Management

Indholdsfortegnelse

Del 1: Fællesdelen.....	5
1.Uddannelsen.....	5
1.1 Titulatur.....	5
1.2 Formål.....	5
1.3 Læringsmål.....	5
1.4 Omfang.....	6
1.5 Uddannelsens retsgrundlag.....	6
2. Uddannelsens indhold og struktur.....	6
2.1 Semesteroversigt med ECTS-fordeling.....	8
3. Kerneområder.....	9
3.1 Kerneområde 1: Virksomhedens salgsgrundlag.....	9
3.1.1 Indhold.....	9
3.1.2 Omfang.....	9
3.1.3 Læringsmål.....	9
3.2 Kerneområde 2: Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv.....	10
3.2.1 Indhold.....	10
3.2.2 Omfang.....	10
3.2.3 Læringsmål.....	10
4. Obligatoriske uddannelseselementer.....	11
4.1 Obligatorisk uddannelseselement 1: Kunden som udgangspunkt.....	11
4.1.1 Indhold.....	11
4.1.2 ECTS-omfang.....	11
4.1.3 Læringsmål.....	12
4.1.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	13
4.2 Obligatorisk uddannelseselement 2: Branche og konkurrenter.....	13
4.2.1 Indhold.....	13
4.2.2 ECTS-omfang.....	13
4.2.3 Læringsmål.....	13
4.2.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	14
4.3 Obligatorisk uddannelseselement 3: Innovation.....	14
4.3.1 Indhold.....	14
4.3.2 ECTS-omfang.....	14
4.3.3 Læringsmål.....	14
4.3.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	15
4.4 Obligatorisk uddannelseselement 4: Videnskabsteori og metode.....	15
4.4.1 Indhold.....	15
4.4.2 ECTS-omfang.....	15
4.4.3 Læringsmål.....	15
4.4.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	16
4.5 Obligatorisk uddannelseselement 5: Udvikling af salgsgrundlaget.....	17
4.5.1 Indhold.....	17
4.5.2 ECTS-omfang.....	17
4.5.3 Læringsmål.....	17
4.5.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	18
4.6 Obligatorisk uddannelseselement 6: Det taktiske og operationelle salg.....	18
4.6.1 Indhold.....	18
4.6.2 ECTS-omfang.....	18
4.6.3 Læringsmål.....	18
4.6.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.....	19
4.7 Obligatorisk uddannelseselement 7: Implementering og opfølgning.....	19

4.7.1	Indhold	19
4.7.2	ECTS-omfang	19
4.7.3	Læringsmål.....	19
4.7.4	Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.	20
4.8	Bachelorprojekt.....	20
4.8.1	Indhold	20
4.8.2	ECTS-omfang	20
4.8.3	Læringsmål.....	20
4.8.4	Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.	21
4.9	Praktik.....	21
4.9.1	ECTS-omfang	21
4.9.2	Læringsmål	21
4.9.3.	Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet	22
4.10	Obligatorisk uddannelseselement 10: Bachelorprojekt	22
4.10.1.	Indhold.....	22
4.10.2	ECTS-omfang.....	22
4.10.3	Læringsmål.....	22
4.10.4	Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.	23
5.	Interne og eksterne eksamener	23
5.1	Oversigt over prøver	25
5.2	Beskrivelse af eksaminerne på 1. og 2. semester	26
5.2.1	Virksomhedens salgsgrundlag	26
5.2.2	Metode og videnskabsteori.	26
5.2.3	Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv	26
5.2.4	Valgfrit uddannelseselement.....	26
5.2.5	Virksomhedspraktik	26
5.2.6	Bachelorprojekt	27
Del 2:	Institutionsdel	28
6	Valgfrie uddannelseselementer	28
6.1	Indhold	28
6.2	Omfang	28
6.3	Læringsmål	28
7	Interne og eksterne eksamener på institutionen.....	28
7.1.2	Eksamen i uddannelseselementet: Videnskabsteori og metode.....	28
7.1.3	Eksamen i valgfrit uddannelseselement: Intern eksamen	28
8	Retningslinjer for praktikkens gennemførelse	28
9	Internationalisering	29
10	Skriftlige opgaver og projekter.....	29
10.1	Obligatorisk uddannelseselement 1: Kunden som udgangspunkt.	29
10.2	Obligatorisk uddannelseselement 2: Branche og konkurrenter.....	29
10.3	Obligatorisk uddannelseselement 3: Innovation	29
10.4	Obligatorisk uddannelseselement 4: Videnskabsteori og metode.....	30
10.5	Semesterprojekt 1. semester	30
10.6	Obligatorisk uddannelseselement 5: Udvikling af salgsgrundlaget	30
10.7	Obligatorisk uddannelseselement 6: Det taktiske og operationelle salg	30
10.8	Obligatorisk uddannelseselement 7: Implementering og opfølgning.....	30
10.9	Semesterprojekt 2. semester	30
10.10	30
	Bachelorprojekt	30
11	Anvendte undervisnings- og arbejdsformer.....	30
11.130		
	Måltrettet læring	30
	11.2 Praksisnær læring.....	32
	11.3 Læringsmetode og -struktur.....	32
12	Merit.....	32
12.1	Meritoverførsel	33

12.2 Meritstuderende	33
13 Mødepligt	33
14 Engelsksproget undervisning og undervisningsmaterialer	34
15 Dispensationsregler	34
16 Ikrafttrædelsesbestemmelser	34
Bilag A: Uddannelsens faglige indhold og mål for læringsudbytte	35
Bilag B Skematisk oversigt over professionsbachelor i international handel og markedsføring 90 ECTS inkl. obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt	52

Del 1: Fællesdelen

1 Uddannelsen

Denne studieordning gælder for årgangen 2014-2016. Altså studerende, som påbegynder uddannelsen pr. 1. september 2014 på Erhvervsakademi MidtVest.

1.1 Titulatur

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, kan betegne sig *Professionsbachelor i international handel og markedsføring* eller forkortet *PBA International handel og markedsføring*.

Den tilsvarende engelske betegnelse er *Bachelor of International Sales and Marketing Management* eller forkortet *BA International Sales and Marketing Management*.

1.2 Formål

Det er uddannelsens formål at uddanne professionsbachelorer inden for International handel og markedsføring, der selvstændigt og professionelt kan udføre jobfunktioner, som knytter sig til den internationale virksomheds indsats i markedet – ikke mindst i segmentet for små og mellemstore virksomheder og især inden for internationalt business to business salg.

1.3 Læringsmål

Viden

Dimittenden skal

- have viden om og forståelse af praksis, anvendt teori og metode for salg og markedsføring i et internationalt perspektiv
- kunne forstå og reflektere over centrale teorier og modeller nødvendige for business to business salg og markedsføring

Færdigheder

Dimittenden skal

- kunne udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper (branche, størrelse, ressourcer m.m.) og anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden
- kunne analysere, vurdere og anvende juridiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg i en internationalt fokuseret virksomhed
- kunne vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen
- kunne begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- kunne skabe et motiverende miljø i salgsafdelingen, udvikle og gennemføre salgsmøder med fokus på de økonomiske resultater og menneskelige indsatsområder

Kompetencer

Dimittenden skal

- kunne holde sig orienteret om og identificere behov for relevant økonomisk og juridisk information omkring internationale salgsopgaver
- kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde og selvstændigt kunne planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med internationalt salg
- kunne udvikle, styre og gennemføre salgsstrategier med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter
- kunne indgå i det gennemførende salgsarbejde i en virksomhed med selvstændigt ansvar på lederniveau
- kunne opnå kompetencer til videre uddannelse
- udvikle selvstændighed, samarbejdsevne og evne til at skabe fornyelse
- udvikle interesse for og evne til aktiv medvirken i et demokratisk samfund

1.4 Omfang

Uddannelsen tilrettelægges som et 1½-årigt heltidsstudium svarende til 1½ studenterårsværk eller 90 ECTS-point.

Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold, praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i prøver.

1.5 Uddannelsens retsgrundlag

Uddannelsen til Professionsbachelor i International handel og markedsføring hviler på nedenstående love og regler, der gælder for gennemførelse af uddannelsen.

- Bekendtgørelse om uddannelse til professionsbachelor i International handel og markedsføring BEK nr 1031 af 03/11/2009 Gældende
- Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser BEK nr. 1521 af 16/12/2013 Gældende
- Lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser LOV nr. 467 af 08/05/2013 gældende, samt senere ændringer til forskriften
- Lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser LOV nr. 850 af 12/9/2009 gældende, samt senere ændringer til forskriften
- Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 1519 af 16/12/2013 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).
- Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, BEK nr. 223 af 11/03/2014 Gældende, samt senere ændringer til forskriften
- Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse BEK nr. 262 af 20/03/2007 gældende, samt senere ændringer til forskriften
- Bekendtgørelse om akkreditering og godkendelse af erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser mv. BEK nr. 684 af 27/06/2008 gældende, samt senere ændringer til forskriften

I tillæg til denne studieordning udarbejdes der på den enkelte institution:

- et regelsæt for eksamen, som omtales i denne studieordnings institutionsdel
- Et regelsæt for formatkrav i forbindelse med aflevering af projekter og skriftlige opgaver, som dels omtales i denne studieordnings institutionsdel og /eller på uddannelsens intranet.

2 Uddannelsens indhold og struktur

Uddannelsen består af 3 semestre, der tilsammen giver professionsbacheloren den målsatte kompetenceprofil, som nævnt i afsnit 1.

Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Det er således muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalerende læring og udprøvning fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Ligeledes kan udenlandske studerende gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

På uddannelsens første to semestre er det faglige indhold struktureret i 2 kerneområder.

De 2 kerneområder er underopdelt i uddannelseselementer, hvis tilgang af teoretisk viden hentes fra de faglige discipliner

- Salg/markedsføring

- Supply Chain Management
- Ledelse/organisation
- Økonomi
- Jura

Det er kerneområder og uddannelseselementerne, som er styrende for læringsprocessen og ikke de faglige discipliner.

2.1 Semesteroversigt med ECTS-fordeling

	ECTS
1. semester	30
Kerneområde 1: <i>Virksomhedens salgsgrundlag</i> <i>Inklusive semesterprojekt</i>	25
Obligatorisk uddannelseselement 1: Kunden som udgangspunkt	15
Obligatorisk uddannelseselement 2: Branche og konkurrenter	5
Obligatorisk uddannelseselement 3: Innovation	5
Obligatorisk uddannelseselement 4: Metode og Videnskabsteori	5
2. semester	30
Kerneområde 2: <i>Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv</i> <i>Inklusive semesterprojekt</i>	20
Obligatorisk uddannelseselement 5: Udvikling af salgsgrundlaget	10
Obligatorisk uddannelseselement 6: Det taktiske og operationelle salg	5
Obligatorisk uddannelseselement 7: Implementering og opfølgning	5
Valgfrit uddannelseselement:	10
3. semester	30
Virksomhedspraktik	15
Bachelorprojekt	15
I alt	90

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede antal ECTS-point.

Alle uddannelseselementer, inklusiv bachelorprojekt, evalueres og bedømmes. Når uddannelsen består eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

I bilag A er kerneområdernes indhold nærmere beskrevet. Beskrivelsen rummer en opstilling af uddannelseselementernes indholdselementer, samt mål for læringsudbyttet i form af den viden, de færdigheder og de kompetencer, som den studerende skal tilegne sig.

3 Kerneområder

3.1 Kerneområde 1: Virksomhedens salgsgrundlag

3.1.1 Indhold

- En analyse af nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker m.v. som grundlag for en vurdering af virksomhedens samlede indsatsområder
- Analyse af virksomhedens forretningsmodel og effektivitet i virksomhedens Supply Chain med henblik på fastlæggelse af virksomhedens kernekompetencer og evne til at dække kundernes behov
- Komplekse konkurrenceformer, konkurrentanalyse, regulering af konkurrenceforhold og en analyse og vurdering af de internationale økonomiske omverdensforhold samt finansiell og økonomisk benchmarking og benchmarking af virksomhedens Supply Chain
- Salgsfunktionens organisering og relationer til andre funktioner, herunder samarbejdspartnere.
- Produkt- og konceptudviklingsstrategi- og processer
- Vurdering af den innovative platform samt virksomhedens innovative processer og drivkræfter.
- International aftaleindgåelse og salg af varer og tjenesteydelser
- International juridisk konflikthåndtering

3.1.2 Omfang

Virksomhedens salgsgrundlag har et omfang på 25 ECTS.

3.1.3 Læringsmål

Viden

Den studerende skal:

- have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer, kundegrundlag, udvikling af kundeporteføljen samt lønsomhedsvurderinger
- kunne forstå værktøjer for vurdering af kundeporteføljen omkring lønsomhed, engagement og kreditgivning
- kunne forstå reglerne for international handel med varer og tjenesteydelser samt kendskab til EU konkurrenceret og markedføringsret
- have kendskab til ansættelsesretlige klausuler og EU's ansættelsesretlige regler
- have kendskab til EU's servicedirektiv
- have kendskab til international konflikthåndtering
- have kendskab til international immaterialret
- kunne forholde sig til og inddrage relevante teorier og modeller om konkurrencesituationen på markedet
- kunne forstå benchmarkingteori til sammenligninger inden for brancher
- have grundlæggende kendskab til globaliseringens økonomiske virkninger
- 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 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
- kunne analysere og vurdere en internationalt fokuseret virksomheds valg af Supply Chain med inddragelse af relevant teori på området

- være i stand til at gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af en kundeporteføje
- kunne analysere og vurdere virksomhedens konkurrencesituation
- kunne benchmarke en virksomhed overfor en konkurrent eller branchen
- kunne anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden og herunder vurdere de økonomiske konsekvenser
- kunne 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
- kunne inddrage relevante data til vurderingen af virksomhedens kundepleje- og kundeudviklingsstruktur samt evne til at implementere salgsopgaven
- kunne vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain
- kunne lave beslutningsgrundlag som støtte for en økonomisk vurdering af kundegrundlaget og eksterne påvirkninger
- kunne vurdere en virksomheds innovative udgangspunkt og kunne indgå i virksomhedens arbejde med at planlægge og gennemføre produkt- og konceptudviklingsprocesser
- -
- Kunne analysere og vurdere juridiske spørgsmål i relation til international handel
- Kunne anvende og vurdere forskellige distributionsformer
- Kunne vurdere markedsføringsstiltags overensstemmelse med EU-ret

3.2 Kerneområde 2: Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv

3.2.1 Indhold

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

3.2.2 Omfang

Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv har et omfang af 20 ECTS.

3.2.3 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

- kunne begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- kunne vælge og anvende teorier og modeller til planlægning af det taktiske og operationelle salg baseret på den valgte salgsstrategi
- kunne opstille et Balanced Scorecard for en salgsfunktion og salgsområde samt lave forslag til opfølgning
- kunne vurdere og anvende metoder og redskaber for virksomhedens Supply Chain til understøttelse af det gennemførende salg
- kunne vurdere parameter indsatsen overfor virksomhedens kunder generelt og den enkelte kunde specifikt
- kunne 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
- kunne udvikle det økonomiske grundlag for en salgsstrategi i en praktisk sammenhæng for en konkret virksomhed
- kunne indgå i salgsarbejdet i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau
- kunne lave sit eget Balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan, og sikre løbende opfølgning
- kunne indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats

4 Obligatoriske uddannelseselementer

Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 50 ECTS og udgøres af nedenstående elementer.

4.1 Obligatorisk uddannelseselement 1: Kunden som udgangspunkt

4.1.1 Indhold

- En analyse af nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker m.v. som grundlag for en vurdering af virksomhedens samlede indsatsområder
- Vurdering af egen forretningsmodel og kompetencer
- Relations- og handlingsparameter analyser
- Analyse af effektivitet i virksomhedens Supply Chain med henblik på fastlæggelse af virksomhedens kernekompetencer og evne til at dække kundernes behov
- Vurdering af valg af geografisk placering af produktions- og kompetencecenter, herunder partnerskaber og outsourcing
- Virksomhedens strategiske grundlag og fokus
- Salgsfunktionens organisering strategisk, taktisk og operationelt
- Organisatorisk analyse af salgsteam og købscenter i forhold til salgsopgaven
- Salgsfunktionens relationer til andre funktioner, herunder samarbejdspartnere
- Kompetenceanalyse
- Reglerne for international aftaleindgåelse og international salg af varer og tjenesteydelser
- EU's ansættelsesretlige regler
- International konflikthåndtering
- Salgets økonomi/finansielle grundlag
- Activity Based Costing
- Kundernes lønsomhed samt kreditvurdering

4.1.2 ECTS-omfang

Kunden som udgangspunkt har et omfang af 15 ECTS.

4.1.3 Læringsmål

Viden

Den studerende skal:

- have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer, kundegrundlag, udvikling af kundeporteføljen samt lønsomhedsvurderinger
- have viden om og forståelse for relevante modeller og teorier om forretningsmodeller med udgangspunkt i salget
- kunne forstå praktiske internationale eksempler i sammenhæng med gældende teori på området
- have kendskab til generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salget, kompetencevurdering, kundens 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 EU's regler for udstationering, ansættelsesbeviser og social sikring
- have kendskab til EU's 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
- kunne analysere og vurdere de relationer, der er mellem kunden og virksomheden
- kunne vurdere kundens lønsomhed og forventede fremtidige indtjeningspotentiale og kunne vurdere relevansen af enten en ressourcebaseret eller en markedsorienteret indgangsvinkel
- kunne 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
- kunne analysere og foretage en vurdering af virksomhedens strategiske position
- med udgangspunkt i kunden kunne analysere og vurdere organiseringen af salget herunder
 - relationer til andre funktioner i virksomheden
- kunne analysere salgsorganiseringen
- ud fra kundeanalysen kunne analysere og vurdere kompetencerne/kravet i salgsafdelingen
- være i stand til at gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af en kundeportefølje
- Kunne vurdere forskellige metoder til sikring af købesummen i forbindelse med eksport, herunder brug af leveringsklausuler, reburs, eksportkreditordninger, forskellige typer af bankgarantier, faktorering/forfaitering og ejendomsforhold

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med vurdering af kundegrundlaget
- kunne inddrage relevante data til vurderingen af virksomhedens kundepleje- og kundeudviklingsstruktur
- vurdere virksomhedens kompetencer og evne til at matche kundernes forventninger til salgsfunktionen
- kunne identificere aftalen og salgets relevante retsregler
- kunne analysere og vurdere de juridiske konsekvenser af en international salgsaftale
- kunne lave beslutningsgrundlag som støtte for en økonomisk vurdering af kundegrundlaget
- kunne anvende og vurdere behovet for og de juridiske konsekvenser af salgs- og leveringsbetingelser

- kunne 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)
- kunne 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

4.1.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Kunden som udgangspunkt er placeret på 1. semester.

