



.....  
Erhvervsakademi og  
Professionshøjskole

**STUDIEORDNING**  
for  
**Professionsbacheloruddannelsen i international handel  
og markedsføring**

Revideret januar 2018

Godkendt den  
Rektor  
Erik Knudsen

31/8.18

Uddannelseschef  
Helle Karina Pedersen

31/8.18

## Indhold

### National del:

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte .....	4
2. Uddannelsen indeholder fire nationale fagelementer.....	5
2.1. Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) .....	5
2.2. Kunden som udgangspunkt.....	6
2.3. Brancher og konkurrenter .....	8
2.4. Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling.....	9
2.5. Antallet af prøver i de nationale fagelementer.....	11
<b>3. Praktik.....</b>	<b>11</b>
4. Krav til bachelorprojektet. ....	12
5. Regler om merit .....	12
<b>6. Faglige kriterier for udvælgelse af ansøgere til top-up uddannelsen.....</b>	<b>13</b>
7. Ikrafttrædelse og overgangsordning.....	13

### Institutionel del

Optagelse på uddannelsen .....	15
1.1 Adgangskrav .....	15
1.2 Optagelsesbetingelser .....	15
2. Lokale fagelementer.....	15
2.1 Skematisk oversigt over uddannelsens opbygning .....	15
3. Prøver og eksamen på uddannelsen .....	16
3.1 Generelle regler for eksamen.....	16
3.2 Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer .....	16
3.3 Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter .....	17
3.3.1 Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering.....	17
3.3.2 Studiestartprøven.....	18
3.3.3 Studieaktivitetskrav: Førsteårsprøven.....	18
3.4 Anvendelse af hjælpemidler .....	18
3.5 Det anvendte sprog ved prøverne .....	18
4. Andre regler for uddannelsen .....	18
4.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	18
4.2 Differentieret undervisning.....	19
4.3 Studiesprog.....	19
4.4 Regler for praktikken gennemførelse .....	19

4.5 Stave- og formuleringsevne .....	19
4.6 Obligatorisk studietur.....	19
4.7 Dispensationsregler.....	19
4.8 Orlov.....	20

Denne nationale del af studieordningen for professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring er udstedt i henhold til § 18, stk. 1 i bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Denne studieordning suppleres af institutionsdelen af studieordningen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Den er udarbejdet af uddannelsesnetværket for professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring og godkendt af alle udbydernes bestyrelse - eller rektor efter bemyndigelse - og efter høring af institutionernes uddannelsesudvalg og censorformandskabet for uddannelsen.

## 1. Uddannelsens mål for læringsudbytte

### *Viden*

Den uddannede har viden om

- 1) praksis, anvendt teori og metode inden for salg og markedsføring i et internationalt perspektiv og kan reflektere herover,
- 2) centrale teorier og modeller, der er nødvendige for BtB, BtC og BtG salg og markedsføring,
- 3) centrale love og regler af betydning for international markedsføring og salg,
- 4) relevante modeller til vurdering af vækst- og udviklingsmuligheder samt
- 5) ledelsesmæssige teorier og metoder.

### *Færdigheder*

Den uddannede kan

- 1) udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper,
- 2) begrunde og formidle de valgte strategier i en strategisk marketing- og kundeplan til relevante interessenter,
- 3) vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen
- 4) anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden, herunder innovative projekter,
- 5) vurdere og anvende juridiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg i en internationalt fokuseret virksomhed,
- 6) anvende metoder til ledelse af salgsorganisation.

### *Kompetencer*

Den uddannede kan

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

## **2. Uddannelsen indeholder fire nationale fagelementer**

### **2.1. Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel)**

#### Indhold

Fagelementet indeholder strategiske analyser af virksomheder, herunder strategiske retninger og forretningsmodeller for BtC, BtB og BtG, samt analyser af virksomhedernes ressourcer og kompetencer herunder også set i forhold til virksomhedens innovative platform, processer og drivkræfter. I analyserne indgår ligeledes virksomhedens økonomiske og finansielle grundlag, omkostningsforståelse, kapacitetsudnyttelse og produktmiks-optimering.