4.2 Obligatorisk uddannelseselement 2: Branche og konkurrenter

4.2.1 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 omverdensforhold
- Finansiell og økonomisk benchmarking

4.2.2 ECTS-omfang

Omfanget af Branche og konkurrenter er 5 ECTS.

4.2.3 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 konkurrence med hovedvægten lagt på EU's konkurrenceregler
- have kendskab til - ICC's 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 indenfor 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
- kunne inddrage relevante teorier og modeller i forbindelse med benchmarking af en internationalt orienteret mellemstor virksomheds Supply Chain
- forstå virksomhedens etiske dimension
- kunne benchmarke en virksomhed overfor 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
- kunne vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain på baggrund af en benchmarking.
- kunne håndtere en økonomisk vurdering af de eksterne påvirkninger fra både branchen og internationale forhold for en virksomhed
- kunne vurdere om en markedsføringsforanstaltning er i overensstemmelse med EU's regler for vildledende og sammenlignende reklame

4.2.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Branche og konkurrenter er placeret i 1. Semester.

4.3 Obligatorisk uddannelseselement 3: Innovation

4.3.1 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
- Projekt styring og måle- system

4.3.2 ECTS-omfang

Innovation har et omfang på 5 ECTS.

4.3.3 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
- kunne anvende relevante modeller til udvikling af løsninger for virksomhedens Supply Chain i forbindelse med innovative projekter
- være i stand til at vurdere salgsorganisationens innovative strukturer/processer og drivkræfter
- skal kunne analysere de økonomiske konsekvenser af en given innovationspolitik for en virksomhed

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne indgå i virksomhedens arbejde med at planlægge og gennemføre produkt- og konceptudvikling

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

4.3.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Innovation er placeret i 1. semester.

4.4 Obligatorisk uddannelseselement 4: Videnskabsteori og metode

4.4.1 Indhold

- Videnskabsteori henviser til det specifikke fagområdes overvejelser om dets opgave som videnskabende disciplin.
- Anskueliggørelse af, hvilke konsekvenser valg af videnskabeligt paradigme har for metodevalg, og hvad det i sidste ende betyder for analysen og vurderingen af praksis.
- Give grundlag for det akademiske arbejde.
- Undersøgelse af de centrale metodiske tilgange inden for de erhvervsøkonomiske discipliner.
- Systematisering af tilgangenes evne til at producere viden.
- Forståelse for og beherskelse af de videnskabelige udfordringer, som man står overfor i et moderne videnssamfund

4.4.2 ECTS-omfang

Videnskabsteori og metode har et omfang på 5 ECTS

4.4.3 Læringsmål

Viden

Den studerende skal:

- have indblik i vigtige perspektiver på viden, indsigt og erkendelse
- have et solidt kendskab til, hvad viden er i samfundsvidenskabelig forstand og have kendskab til, hvilken rolle viden spiller i et erhvervsøkonomisk perspektiv
- 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
- have viden om videnskabsteoriens teoretiske antagelser og om metodiske tilgange, der understøtter frembringelsen af viden
- have kendskab til og forståelse for centrale paradigmeskift inden for de erhvervsøkonomiske discipliner
- have forståelse for anvendelse af metodologi i projekt- og rapportskrivning efter principper for videnskabeligt arbejde

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne forholde sig kritisk til empirisk-analytisk videnskabsteori og herunder kunne diskutere, hvad viden er, hvordan den frembringes, og hvordan den spiller sammen med praksis
- kunne reflektere over samt indgå i diskussion om erhvervsøkonomiske perspektiver i videnskabelige sammenhænge
- kunne arbejde med videnskabsteoretiske og metodemæssige problemstillinger og integrere forståelse af videnskabeligt arbejde og metode med faglighed i projekt- og rapportskrivning
- kunne 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

- kunne udarbejde problemanalyse og foretage problemafgrænsning, opstille problemstilling og hypoteser, samt foretage metodemæssige overvejelser og begrunde valg af undersøgelsesmetoder
- kunne strukturere og analysere efter principper for videnskabeligt arbejde

Kompetencer

Den studerende skal

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

4.4.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Videnskabsteori og metode er placeret i 1. semester.

4.5 Obligatorisk uddannelseselement 5: Udvikling af salgsgrundlaget

4.5.1 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

4.5.2 ECTS-omfang

Udvikling af salgsgrundlaget har et omfang på 10 ECTS.

4.5.3 Læringsmål

Viden

Den studerende skal:

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

Færdigheder

Den studerende skal:

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

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere og lede/styre udvikling af salgsstrategien med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter
- kunne identificere egne læringsbehov, således at nødvendig viden og færdigheder konstant udvikles
- kunne 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
- være i stand til at identificere og opbygge personlige netværk
- kunne håndtere og udvikle løsninger omkring komplekse situationer indenfor internationale partnerskaber
- kunne udvikle det økonomiske grundlag for en salgsstrategi i en praktisk sammenhæng for en konkret virksomhed
- vurdere og udvikle virksomhedens evne til at implementere salgsopgaven

4.5.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Udvikling af salgsgrundlaget er placeret i 2. semester.

4.6 Obligatorisk uddannelseselement 6: Det taktiske og operationelle salg

4.6.1 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
- Konflikthåndtering
- Ledelse af salgsfunktionen, herunder stresshåndtering
- Activity Based Costing og værdikædeoptimering
- Foreign currency and option theory

4.6.2 ECTS-omfang

Det gennemførende salg har et omfang på 5 ECTS.

4.6.3 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 gennemførende salg
- have viden om og forståelse for forskellige metoder til rekruttering af salgspersonale
- kunne forstå og reflektere over forskellige motivationsteoriens 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 gennemførende salg baseret på den valgte salgsstrategi

- kunne udvikle virksomhedens strategi med udgangspunkt i unikke kundeforhold og kunne formidle dette til relevante interessenter
- kunne vurdere og anvende metoder og redskaber for virksomhedens Supply Chain til understøttelse af det gennemførende 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
- kunne anvende den lærte teori på konkrete internationale salgsopgaver

Kompetencer

Den studerende skal:

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

4.6.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Det gennemførende salg er placeret på 2. semester.

4.7 Obligatorisk uddannelseselement 7: Implementering og opfølgning

4.7.1 Indhold

- Kundeopfølgningværktøjer
- 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

4.7.2 ECTS-omfang

Opfølgning har et omfang på 5 ECTS.

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

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne indgå i arbejdet med at vurdere virksomhedens fælles indsats samt egen indsats i forbindelse med salgsarbejdet over for kunderne. I denne forbindelse skal den studerende kunne identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og vedligeholde relevante kompetencer til dette arbejde
- kunne indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et perspektiv om effektivitet i hele Supply Chain'en
- kunne udvikle og gennemføre en evaluering af personlige, faglige, kulturelle, sociale kompetencer og medarbejdertilfredshed
- kunne lave sit eget balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan, og sikre løbende opfølgning
- kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med marketing intelligence med udgangspunkt i kunden

4.7.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Opfølgning er placeret i 2. semester.

4.8 Bachelorprojekt

Bachelorprojektet på professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område

4.8.1 Indhold

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 Erhvervsakademi MidtVest. Bachelorprojektet udarbejdes som hovedregel individuelt. Men hvis fx 2 studerende er i det samme praktiksted kan den udarbejdes i fællesskab af de to.

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.

4.8.2 ECTS-omfang

Bachelorprojektet har et omfang på 15 ECTS og er placeret i slutningen af 3. semester.

4.8.3 Læringsmål

Læringsmålene er de samme som for uddannelsen. Desuden gælder nedenstående læringsmål for bachelorprojektet.

Viden

Den studerende skal:

- have viden om professionens/ fagområdets anvendte teori og metode samt om praksis

- kunne forstå teori og metoder samt kunne reflektere over professionens anvendelse af teori og metode

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til indsamling og analyse af information og skal mestre de færdigheder der knytter sig til beskæftigelse inden for professionen
- kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte handlinger og løsninger
- kunne 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
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- kunne identificere egne læringsbehov og i tilknytning til professionen udvikle egen viden og færdigheder

4.8.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Bachelorprojektet ligger i slutningen af 3. semester. Den studerende skal have bestået alle tidligere prøver for at kunne indstilles til professionsbacheloreksamen. Desuden skal praktikopholdet være godkendt.

4.9 Praktik

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praksis. 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 er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet og den studerende er SU-berettiget i praktikperioden. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og Erhvervsakademi MidtVest sikrer rammerne om praktikforløbet.

4.9.1 ECTS-omfang

Praktikken har et omfang af 15 ECTS.

4.9.2 Læringsmål

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.

Viden

Den studerende skal:

- have viden om fagområdets teori og metode samt om praksis
- 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
- kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger og opstille løsningsforslag
- kunne 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
- kunne indgå i fagligt - såvel som tværfagligt samarbejde

4.9.3. Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet

Praktikken varer mindst 12 uger og er placeret i starten af 3. semester umiddelbart inden bachelorprojektet.

4.10 Obligatorisk uddannelseselement 10: Bachelorprojekt

4.10.1. Indhold

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 skolen.

4.10.2 ECTS-omfang

Bachelorprojektet har et omfang på 15 ECTS.

4.10.3 Læringsmål

Læringsmålene er de samme som for uddannelsen. Desuden gælder nedenstående læringsmål for bachelorprojektet.

Viden

Den studerende skal:

- have viden om professionens/ fagområdets anvendte teori og metode samt om praksis
- kunne forstå teori og metoder samt kunne reflektere over professionens anvendelse af teori og metode

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til indsamling og analyse af information og skal mestre de færdigheder der knytter sig til beskæftigelse inden for professionen
- kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte handlinger og løsninger
- kunne 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
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- kunne identificere egne læringsbehov og i tilknytning til professionen udvikle egen viden og færdigheder

4.10.4 Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet.

Bachelorprojektet ligger i slutningen af 3. semester. Den studerende skal have bestået alle tidligere eksaminer for at kunne indstilles til professionsbacheloreksamen.

5. Interne og eksterne eksamener

Alle regler om eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 1519 af 16/12/2013 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

- Ekstern eksamen - disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikede censorer
- Intern eksamen i obligatoriske uddannelseselementer - disse er landsdækkende. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk.
- Intern eksamen i det valgfrie forløb - disse er institutionsspecifikke. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk

Alle prøver skal aflægges i den førstkomende eksamenstermin efter undervisningens afslutning. Den studerende er automatisk tilmeldt eksamen.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen.

Alle eksamener skal bestås. Beståede eksamener kan ikke tages om.

Hvis du skal til en sygeeksamen/reeksamination skal du snarest muligt selv kontakte studiesekretæren og uddannelseslederen for at aftale nærmere om tidspunkt mv.

Afmelding

Såfremt rettidig afmelding ikke foreligger, betragtes eksamen, med hensyn til antallet af eksamensforsøg, som påbegyndt. En eksamen kan rettidigt afmeldes 4 uger før eksamen påbegyndes eller eksamensopgave/eksamens projekt afleveres.

Sygeprøve

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en eksamen på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)eksamen snarest muligt.

Sygdom skal dokumenteres ved lægeattest. Institutionen skal senest have modtaget lægeattest tre hverdage efter prøvens afholdelse. Studerende, der bliver akut syge under en eksamens afvikling, skal dokumentere at vedkommende har været syg på den pågældende dag.

Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et eksamensforsøg. Den studerende skal selv afholde udgiften til lægeattest.

Hjælpemidler til eksamen

I forbindelse med skriftlige eksaminer, må den studerende anvende bøger og materialer udleveret i undervisningen, egne noter, supplerende materialer, intranet, internet usb-pen el. lign. med dokumenter med mindre andet udtrykkeligt fremgår af eksamensopgaven/vejledningen.

Den studerende har ikke adgang til at medbringe eller anvende nedenstående hjælpemidler:

- bluetooth

- mobiltelefon
- øvrigt datakommunikationsudstyr, der gør, at man kan kommunikere med andre.

Såfremt man som studerende under eksamen gør ulovlig brug af ovenstående medfører det øjeblikkelig bortvisning fra eksamen.

Det er ikke tilladt for studerende under eksamen at dele hjælpemidler eller låne til medstuderende.

Studerende må ikke på nogen måde kommunikere med hinanden efter prøvens start.

Forsøger studerende at sætte sig i forbindelse med en anden eksaminand eller anvende ikke-tilladte hjælpemidler, vil den studerende øjeblikkeligt blive bortvist fra eksamen.

Det anvendte sprog ved eksamen

Eksamen skal aflægges på forståeligt dansk/engelsk (afhængig af om det er i en engelsk eller dansk udgave af studieordningen).

Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om tilladelse til at få tildelt ekstra eksaminationstid m.v. Ansøgningen skal indgives til uddannelsen senest 4 uger før eksamen afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opståede helbredsmæssige problemer.

Ansøgningen skal ledsages af en lægeattest, udtalelse fra fx tale-, høre-, ordblinde eller blindeinstitut eller anden dokumentation for helbredsmæssige forhold eller relevant specifik funktionsnedsættelse.

Eksamenssnyd

Hvis en studerende giver eller får uretmæssig hjælp til besvarelsen af en opgave eller benytter ikke tilladte hjælpemidler, bortvises den pågældende fra eksamen.

Under skærpende omstændigheder kan der bortvises fra uddannelsesinstitutionen.

En eksaminand skal ved aflevering af en skriftlig besvarelse med sin underskrift bekræfte, at opgaven er udfærdiget uden uretmæssig hjælp.

Brug af egne og andres arbejde - plagiat

Eksamenssnyd ved plagiering omfatter tilfælde, hvor en skriftlig opgave helt eller delvist fremtræder som produceret af eksaminanden eller eksaminanderne selv, selv om opgaven

1. omfatter identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller værker, uden at det gengivne er markeret med anførelsestegn, kursivering, indrykning eller anden tydelig markering med angivelse af kilden, jf. institutionens krav til skriftlige arbejder
2. genbruger eget allerede bedømte materiale uden iagttagelse af bestemmelserne i punkt. 1.

Når en skriftlig opgave er individuel betragtes det også som plagiat, hvis der i opgaven forekommer tekstpassager, som er udformet i fællesskab af en gruppe af studerende og fremstår enslydende i flere opgaver.

Klage

I forbindelse med eksamen er det muligt at klage over:

1. prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende
2. prøveforløbet

3. bedømmelsen
4. retlige forhold.

Klagen skal være skriftlig og begrundet og indsendes senest 2 uger efter bedømmelsen ved den pågældende eksamen er meddelt.

Deltagelsespligt

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der til visse studieelementer tilknyttet en deltagelsespligt, i form af fx
 aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og
 mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse

Før den studerende kan aflægge en eksamen, skal de aktiviteter på semestret som er omfattet af deltagelsespligt (obligatoriske aktiviteter) være godkendt.

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en eksamen, ligestilles den manglende opfyldelse med udeblivelse fra eksamen, og den studerende har brugt et eksamensforsøg. Indstilling til ny eksamen forudsætter opfyldelse af den oprindelige deltagelsespligt.

Det fremgår af beskrivelsen ved de enkelte eksaminer, om der er obligatoriske aktiviteter, som forudsætningskrav for eksamen.

Det læringsudbytte, som erhverves i kerneområderne på uddannelsen, dokumenteres ved prøver, der kan bestå i mundtlige og skriftlige prøver, bedømmelse af opgaver og projekter, deltagelse i seminarer, øvelsesrækker m.v.

Prøverne er enten eksterne eller interne. Ved de eksterne prøver medvirker en censor beskikket af Undervisningsministeriet. Ved de interne prøver foretages bedømmelsen af en eller flere lærere, udpeget af uddannelsesinstitutionen. Af bestemmelserne for de enkelte prøver fremgår, hvorvidt prøven er intern eller ekstern, og hvem der medvirker ved bedømmelsen.

Deltagelse i prøverne på studiet kan forudsætte, at den studerende har afleveret og fået godkendt en eller flere obligatoriske hjemmeopgaver i de enkelte obligatoriske uddannelseselementer.

5.1 Oversigt over prøver

Uddannelsen omfatter følgende prøver:

Semester	Prøve	Intern / ekstern prøve (karakter)
1	6 timers skriftlige prøve i kerneområdet <i>Virksomhedens salgsgrundlag</i> (fælles prøve)	Ekstern (karakter)
	Mundtlig eller skriftlig prøve (fællesprøve) i Metode og videnskabsteori	Intern (karakter)
2	½ times mundtlige prøve med udgangspunkt i kerneområdet <i>Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv</i> (Fælles prøve)	Ekstern (karakter)
	Valgfrit uddannelseselement (institutionsprøve)	Intern (karakter)

3	Virksomhedspraktik (fælles prøve)	Intern (karakter)
	Bachelorprojekt (fælles prøve)	Ekstern (karakter)

5.2 Beskrivelse af eksaminerne på 1. og 2. semester

5.2.1 Virksomhedens salgsgrundlag

6 timers skriftlig prøve i kerneområdet *Virksomhedens salgsgrundlag*. Der gives en karakter efter 7-trins skalaen.

Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens bilag b samt studieordningens institutionsdel.

5.2.2 Metode og videnskabsteori.

Faget afprøves med en mundtlig eller skriftlig prøve. Prøveform fastsættes af institutionen. Der gives karakter efter 7-trins skalaen.

Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens bilag b samt studieordningens institutionsdel.

5.2.3 Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv

½ times prøve med udgangspunkt i kerneområdet *Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv*. Den mundtlige eksamen tager udgangspunkt i semesterprojektet på 2. semester – *forretningsudvikling i et internationalt perspektiv*. Prøven vurderes alene ud fra den mundtlige præstation. Der gives en karakter efter 7-trins skalaen. Projektet skal være godkendt inden den mundtlige eksamen.

Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens bilag b samt studieordningens institutionsdel.

5.2.4 Valgfrit uddannelseselement.

Eksamen i det valgfrie tema fastsættes af institutionen. Eksamen vurderes internt af institutionen og skal bestås. Der gives karakter efter 7-trins skalaen.

5.2.5 Virksomhedspraktik

Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en mundtlig intern prøve af 30 minutters varighed med udgangspunkt i en individuel skriftlig rapport på max. 12.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Eksamen vurderes internt af institutionen og skal bestås. Bedømmes efter 7-trinsskalaen med en samlet karakter, som både dækker den skriftlige og den mundtlige del.