Fagelementet indeholder forståelse for forsyningskæden/SCM og den geografiske placering af produktions- og kompetencecentre herunder valg af distributionskanaler, partnerskaber og outsourcing. Yderligere indeholder fagelementet forskellige juridiske aspekter herunder retskilder, international privatret, konfliktløsningstyper og distributionsformer.

Fagelementet indeholder ligeledes en gennemgang af de videnskabsteoretiske paradigmer, samt perspektiver på viden, indsigt og erkendelse af viden, samt rammer for undersøgelsesdesign

### **Læringsmål for Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel)**

#### Viden

Den studerende har:

- viden om forskellige typer af forretningsmodeller, samt om hvilke modeller og teorier der anvendes i henhold til at forstå en virksomheds strategiske grundlag, herunder innovation og disruption
- viden om forskellige strategiske retninger relateret til innovationsbegrebet samt have viden om disruption som begreb og udviklingsretning
- kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske platform, herunder virksomhedens innovative platform
- have kendskab til elementer af virksomhedens forsyningskæde i et strategisk perspektiv
- viden om og forståelse for relevante økonomiske modeller i relation til forretningsmodeller
- viden om centrale perspektiver på viden, indsigt og erkendelse
- viden om forskellige metoder til at generere, behandle, analysere og vurdere viden
- viden om internationale retskilder og disses indbyrdes forhold samt forholdet til nationale retskilder.
- viden om internationale konfliktløsningsmodeller.

#### Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende og diskutere de forskellige strategiske retninger, herunder specielt marketingstrategier og innovationens rolle for forretningsmodellen
- analysere virksomhedens strategiske udviklingsmuligheder og innovative platform
- vurdere konsekvenser af ændringer i virksomhedens strategiske supply chain

gennemføre en økonomisk analyse, en vurdering og en prioritering af produktmiks i forskellige omkostningsmodeller ud fra anvendelse af traditionel standard cost  
formidle videnskabsteoretiske paradigmers indflydelse på viden og metoder for informationsindsamling  
udarbejde rammer for et undersøgelsesdesign, herunder problemformulering, paradigmevalg og metodeovervejelser  
anvende regler om lovvalg og værneting i internationale salg og vurdere konsekvenserne heraf  
gennemføre og foretage et argumenteret valg mellem de forskellige forretningsmodeller og distributionsformer

## Kompetencer

Den studerende kan:

vurdere virksomhedens strategiske situation, samt fremkomme med anbefalinger til innovative forbedringer af forretningsmodellen  
selvstændigt udarbejde et begrundet beslutningsgrundlag med en vurdering af kundeporteføljens lønsomhed og forventet indtjeningspotentiale  
vurdere, argumentere for og reflektere over valg af teori og metode, herunder paradigmevalg, undersøgelsesdesign og anvendelse

## ECTS-omfang

Fagelementet Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) har et omfang på 10 ECTS-point.

### 2.2. Kunden som udgangspunkt

#### Indhold

Fagelementet indeholder analyser af nuværende og potentielle kunder herunder disses strategiske situation, behov og ønsker. Analyserne danner baggrund for udvikling af virksomhedens marketingstrategier og markedstilbud til nuværende og potentielle kunder. I tilknytning hertil indeholder elementet arbejdet med udvikling og fastholdelse af kundegrundlaget gennem relationsstrategier.

Fagelementet indeholder ligeledes analyser af virksomhedens salgsorganisation ift. salgsteam og købscenter herunder relationen til andre virksomhedsfunktioner og samarbejdspartnere. Yderligere indgår arbejdet med internationale strategier for virksomhedens supply chain og logistikunderstøttelse af salget samt integration af forskellige salgskanaler såvel omni-channel som digitale og fysiske kanaler. Strategier bygger på en analyse af virksomhedens økonomiske situation herunder produkt- og kundemiks, økonomiske kundelivscyklusanalyser og den retslige kontekst herunder international købe- og kontraktret, transportret og udbudsret.