Den mundtlige individuelle prøve evaluerer:

- den studerendes refleksion over og opnåelse af de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet, som er opstillet i praktikaftalen.

- Den studerendes perspektivering af virksomhedspraktikken i forhold til bachelorprojektet.

Virksomhedspraktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

5.2.6 Bachelorprojekt

Det afsluttende eksamensprojekt udarbejdes som hovedregel individuelt eller sekundært af 2-3 personer i fællesskab (hvis de fx har den samme praktikplads).

Bachelorprojektet må maksimalt have et omfang af:

- v. 1. studerende: 100.000 anslag
- v. 2 studerende: 150.000 anslag
- v. 3 studerende: 200.000 anslag

Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Bachelorprojektet er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets intranet.

Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.

Der gives én samlet karakter for bachelorprojektet, hvor den skriftlige rapport tæller 2/3, og den mundtlige eksamination tæller 1/3.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemstilling.

Del 2: Institutionsdel

6 Valgfrie uddannelseselementer

6.1 Indhold

Den studerende skal fordybe sig i et valgfrit uddannelseselement. Dette vælges ud fra et af underviserne opstillet idékatalog, eller er et selvvalgt emne - eventuelt initieret af en eller flere eksterne opdragsgivere.

Der arbejdes med det valgfrie emne på klassen og i studiekredse.

Undervisere introducerer det faglige indhold, og knyttes til studiekredsene betinget af de studerendes emnevalg og agerer her primært i vejlederrollen.

Vejlederen bistår den enkelte klasse/studiekreds i at strukturere det valgfrie emne i obligatorisk uddannelseselementer 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.

Arbejdet med det valgfrie uddannelseselement afsluttes med en skriftlig eller mundtlig afprøvning afhængig af det konkrete valg. Indholdet i denne centrerer om forløbets læringsmål samt koblingen mellem teori og praksis.

6.2 Omfang

Det valgfrie tema har et omfang på 10 ECTS.

6.3 Læringsmål

Uddannelsesforløbet skal perspektivere uddannelsens kerneområder.

Læringsmål udarbejdes i samarbejde med den enkelte studerende/klassen, da de afhænger af det valgte forløb.

Det valgfrie tema er placeret i 2. semester.

7 Interne og eksterne eksamener på institutionen

7.1.2 Eksamen i uddannelseselementet: Videnskabsteori og metode.

Faget afprøves med en mundtlig prøve (30 minutter) med udgangspunkt i en synopsis.

7.1.3 Eksamen i valgfrit uddannelseselement: Intern eksamen

Afhængig af det konkrete emnemæssige valg afsluttes det valgfrie forløb med en mundtlig eller skriftlig intern eksamen. Erhvervsakademi Midt Vest udarbejder nærmere retningslinjer om forløbet af omtalte eksamen. Disse udleveres til de studerende sammen med det idékatalog, som emnet til valgfrit forløb vælges ud fra.

Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen og præstationsbedømmelsen er individuel og foretages internt af EAMV.

8 Retningslinjer for praktikkens gennemførelse

I virksomhedspraktikken har den studerende en vejleder fra Erhvervsakademi MidtVest og en kontaktperson fra virksomheden. Den studerende, vejlederen og kontaktpersonen fastlægger i fællesskab mål for den stu-

derendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden afsluttes med, at den studerende skal aflevere en skriftlig rapport samt til en mundtlig eksamen, hvor den studerende vurderer læringsudbyttet i praktikken holdt op mod de opstillede læringsmål. Den studerendes læringsudbytte vurderes efter 7-trins skalaen og skal bestås, for at denne kan indstilles til eksamen.

Virksomhedspraktikken er at sidestille med et fuldtidsjob med de krav til arbejdstid, indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede professionsbachelor må forventes at møde i sit første job.

Erhvervsakademi MidtVest udarbejder nærmere retningslinjer med hensyn til indholdet af praktikforløbet. Disse udleveres til de studerende i god tid før praktikforløbet starter.

9 Internationalisering

Det er på uddannelsen muligt for den studerende at gennemføre 1. eller 2. semester – eller dele heraf - på uddannelsesinstitutioner i udlandet.

Det er ligeledes muligt at gennemføre virksomhedspraktik og bachelorprojekt i virksomheder eller organisationer uden for landets grænser.

Institutionen skal godkende / give merit inden opholdet i udlandet finder sted.

På samtlige EAMV's uddannelser arbejdes med et internationalt aspekt med det formål at styrke den studerendes kompetencer til at kunne begå sig i internationale miljøer på såvel det danske som det udenlandske uddannelses- og arbejdsmarked. Inden for uddannelsens faglige felt er der i undervisningens tilrettelæggelse indarbejdet internationale læringselementer, som skal bidrage til at ruste og motivere den studerende til at løse relevante problemstillinger og evt. søge yderligere internationalt rettede udfordringer som element i uddannelsen.

Som en del af studiet er der mulighed for arbejde med internationale projekter og problemstillinger, ligesom der er mulighed for at gennemføre en del af studiet i udlandet. I starten af uddannelsesforløbet vil de studerende blive vejledt i de forskellige tilbud og muligheder, der er i forbindelse med uddannelsen.

For nærværende uddannelse er der tilrettelagt følgende internationale aktiviteter:

Hovedparten af lærebøgerne er på engelsk. Ligeledes er størstedelen af eksamenscases mv.

10 Skriftlige opgaver og projekter

Hvert obligatorisk uddannelseselement i semestrets tema afsluttes med en obligatorisk opgave, der skal godkendes, for at den studerende kan indstilles til den kommende eksamen.

10.1 Obligatorisk uddannelseselement 1: Kunden som udgangspunkt.

Et teamprojekt (hvor den enkeltes bidrag signeres) med en skriftlig besvarelse af løsningsforslag på en udleveret case indenfor det overordnede uddannelseselement: Kunden som udgangspunkt.

10.2 Obligatorisk uddannelseselement 2: Branche og konkurrenter.

Der løses en teambaseret caseopgave indenfor de obligatoriske uddannelseselementer: kunden som udgangspunkt samt branche og konkurrenter. Den enkeltes bidrag skal dokumenteres.

10.3 Obligatorisk uddannelseselement 3: Innovation

Gruppevis fremstilling og præsentation af et innovationsprojekt, hvad der skal løses en praktisk innovationsopgave.

10.4 Obligatorisk uddannelseselement 4: Videnskabsteori og metode

En individuel skriftlig synopsis, som danner baggrund for en mundtlig individuel eksamen. Den studerende skal i en skriftlig synopsis analysere og reflektere over dataindsamling og anvendt metodik i semesterprojektet.

10.5 Semesterprojekt 1. semester

På 1. semester arbejdes med et semesterprojekt *Virksomhedens salgsgrundlag* for en ekstern opdragsgiver. Projektet udarbejdes i grupper, hvor den enkeltes bidrag signeres. Projektet skal bestå og bedømmes af institutionen.

10.6 Obligatorisk uddannelseselement 5: Udvikling af salgsgrundlaget

Der udarbejdes som afslutning på uddannelseselementet en obligatorisk opgave på tværs af fagene. Individuel opgave.

10.7 Obligatorisk uddannelseselement 6: Det taktiske og operationelle salg

Der gennemføres som afslutning på uddannelseselementet et rollespil, hvor den studerende fx skal løse salgs – og HR opgaver.

10.8 Obligatorisk uddannelseselement 7: Implementering og opfølgning

Der fremstilles et gruppeprojekt, hvor den enkeltes bidrag kan dokumenteres, med opstilling af et balanced scorecard for en virksomhed/organisation.

10.9 Semesterprojekt 2. semester

På 2. semester arbejdes med et semesterprojekt, hvor de studerende skal arbejde med forretningsudvikling i et internationalt perspektiv for en relevant ekstern opdragsgiver. Projektets formalia skal være godkendt inden den mundtlige eksamen og den enkeltes bidrag skal dokumenteres.

Forudsætningskrav for 1. eksterne er, at alle prøverne omtalt i 10.1, 10.2, 10.3 og 10.5 er godkendt.

Forudsætningskrav for 2. eksterne er, at alle prøverne omtalt i 10.6 – 10.9 er godkendt.

Forudsætningskrav for deltagelse i eksamen i virksomhedspraktikken er, at der på forhånd er udarbejdet, og afleveret en rapport og en logbog, som dækker hele praktikperioden

10.10

Bachelorprojekt

Bachelorprojektet udarbejdes som hovedregel individuelt. Men hvis fx flere studerende er i praktik i den samme virksomhed, kan det tale for at udarbejde et fælles bachelorprojekt. I så fald skal det klart fremgå af projektet, hvem der har lavet hvilke dele.

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.

Uddannelsesinstitutionen udarbejder nærmere retningslinjer med de formelle krav til projektet. Retningslinjerne udleveres til de studerende i god tid inden bachelorprojektet påbegyndes.

11 Anvendte undervisnings- og arbejdsformer

11.1

Målrettet læring

Uddannelsen består af 3 semestre, der tilsammen giver professionsbacheloren den målsatte kompetenceprofil.

Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Det er således muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalerende læring og udprøvning fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Uddannelseselementer har til formål at give den studerende faglige og metodiske kompetencer således, at denne kan angribe komplekse problemstillinger i praksis inden for professionen på et teoretisk velfunderet grundlag.

Den studerende skal gennem uddannelsen desuden lære at identificere og dække egne læringsbehov samt sætte sig i stand til at indgå fleksibelt, målrettet og handlekraftigt i personlige og komplekse tværkulturelle relationer - både i forhold til kunder og samarbejdspartnere og i forhold til kolleger og ledere – i og uden for landets grænser.

De obligatoriske uddannelseselementer afspejler professionens kernefunktioner i praksis. Desuden er der et valgfrit emne, hvor de studerende i studiekredse kan definere et i forhold til professionen relevant emne og under dette afgrænse et sæt af faglige obligatorisk uddannelseselementer for en større fordybelse.

De to første semestre afsluttes hvert med et semesterprojekt defineret af eksterne relevante opdragsgivere.

Virksomhedspraktikken har til formål at give den studerende mulighed for at afprøve de første to semestres læringsudbytte på professionens problemstillinger i praksis. Praktikken skal således foregå i en for professionen relevant virksomhed og jobfunktion.

Det afsluttende bachelorprojekt foregår ligeledes i en for professionen relevant virksomhed og funktion, og den studerende skal her i praksis dokumentere sit samlede læringsudbytte på løsning af en afgrænset og for professionen relevant problemstilling.

Det valgfri emne sammen med virksomhedspraktikken og bachelorprojektet giver den studerende mulighed for at give sin samlede kompetenceprofil en individuel toning.

Sikring af undervisningens kvalitet gennem relationer, forsknings- og udviklingsprojekter.

Erhvervsakademiuddannelserne er baseret på nyeste viden gennem arbejde med forsknings- og udvikling i tæt samarbejde med erhvervslivet. Dette arbejde har til formål at styrke undervisningen og sikre en fortsat høj faglighed, praksisnærhed og relevans på de forskellige uddannelser.

Erhvervsakademiuddannelserne fokuserer på anvendt forskning -og udvikling, og i den forbindelse arbejdes med vidensomsætning i relation til de studerende på samtlige EAMV's uddannelser og i relation til de virksomheder, erhverv og brancher, som EAMV's uddannelser retter sig imod. Forsknings- og udviklingsarbejdet sker desuden i et samspil med andre vidensinstitutioner, som f.eks. universiteter. I relation til undervisningen arbejdes med evidens, således at undervisningen baseres på den bedste tilgængelige viden og praksisnærhed.

Således tilstræbes det, at undervisningen til stadighed inddrager nyeste viden med relevans for den studerende og for de aftagende virksomheder. På hvert semester arbejdes der med eksempler og projektopgaver fra erhvervslivet, og hvor det er hensigtsmæssigt inviteres oplægsholdere fra erhvervslivet, ligesom der i visse tilfælde arrangeres virksomhedsbesøg. På den måde sikrer EAMV en undervisning med tæt tilknytning til aktuel og ny viden meget tæt på praksis.

På EAMV er der fokus på en fortsat kapacitetsopbygning rettet mod at kvalificere undervisningen. Der arbejdes målrettet med udvikling af undervisernes pædagogiske og faglige kompetencer, så de på bedst mulige vis kan lede de studerendes læringsprocesser.

EAMV deltager i erhvervsakademisektorens udviklingsarbejde inden for forsknings- og udviklingsområdet, og bidrager på den måde til sektorens udvikling samtidig med, at vi kan trække de øvrige erhvervsakademiers viden og kompetencer.

InnoCamp på EAMV

Formålet med InnoCamp er at arbejde med kreative processer, for der i gennem at styrke den studerendes innovative kompetencer. Deltagerne arbejder intensivt i tværfaglige grupper inden for en begrænset tidsramme på 1 dage.

Det er målet, at de studerende skal trænes i at arbejde tværfagligt og løse en konkret opgave i grupper under et stort tidspres. De bliver endvidere trænet i at generere nye idéer og arbejde med innovative løsninger på de stillede problemer. Et andet vigtigt delmål er at træne de studerende i lave en præsentation.

Eksterne deltagere, f.eks. erhvervsledere og eksperter deltager på forskellig vis med indlæg og dommerbedømmelser. Der stilles konkrete opgaver og problemer til hver gruppe. Det hele foregår i en samarbejdsorienteret og livlig atmosfære, hvor deltagerne arbejder under tidspres.

Underviserne deltager som facilitatorer. Deres hovedopgave er at lede grupperne gennem arbejdsprocessen - herunder at motivere grupperne til at løse opgaven i et konstruktivt ligeværdigt samarbejde.

11.2 Praksisnær læring

Gennem deltagelse i kvalitets- og udviklingsarbejde samt involvering i virksomhedsnetværk og vidennetværk med aftagere og forskningsinstitutioner opnår underviserne indsigt i og viden om de nyeste tendenser i erhvervet. Erfaringerne inddrages systematisk i undervisningen.

Gennem semesterprojekter, virksomhedspraktik og bachelorprojekt opnår de studerende en kontakt med praksis, og de får mulighed for at kombinere teori og praksis.

11.3 Læringsmetode og -struktur

Læringen i uddannelsens første to semestre er bygget op omkring obligatoriske uddannelseselementer, der knytter sig til hovedtemaerne *Virksomhedens salggrundlag, metode og videnskabsteori, Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv* samt det valgfri emne.

Den faglige tilgang til de obligatoriske uddannelseselementer sker fra de for professionen traditionelle fagdiscipliner, men det er kerneområderne og de obligatoriske uddannelseselementer, som er styrende for læringsprocessen.

Dermed sikres en holistisk og tværfaglig indgangsvinkel på de i praksis komplekse problemstillinger, som kendetegner professionen. Undervisningen tilrettelægges således med udgangspunkt i disse problemstillinger og vil i høj grad bygge på empiri, cases og best practice fra de virksomheder, som uddannelsen samarbejder med.

Der lægges ligeledes vægt på, at uddannelsens undervisere har praktisk erfaring inden for professionen og indgår i netværk for videndeling med såvel praksismiljøer som forskningsmiljøer inden for professionens faglige felt.

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer og projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

It indgår som redskab, pædagogisk metode og til informationsformidling.

12 Merit

12.1 Meritoverførsel

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt kerneområde i nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

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

12.2 Meritstuderende

Institutionen kan godkende, at studerende fra andre videregående uddannelser følger dele af uddannelsen og aflægger prøve efter gældende retningslinjer. Det er en forudsætning, at det er et godkendt led i deres egen uddannelse.

13 Mødepligt

Studieaktivitet

Det er den studerendes eget ansvar at være studieaktiv. Studieaktivitet består på EAMV i at følge de planlagte undervisnings og projektforsløb samt aflevere de skriftlige opgaver, der stilles krav om på studiet.

For at du kan indstilles til eksamen, kræves det, at du deltager i de planlagte undervisnings- og projektforsløb og har afleveret og fået godkendt de stillede skriftlige arbejder samt deltager i de mundtlige overhøringer, der er planlagt på uddannelsen. Med skriftlige arbejder menes: Projekter, rapporter, obligatoriske opgaver, bundne forudsætninger m.m. De skriftlige arbejder afleveres i den af underviserne forlangte standard og omfang, og til de fastsatte tidspunkter. Du har selv ansvaret for opbevaringen af dine opgaver på EAMV og hjemme, bortset fra de perioder, hvor de er afleveret til bedømmelse.

Skriftlige arbejder skal afleveres senest på det aftalte tidspunkt. Opgaver, der afleveres for sent, vil uden forudgående aftale ikke blive rettet/bedømt.

Hvis underviserne vurderer, at du ikke er studieaktiv, sender EAMV en skriftlig meddelelse til dig om den konstaterede manglende studieaktivitet og du indkaldes til en samtale. Ved fortsat manglende studieaktivitet, og efter at EAMV har udfoldet rimelige bestræbelser på at gøre opmærksom på dette forhold, kan EAMV betragte dig som udmeldt.

EAMV giver 2 skriftlige meddelelser om manglende studieaktivitet.

Krav til eksaminer og praktik

Der er - som tidligere nævnt - på studiet en række obligatoriske aktiviteter, som du skal deltage i og bestå, før du kan indstille dig til eksamen.

Krav for 1. årsprøve:

- InnoCamp
- Aflevering af bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver, projekter, prøveeksaminer m.v.

Krav til at indgå i praktikforsløb:

- Projekter, bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver på forudgående semester (2. semester på PB ihm), projekter, prøveeksaminer m.v.

Krav praktikeksamen:

- Gennemført praktikophold
- Aflevering af praktiklogbog, synopsis m.v.

Krav afsluttende eksamensprojekt:

- Alle forudgående obligatoriske aktiviteter er gennemført og bestået.

Alle obligatoriske aktiviteter, som er nævnt ovenfor, skal bestås i højst to forsøg, for at du kan indstille dig til eksaminer og praktik.

Plagiatkontrol

Alle eksamensprojekter bliver kontrolleret for plagiat/afskrift fra Internettet, faglitteratur og tidligere afleverede opgaver fra EAMV og andre uddannelsesinstitutioner. Ved konstateret plagiat/afskrift vil projektet blive afvist.

14 Engelsksproget undervisning og undervisningsmaterialer

Uddannelsens internationale dimension betyder, at meget undervisningsmateriale, cases, dele af undervisning, skriftlige projekter og fremlæggelser m.v. vil være på engelsk.