Fagelementets indhold af analyser og strategier bygger på de studerendes evne til at kombinere det videnskabsteoretiske felt inden for det merkantile område med metodologi i videnskabelige projekter.

## Læringsmål for Kunden som udgangspunkt

### Viden

Den studerende har:

- viden om og forståelse for relevante teorier og modeller til en analyse af virksomhedens kompetencer, kundebase, samt udvikling af kundeportefølje herunder profitabilitetsberetninger
- viden om og forståelse af virksomhedens markedstilbud og mulige marketingstrategier
- kendskab til generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salget
- forstå de teoretiske værktøjer i relation til virksomhedens forsyningskæde til udvikling af det internationale salgsgrundlag
- viden om og forståelse for værktøjer og metoder til vurdering af kunde- og produktporteføljens lønsomhed samt alternative metoder til lønsomhedsberegninger
- kendskab til teorier og modeller til vurdering af in- og outsourcing
- kendskab til metoder og tilgange til at skabe viden
- viden om generelle principper i EU's udbudsregler for salg til offentlige myndigheder.

### Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og vurdere nuværende og fremtidig kundebase samt den individuelle kunde i forhold til virksomhedens value proposition ved anvendelse af metoder og værktøjer til analyse af kundernes adfærd, herunder brug af big data og profitabilitetsberetninger på det nationale og de internationale markeder
- analysere virksomhedens kompetencer
- analysere virksomhedens innovations-kultur og processer
- analysere og vurdere en internationalt fokuseret virksomheds valg af supply chain
- analysere og organisere virksomhedens forsyningskæde, herunder valg af partnerskaber i forhold til salgets organisering og med fokus på sikring af kundetilfredshed og kvalitetsoplevelse
- beregne og vurdere lønsomhed ved anvendelse af Activity Based Costing
- identificere relevante total life cycle costs (TLCC) og customer life time value (CLV)
- generere, bearbejde og tolke kvantitative og kvalitative data
- anvende kriterier til at bedømme datas og teoriers relevans og kvalitet
- anvende grundlæggende regler om transportaftalen inden for sø- og landevejstransport med særlig vægt på transportøransvaret

### Kompetencer

Den studerende kan:

selvstændigt deltage i tværfaglige teams i relation til virksomhedens arbejde med marketing intelligence med kunderne som udgangspunkt for efterfølgende at kunne udvikle virksomhedens marketingstrategi

arbejde selvstændigt med virksomhedens kunderelationer

diskutere valg af strategi for virksomheden kunder

udarbejde videnskabeligt baserede rapporter og projekter

selvstændigt kunne indgå i et fagligt og tværfagligt samarbejde om indgåelse af internationale salgsaftaler, med særligt henblik på:

International aftaleindgåelse og international køb (CISG)

Salgs- og leveringsbetingelser

INCOTERMS

Sikring af købesummen.

### **ECTS-omfang**

Fagelementet Kunden som udgangspunkt har et omfang på 20 ECTS-point.

### **2.3. Brancher og konkurrenter**

#### Indhold

Fagelementet indeholder analyser af konkurrence, konkurrenter og klynge- og netværkssamarbejder, hvorved virksomheden kan foretage benchmarking i forhold til forsyningskæden, socialt ansvar og bæredygtighed inkl. CSR samt den internationale økonomiske omverden og sat i relation til konkurrenceretten. Fagelementer fordrer også en metodisk tilgang til fremskaffelse af viden ud fra det videnskabsteoretiske ståsted.

#### **Læringsmål for Brancher og konkurrenter**

##### Viden

Den studerende har:

- viden om relevante teorier og modeller om konkurrencemæssige positioner i markedet, og implementeringen heraf i en mikro- og makroøkonomisk kontekst
- viden om CSR, socialt ansvar og bæredygtighed
- viden om grundlæggende benchmarking teorier og modeller inden for konkurrenceformer, SCM og finansiell og ikke-finansiell benchmarking
- viden om væsentlige videnskabsteoretiske positioner i et erhvervsøkonomisk perspektiv
- viden om dansk og europæisk konkurrenceret og samspillet mellem reglerne