Det kræver, at den studerende har opnået kompetencer i skriftlig og mundtlig engelsk svarende til dimittender på Markedsføringsøkonomuddannelsen.

15 Dispensationsregler

Erhvervsakademiet kan, når det findes begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionen.

16 Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordning træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. september 2014.

Bilag A: Uddannelsens faglige indhold og mål for læringsudbytte

1. semester - Virksomhedens salgsgrundlag (30 ECTS)

Obligatorisk uddannelses-element	Salg/Markedsføring	SCM	Ledelse/Organisation	Jura	Økonomi
Kunden som udgangspunkt (15 ECTS)	<p>En analyse af nuværende og potentielle kunder, deres strategiske situation, behov og ønsker m.v. som grundlag for en vurdering af virksomhedens samlede indsatsområder</p> <p>Vurdering af egen forretningsmodel og kompetencer</p> <p>Relationsparameter analyser</p>	<p>Analyse af effektivitet i virksomhedens supply chain med henblik på fastlæggelse af virksomhedens kernekompetencer og evne til at dække kundernes behov</p> <p>Vurdering af valg af geografisk placering af produktionsfaciliteter, lagerlokationer og planlægningsfunktion, herunder partnerskaber og outsourcing.</p>	<p>Virksomhedens strategiske grundlag og fokus</p> <p>Salgsfunktionens organisering strategisk, taktisk og operationelt</p> <p>Organisatorisk analyse af salgsteam og købscenter i forhold til salgsopgaven</p> <p>Salgsfunktionens relationer til andre funktioner, herunder samarbejdspartnere</p> <p>Kompetenceanalyse</p>	<p>Reglerne for international aftaleindgåelse og internationale salg af varer og tjenesteydelser</p> <p>De forskellige distributionsformer, salgs- og leveringsbetingelser, sikring af købesummen samt ansættelsesretlige klausuler</p> <p>Reglerne for international aftaleindgåelse og internationale salg af varer og tjenesteydelser</p> <p>International konflikt-håndtering</p>	<p>Salgets økonomi/finansielle grundlag Activity Based Costing</p> <p>Kundernes lønsomhed samt kreditvurdering</p>
Viden	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens kompetencer, kundegrundlag, udvikling af kundeporteføljen 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> kunne forstå praktiske internationale eksempler i sammenhæng med gældende teori på området 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> have kendskab til generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salget, kompetencevurdering, kundens 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> have kendskab til anvendelsen af ansættelsesretlige klausuler i forbindelse med ansættelser i eksportlande og kendskab til EU's reg- 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> kunne forstå værktøjer for vurdering af kundeporteføljen omkring lønsomhed, engagement og kreditgivning

	<p>teføljen samt lønsomhedsvurderinger</p> <ul style="list-style-type: none"> • have viden om og forståelse for relevante modeller og teorier om forretningsmodeller med udgangspunkt i salget 		<p>organisering, vurdering af implementeringsevne og relationer til andre funktioner og partnere.</p>	<p>ler for udstationering, ansættelsesbeviser og social sikring</p> <ul style="list-style-type: none"> • have kendskab EU's domsforordning og til forskellige internationale konfliktløsningsmetoder, herunder: <p>Værnetingsreglerne Fordele og ulemper ved domstolsafgørelser set i forhold til voldgift og mediation/mægling</p> <ul style="list-style-type: none"> • have kendskab til EU servicedirektiv 	
Færdigheder	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere kundegrundlaget samt den enkelte kunde i relation til virksomhedens og salgets kompetencer og forretningsmodel. • kunne analysere og vurdere de relationer, der er mellem kunden og virksomheden • kunne vurdere kundens lønsomhed og forventede fremtidige 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne 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: • kundesegmentering 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne analysere og foretage en vurdering af virksomhedens strategiske position • med udgangspunkt i kunden kunne analysere og vurdere organiseringen af salget herunder • relationer til andre funktioner i virksomheden 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere forskellige metoder til sikring af købesummen i forbindelse med eksport, herunder: <p>Brug af leveringsklausuler Remburs Eksportkreditordninger Forskellige typer af</p>	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • være i stand til at gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af en kundeportefølje.

	<p>indtjeningspotentialer og kunne vurdere relevansen af enten en ressourcebaseret eller en markedsorienteret indgangsvinkel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • udvikling af partnerskaber i SC • sikring af kundetilfredshed og kvalitetsoplevelse i SC-leverance til kunderne 	<ul style="list-style-type: none"> • analyse af salgsorganiseringen • ud fra kundeanalysen kunne analysere og vurdere kompetencerne/kravet i salgsafdelingen 	<p>bankgarantier Faktoring/Forfaitering, Ejendomsforbehold</p>	
Kompetencer	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne inddrage relevante data til vurderingen af virksomhedens kundepleje- og kundeudviklingsstruktur • kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med vurdering af kundegrundlaget 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vurdere virksomhedens kompetencer og evne til at matche kundernes forventninger til salgsfunktionen 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne anvende reglerne om de forskellige distributionsformer i en analyse med henblik på valg af distributionsform i forbindelse med eksport, herunder særligt: <p>Direkte salg</p> <p>Handelsagenter Salg gennem filialer Salg gennem datterselskaber Franchising Joint venture og strategiske samarbejder E-handel</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne analysere og vurdere spørgsmål i rela- 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne lave beslutningsgrundlag som støtte for en økonomisk vurdering af kundegrundlaget

				<p>tion til international handel med varer og tjenesteydelser, herunder særligt</p> <p>Lowvalgsregler Regler for aftaleindgåelse internationalt med hovedvægt på Den internationale købelov (CISG), og de danske /nordiske forbehold Behov for og konsekvenser af internationale salgs- og leveringsbetingelser</p>	
--	--	--	--	---	--

Obligatorisk uddannelses-element	Salg/Markedsføring	SCM	Ledelse/Organisation	Jura	Økonomi/
Branche og Konkurrenter (5 ECTS)	<p>Komplekse konkurrenceformer</p> <p>Konkurrentanalyse</p> <p>Klyngedannelse</p> <p>Benchmarking</p>	Benchmarking af virksomhedens Supply Chain	Etik og socialt ansvar inkl. Corporate Social Responsibility	Regulering af konkurrenceforhold	<p>En analyse og vurdering af de internationale økonomiske omverdensforhold</p> <p>Finansiell og økonomisk benchmarking</p>
Viden	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have viden om grundlæggende benchmarkingteori og modeller inden for Supply Chain Management 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have viden om virksomhedsetik og Corporate Social Responsibility 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have kendskab til international konkurrenceret med hovedvægten lagt på EU's konkurrenceregler • have kendskab til ICC's kodeks om markedsføring 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have grundlæggende kendskab til globaliseringens økonomiske virkninger • have forståelse for de internationale handelsflow på området • kunne forstå økonomisk/finansiell benchmarking teori til sammenligninger indenfor en branche
Færdigheder	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne analysere og vurdere virksomhedens konkurrencesituation 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne inddrage relevante teorier og modeller i forbindelse 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forstå virksomhedens etiske dimension 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne benchmarke en virksomhed overfor

	<p>tuation 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</p>	<p>med benchmarking af en internationalt orienteret mellemstor virksomheds Supply Chain</p>			<p>en konkurrent eller branchen med inddragelse af relevant økonomisk teori</p>
Kompetencer	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå i virksomhedens arbejde med marketing intelligens med fokus på indsamling og vurdering af information om konkurrencesituationen på markedet 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere og identificere forbedringsområder i virksomhedens Supply Chain på baggrund af en benchmarking. 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere om en markedsføringsforanstaltning er i overensstemmelse med EU's regler for vildledende og sammenlignende reklame 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne håndtere en økonomisk vurdering af de eksterne påvirkninger fra både branchen og internationale forhold for en virksomhed

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Ledelse/Organisation	Jura	Økonomi
Innovation (5 ECTS)	Vækstanalyse 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	Projekt styring og målesystem
Viden	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • 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 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • forstå væsentlige implikationer for virksomhedens Supply Chain af innovative projekter 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • forstå teori om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt værdibaseret ledelse 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have kendskab til reglerne om beskyttelse af immaterielle rettigheder international, herunder særligt: Internationalt patent EU-varemærker Internationale varemærker 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • forstå økonomisk teori omkring projektstyring og vurdering
Færdigheder	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne anvende relevante metoder og modeller til udvikling af løsninger for virksomhedens Supply Chain i forbindelse med innovative projekter 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • være i stand til at vurdere salgsorganisations innovative strukturer/processer og drivkræfter 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne analysere de økonomiske konsekvenser af en given innovationspolitik for en virksomhed

Kompetencer	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå i virksomhedens arbejde med at planlægge og gennemføre produkt- og konceptudvikling 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå i tværgående teams med henblik på løsning af udfordringer i virksomhedens Supply Chain i forbindelse med implementering af innovative projekter 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere en virksomheds innovative udgangspunkt 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne definere Key Performance Indikatorer for virksomhedens innovative arbejde i forbindelse med salgsarbejdet
--------------------	--	--	---	--	--