##### Færdigheder

Den studerende kan:

benchmarke virksomheden internt og eksternt



analysere og evaluere forskellige virksomheders konkurrencemæssige position som basis for den enkelte virksomheds markedstilbud. I relation hertil skal den studerende kunne benchmarke virksomheden både i forhold til en branche og til virksomhedens nærmeste konkurrenter, herunder salgsstrategier

analysere virksomhedens sociale dimension i forhold til virksomhedens strategiske position inddrage relevante teorier og modeller ifm. benchmarking af en international virksomheds forsyningskæde

baseret på en erhvervsøkonomisk problemformulering, udarbejde et undersøgelsesdesign inklusive anbefalinger til praktisk implementering

## Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt håndtere virksomhedens konkurrencemæssige udfordringer og formidle dette til den øvrige organisation

## ECTS-omfang

Fagelementet Brancher og konkurrenter har et omfang på 5 ECTS-point.

## 2.4. Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling

### Indhold

Fagelementet indeholder en indsigt i udviklingen af internationale salgsstrategier herunder on- og off-line, CRM for nye og eksisterende kunder, kundeopfølgning, key account og global account management.

Fagelementet indeholder ligeledes en indsigt i organisationsudvikling og forandringsledelse under hensyn til ansættelsesret, samt måling af effektiviteten og risikovurderingen af virksomhedens forsyningskæde. Fagelementet indeholder budgettering, balanced scorecard samt triple bottomline ved valg af strategier for virksomheden. Fagelementet fordrer også en inddragelse og refleksion over det videnskabsteoretiske ståstedets betydning for analyser.

### Læringsmål for Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling

#### Viden

Den studerende har:

- forståelse for centrale teorier, modeller og metoder til udvikling af virksomhedens salgs- og kundegrundlag baseret på forskellige tilgange
- viden og forståelse for relevante teorier og modeller i relation til forretningsmodeller, hvor salg er udgangspunktet
- viden om værktøj til måling af effektivitet i virksomhedens forsyningskæde

viden om metoder og modeller til risikovurdering af forsyningskæden  
forståelse for alternative budgetmodeller  
viden om alternative finansielle og ikke-finansielle rapporteringsformer  
kendskab til forskellige tilgange til formidling af indsigt og viden i rapporter og projekter

## Færdigheder

Den studerende kan:

begrunde og kommunikere valgte strategier i en salgsplan overfor relevante interessenter  
analysere og evaluere de aktiviteter og handlingsparametre, der knytter sig til virksomhedens  
markedstilbud mod kunderne og mod den enkelte kunde for at kunne foreslå mulige  
ændringer i strategi og indsats  
udarbejde en plan for organisationens udvikling  
udarbejde en opfølgingsplan for virksomhedens forretningsmodel ift. måling af effektivitet i  
virksomhedens forsyningskæde  
opstille budgetforudsætninger og udarbejde og vurdere et totalbudget for virksomhedens  
strategiske beslutninger og vurdere de økonomiske konsekvenser heraf  
udarbejde strategikort og BalanceScoreCard  
skrive videnskabeligt baserede rapporter og projekter, herunder følge akademiske formalia,  
formidle undersøgelsesresultater og løsningsforslag mv., i en overskuelig og let læselig  
rapport  
anvende ansættelsesretlige regler i international sammenhæng, herunder i overensstemmelse  
med reglerne om lovvalg og værneting, med særlig henblik på ansættelse og fastholdelse,  
udstationering og afskedigelse.

## Kompetencer

Den studerende kan:

Med udgangspunkt i virksomhedens datagrundlag vurdere, styre og lede udviklingen af  
salgsstrategier i komplekse situationer involverende relevante interessenter  
udarbejde analyser af virksomhedens samlede aktiviteter samt selvstændigt arbejde med  
virksomhedens strategiske kundegrundlag  
identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og vedligeholde relevante kompetencer for  
at kunne arbejde ud fra holistisk tilgang  
selvstændigt analysere og deltage i udvikling af en organisatorisk handleplan som sikrer  
implementering af salgsplanen  
i samarbejde med salgsfunktionen optimere virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et  
perspektiv om effektivitet i hele forsyningskæden.

## ECTS-omfang

Fagelementet Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling har et omfang på 10 ECTS-point.

### 2.5. Antallet af prøver i de nationale fagelementer

Der afholdes to prøver i de nationale fagelementer, samt yderligere én prøve i bachelorprojektet. For antallet af prøver i praktikken, henvises til afsnit 3.

For et samlet overblik over alle uddannelsens prøver, henvises til institutionsdelen af studieordningen, idet de nationale fagelementer beskrevet i denne studieordning kan prøves sammen med fagelementer fastsat i institutionsdelen af studieordningen.

## 3. Praktik

### Læringsmål for praktikken på uddannelsen

Viden

Den studerende har:

viden om fagområdets teori og metode samt om praksis  
forståelse for begreber og metoder samt kan reflektere over anvendelsen  
erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver.

Færdigheder

Den studerende kan:

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

Kompetencer

Den studerende kan:

se sin egen faglige rolle i forhold til de konkrete opgaver og identificere eget læringsbehov og  
udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til de konkrete opgaver  
selvstændigt indgå i fagligt såvel som tværfagligt samarbejde.

## ECTS-omfang

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

## **Antal prøver**

Praktikken afsluttes med en prøve.

## **4. Krav til bachelorprojektet.**

Læringsmålene for bachelorprojektet er identisk med uddannelsens læringsmål, der fremgår ovenfor under pkt. 1.

Bachelorprojektet skal dokumentere den studerendes forståelse af og evne til at reflektere over professionens praksis og anvendelse af teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og professionen, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Institutionen godkender problemstillingen.

### **Prøven i bachelorprojektet**

Bachelorprojektet afslutter uddannelsen på sidste semester, når alle forudgående prøver er bestået.

### **ECTS-omfang**

Bachelorprojektet har et omfang på 15 ECTS-point.

### **Prøveform**

Prøven er en mundtlig og skriftlig prøve med ekstern censur, hvor der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation.

## **5. Regler om merit**

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer.

Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse efter ovenstående anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse.

## 6. Faglige kriterier for udvælgelse af ansøgere til top-up uddannelsen

Hvis der af kapacitetsmæssige årsager ikke optages alle ansøgere til uddannelsen, lægges der vægt på en eller flere af nedenstående faglige kriterier (ikke angivet i prioriteret rækkefølge):

- Gennemsnit fra adgangsgivende eksamen
- Karakter og ECTS i markedsføring, økonomi, jura og organisation
- Den motiverede ansøgning
- Relevant erhvervs erfaring, inkl. værnepligt (maks. 12 måneder)
- Relevant supplerende uddannelse og/eller kurser
- Anden erfaring, fx højskoleophold, udlandsophold, frivilligt arbejde (min. 3 måneder)

Ansøgere kan ligeledes blive indkaldt til samtale før optagelse.

Den enkelte institution angiver på deres hjemmeside hvilke af de ovenstående kriterier der lægges til grund for optagelse.

## 7. Ikrafttrædelse og overgangsordning

### Ikrafttrædelse

Denne nationale del af studieordningen træder i kraft den 20. august 2018 og har virkning for de studerende, som indskrives efter den 20. august 2018.

### Overgangsordning

Studerende som er optaget indtil 19. august 2018 følger studieordning af 20.08.2017, hvorefter de overgår til denne studieordning fra 01.08.2021.



Erhvervsakademi og  
Professionshøjskole

**STUDIEORDNING**  
for  
**Professionsbacheloruddannelsen i  
international handel og markedsføring**

Institutionel del

Godkendt den  
Rektor  
Eriks Knudsen

31/8.18

Uddannelseschef  
Helle Karina Pedersen

31/8-18

## 1. Optagelse på uddannelsen

### 1.1 Adgangskrav

Adgang til uddannelsen forudsætter opfyldelse af adgangskravene som angivet i bilag i Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser på retsinformation.dk.