2. Semester – Forretningsudvikling i et Internationalt perspektiv

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Org/ledelse	Jura	Økonomi
Udvikling af salgsgrundlaget (10 ECTS)	<p>Udvikling af salgsstrategier og salgsplaner i et internationalt perspektiv.</p> <p>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)</p> <p>Prisstrategi Distributionsstrategi Promotionstrategi Produktstrategi</p>	<p>Udvikling af internationale strategier for virksomhedens Supply Chain til at understøtte salgsstrategier og planer</p>	<p>Organisationsudvikling og forandringsledelse</p> <p>Implementeringskraft</p> <p>Personlig udvikling, herunder selvledelse og stresshåndtering</p> <p>Teambuilding</p> <p>Kompetenceudviklingsplaner</p> <p>Ledelse af partnerskaber</p>		<p>Strategic behaviour and game theory</p> <p>Economic value Added and Weighted Average Costs of Capital (WACC)</p> <p>Forecasting models</p>
Viden	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have forståelse for og kunne reflektere over centrale teorier og modeller til udvikling af virksomhedens salgsstrategier og salgsplaner baseret på både en relations og en transaktions tilgang 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forstå de teoretiske værktøjer i relation til virksomhedens Supply Chain til udvikling af en international salgs- og operationplan 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have en generel og bred viden omkring de ledelsesmæssige teorier, der kan støtte op omkring udvikling af virksomhedens salgsgrund- 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forstå de grundlæggende modeller og deres anvendelse

			<p>lag, herunder udvikling af kompetenceplaner, partnerskaber og salgsteamet</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere salgsafdelingens implementeringskraft i forbindelse med tiltag på det salgsmæssige område 		
Færdigheder	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne udvikle, vurdere og implementere salgsstrategier og salgsplaner for forskellige virksomhedstyper (branche, størrelse, internationaliseringsgrad, ressourcer m.m.) • kunne udvikle og tilpasse virksomhedens handlingsparametre til 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne indsamle relevante data for vurderingen og udviklingen af plan for virksomhedens Supply Chain 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne identificere udviklingsområder i salgsorganisationen, herunder internationale agenter • kunne udvikle kompetenceplaner for salgsteamet, herunder selvledelse og stresshåndtering 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne anvende den lærte teori i forbindelse med vurderingen af alternative salgsplaner

	<p>den enkelte kunde</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter 		<ul style="list-style-type: none"> • kunne udarbejde en plan for organisationens udvikling i henhold til virksomhedens kultur- og værdielementer 		
Kompetencer	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne håndtere og lede/styre udvikling af salgsstrategien med udgangspunkt i forskellige komplekse situationer og ved inddragelse af relevante interessenter • kunne identificere egne lærings- og udviklingsbehov i forhold til salgets planlægning. 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne sikre inddragelse af teorier og metoder for virksomhedens Supply plan 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vurdere og udvikle virksomhedens evne til at implementere salgsopgaven • udvikle en organisatorisk handleplan som sikrer implementering af salgsplanen. • være i stand til at identificere og opbygge personlige netværk • kunne håndtere og udvik- 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne udvikle det økonomiske grundlag for en salgsstrategi i en praktisk sammenhæng for en konkret virksomhed

			le løsninger omkring komplekse situationer indenfor internationale partnerskaber		
--	--	--	--	--	--

2. Semester – Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv:

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Org/ledelse	Jura	Økonomi
Det taktiske og operationelle salg (5 ECTS)	Implementering af salgsstrategier og salgsplaner Relationsparameter Produktparameter Kundeparameter	Koordinering og samarbejde i virksomhedens Supply Chain Udarbejdelse af back-up planer	Rekruttering og udvælgelse af salgspersonale Incitamentsstrategier Coaching Konflikthåndtering Ledelse af salgsfunktionen, herunder stresshåndtering		Activity Based Costing og værdikædeoptimering Foreign currency and option theory
Viden	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have viden og forståelse for teorier og modeller der understøtter og udvikler det taktiske & operationelle salg 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have grundlæggende forståelse for problemstillinger, teori og modeller i virksomhedens Supply Chain, som knytter sig til leverance i 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have viden om og forståelse for forskellige metoder til rekruttering af salgspersona- 		Den studerende skal: forstå grundlæggende teori og modeller på området

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Org/ledelse	Jura	Økonomi
		forhold til efterspørgsel	le <ul style="list-style-type: none"> • kunne forstå og reflektere over forskellige motivationsteoriens betydning for udarbejdelse af incitamentsstrategier • have viden om og forståelse for forskellige konfliktstile og konfliktløsningsmuligheder • have viden om situationsbestemt ledelse i salgsfunktionen 		
Færdigheder	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne vælge og anvende teorier og modeller til 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere og anvende metoder og 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • udarbejde forslag til rekrutterings- 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne anvende den lærte teori på konkrete in-

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Org/ledelse	Jura	Økonomi
	<p>udførelse af det taktiske og operationelle salg baseret på den valgte salgsstrategi</p>	<p>redskaber for virksomhedens Supply Chain til at optimere supply chain i forhold til det forventede salg</p>	<p>plan</p> <ul style="list-style-type: none"> • udarbejde strategier til motivation af salgspersonalet • have forståelse for coachings relevans i forhold til salgspersonalet • udarbejde forslag til konflikthåndtering i virksomheden • forståelse for situationsbestemt ledelse i salgsorganisationen 		<p>ternationale salgsopgaver</p>
Kompetencer	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå i salgsarbejdet i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau. 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne identificere problemstillinger og løsninger i virksomhedens Supply Chain til sikring af leve- 	<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne håndtere og udvikle løsninger omkring komplekse situationer indenfor international 		<p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere de økonomiske konsekvenser af en given international salgsindsats inkl. risiko-vurdering og begrænsning

		rancer i forhold til efterspørgsel	salgsledelse		
--	--	------------------------------------	--------------	--	--

2. Semester – Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv:

Obligatorisk uddannelseselement	Salg/Markedsføring	SCM	Org/ledelse	Jura	Økonomi
Implementering og opfølgning (5 ECTS)	Kundeopfølgningsværktøjer indenfor marketing og salg CRM software Balanced scorecard	Måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain	Evaluering af salgsfunktionens indsats, herunder personlige, faglige, kulturelle og sociale kompetencer Udarbejde medarbejdertilfredshedsanalyse,		Balanced Score Card Variance analysis
Viden	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have viden om værktøjer og modeller til kundeopfølgning i salgs og marketingarbejdet 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have viden om og forståelse for værktøjer til måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have viden om og forståelse for værktøjer til måling af medarbejdertilfredshed og kriterier for evaluering af salgsfunktionens indsats 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • have forståelse for de generelle teorier og deres anvendelse i det danske erhvervsliv
Færdigheder	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne vurdere parameterindsatsen overfor virksomhedens kunder generelt og den enkelte kunde specifikt og kunne give 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne udarbejde en plan for måling af effektivitet i virksomhedens Supply Chain 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne foretage en måling af salgssindsatsen – efterfølgende fremkomme med handlingsforslag 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne opstille et balanced Scorecard for en salgsfunktion og salgssområde samt forslag til opfølgning

	forslag til eventuelle ændringer i strategi og indsats		baseret på måleresultaterne		
Kompetencer	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå i arbejdet med at vurdere virksomhedens overordnede strategi, samt taktiske og operationelle indsats i forbindelse med salgsarbejdet over for kunderne. • kunne indgå i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med marketing intelligence med udgangspunkt i kunden • I denne forbindelse skal den studerende kunne identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og vedligeholde relevante kompetencer til dette arbejde 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et perspektiv om optimal udnyttelse af Supply Chain'en 	Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne udvikle og gennemføre en evaluering af personlige, faglige, kulturelle, sociale kompetencer og medarbejdertilfredshed 		Den studerende skal: <ul style="list-style-type: none"> • kunne lave sit eget balanced Scorecard i sammenhæng med en virksomheds overordnede strategi og plan, og sikre løbende opfølgning

Bilag B Skematisk oversigt over professionsbachelor i international handel og markedsføring 90 ECTS inkl. obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt

		Kerneområde 1 Virksomhedens salggrundlag			
1. semester 30 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 1 Kunden som udgangspunkt 15 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 2 Branche og konkurrenter 5 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 3 Innovation 5 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 4 Metode og videnskabsteori 5 ECTS	
	Obligatorisk opgave	Obligatorisk opgave	Obligatorisk opgave	Obligatorisk opgave	
	Obligatorisk semesterprojekt				
	Ekstern skr. 6 timer – 7-trinsskala				Mdt. prøve ½ time
					Intern – 7-trinsskala
		Kerneområde 2 Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv			
2. semester 30 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 5 Udvikling af salggrundlaget 10 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 6 Det gennemførende salg 5 ECTS	Obligatorisk uddannelseselement 7 Opfølgning 5 ECTS	Valgfrit uddannelseselement Karakter efter 7-trinsskala 10 ECTS	
	Obligatorisk opgave	Obligatorisk opgave	Obligatorisk opgave	Intern eksamen	
	Obligatorisk semesterprojekt				
	Ekstern mdtl. 1/2 time – 7-trinsskala				
3. semester 30 ECTS	Virksomhedspraktik 15 ECTS		Bachelorprojekt 15 ECTS		
	Evalueringsamtale med udgangspunkt i rapport		Som hovedregel individuelt projekt i samarbejde med en virksomhed		
	Intern – Bestået/ikke Bestået		Ekstern mdtl. ¾ time, rapport 2/3, mdtl. 1/3 - 7-trinsskala		