### 1.2 Optagelsesbetingelser

Opfyldelse af adgangskravene i stk. 1.1 er nødvendige, men ikke i sig selv tilstrækkelige for optagelse. UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole fastsætter og offentliggør nærmere regler for, efter hvilke kriterier ansøgere på professionsbacheloruddannelsen optages, hvis der er flere kvalificerede ansøgere, jf. stk. 1.1. end der er studiepladser til rådighed.

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole offentliggør sådanne kriterier for udvælgelsen på erhvervsakademiets hjemmeside under hensyntagen til frister krævet af Uddannelses- og Forskningsministeriet.

## 2. Lokale fagelementer

Ud over de nationale uddannelseselementer er uddannelsen tilrettelagt med et antal lokale fagelementer, som består af studieaktiviteter svarende til 15 ECTS. Fagelementerne er på hhv. 10 og 5 ECTS, som den studerende kan vælge imellem. Der opgives to delprøver og to karakterer for de valgte fagelementer, som sammenregnes til én samlet bedømmelse på eksamensbeviset. Hver delprøve skal bestås, dvs. bedømmelsen 02 mindst skal opnås.

For det aktuelle udbud af valgfrie uddannelseselementer herunder læringsmål og prøveform, henvises til Valgfagskataloget, der foreligger på Fronter.

### 2.1 Skematisk oversigt over uddannelsens opbygning

De fire nationale fagelementer udmøntes i følgende fag:

- Marketing
- Organisation & ledelse samt Supply Chain Management
- Økonomi
- Jura
- Videnskabsteori

Skematisk oversigt over ECTS fordelingen på de nationale fagelementer, praktikforløbet samt bachelorprojektet illustreres neden for. Semesterinddelt oversigt over ECTS-fordeling på uddannelsen:

Nationale fagelementer/indhold	1. sem	2. sem	3. sem	ECTS
--------------------------------	--------	--------	--------	------

<b>Virksomhedens strategiske grundlag</b>				<b>10</b>
Marketing	2,5			2,5
Organisation & ledelse samt Supply Chain Management	2			2
Økonomi	2			2
Jura	1			1
Videnskabsteori og metode	2,5			2
<b>Kunden som udgangspunkt</b>				<b>20</b>
Marketing	9			9
Organisation & ledelse samt Supply Chain Management	3,5			3,5
Økonomi	3			3
Jura	3			3
Videnskabsteori og metode	1,5			1,5
<b>Brancher og konkurrenter</b>				<b>5</b>
Marketing		2		2
Organisation & ledelse samt Supply Chain Management		1		1
Økonomi		1		1
Jura		0,5		0,5
Videnskabsteori og metode		0,5		0,5
<b>Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling</b>				<b>10</b>
Marketing		4		4
Organisation & ledelse samt Supply Chain Management		3,5		3
Økonomi		1,5		1,5
Jura		0,5		0,5
Videnskabsteori og metode		0,5		0,5
<b>Lokale fagelementer</b>		15		<b>15</b>
<b>I alt</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		<b>60</b>
Praktikforløb og projekt			15	15
Bachelorprojekt			15	15
<b>I alt</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>90</b>

### 3. Prøver og eksamen på uddannelsen

#### 3.1 Generelle regler for eksamen

For alle generelle eksamensregler henvises til *Regler for afholdelse af prøver for fuldtidsuddannelserne ved UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole* som ligger på eal.dk og til Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser, samt Bekendtgørelsen om karakterskala og anden bedømmelse på retsinformation.dk.

Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende prøver. Afmelding kan ikke finde sted.

#### 3.2 Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer



I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på Professionsbachelor i international handel og markedsføring. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder eksamensperiode, formalia og anvendelse af hjælpemidler, offentliggøres i Eksamenskataloget på Fronter.

Den studerende kan udprøves i flere uddannelseselementer ved samme prøve, og hver enkelt prøve vil fremgå med en samlet karakter på eksamensbeviset. Se eventuelt også nedenstående skema for prøvernes tidsmæssige placering.

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

Semester	Prøvens navn (intern/ekstern)	Uddannelseselement	ECTS	Anføres på eksamensbevis
1. semester	1. semester eksamen (ekstern)	Virksomhedens strategiske grundlag	10	En samlet karakter
		Kunden som udgangspunkt	20	
2. semester	Delprøve 1 (intern)	Brancher og konkurrenter	5	En samlet karakter
	Delprøve 2 (intern)	Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling	10	
	To prøver i lokale fagelementer (intern)	Lokale fagelementer	15	En samlet karakter
3. semester	Praktikrapport (intern)	Praktikforløb	15	En samlet karakter
	Bachelorprojekt (ekstern)	Afsluttende eksamensprojekt	15	En samlet karakter

### 3.3 Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter

Ud over førnævnte eksaminer stilles der på uddannelsen en række krav om gennemførelse af obligatoriske aktiviteter, som den studerende skal indfri for at kunne gå til eksamen og fortsætte uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 10 og § 5. stk. 3.

#### 3.3.1 Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering

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

De obligatoriske læringsaktiviteter varierer fra uddannelseselement til uddannelseselement og kan bestå i eksempelvis deltagelsespligt, præsentationer eller afleveringer. De obligatoriske læringsaktiviteter på Professionsbachelor i international handel og markedsføring er beskrevet som adgangskrav til eksamen og fremgår af Eksamenskataloget på Fronter.

### 3.3.2 Studiestartprøven

Der gennemføres ikke studiestartsprøve på Professionsbachelor i international handel og markedsføring.

### 3.3.3 Studieaktivitetskrav: Førsteårsprøven

Ved erhvervsakademi- og professionsbacheloruddannelser skal den eller de prøver, den studerende efter bekendtgørelsen eller studieordningen skal deltage i inden udgangen af det 1. studieår efter studiestart (førsteårsprøven), være bestået inden udgangen af den studerendes 2. studieår efter studiestart, for at den studerende kan fortsætte uddannelsen.

Bemærk at førsteårsprøven, som beskrevet under dette afsnit, ikke består i en eksamen, men et krav om, at alle prøver på første år skal være bestået inden udgangen af første studieår.

#### **Konsekvensen af ikke at bestå førsteårsprøven**

Hvis en studerende ikke består eksamen i de pågældende uddannelseselementer som vil den studerende blive udmeldt af uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 8. stk. 1 og adgangsbekendtgørelsen § 37, stk. 1, nummer 4.

### 3.4 Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er som udgangspunkt tilladt, med mindre andet er fastlagt i Eksamenskataloget.

### 3.5 Det anvendte sprog ved prøverne

Eksamenssproget er det samme som undervisningssproget på de enkelte uddannelseselementer, dvs. enten dansk eller engelsk. Ved dansksprogede eksaminer er det muligt at aflægge prøverne på svensk eller norsk, med mindre prøvens formål er at dokumentere den studerendes færdigheder i dansk, jf. eksamensbekendtgørelsen § 18.

Såfremt erhvervsakademiet har besluttet at gennemføre hele eller dele af uddannelsen med engelsksproget undervisning, fordi der samlæsning mellem danske og internationale studerende er det tilladt at gennemføre eksamen på dansk, med mindre formålet med faget bl.a. er at dokumentere færdigheder på fremmedsprog.

## 4. Andre regler for uddannelsen

### 4.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Der er flere forskellige undervisnings- og arbejdsformer på UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole. Eksempelvis forelæsninger, casearbejde, virksomhedsprojekter, mindre opgaver, praktiske og teoretiske øvelser, laboratoriarbejde, mundtlige oplæg, hjemmearbejde, ekskursioner og lignende.

Undervisningen kan endvidere være temaorienteret, såvel som opdelt i forskellige fag. Formålet med arbejdsformerne er, at de studerende, gennem den af uddannelsen valgte fremgangsmåde, tilegner sig viden, færdigheder og kompetencer inden for uddannelsens kerneområder, og at den studerende endvidere anvender disse i overensstemmelse med læringsmålene for uddannelsen.

Den nærmere beskrivelse af læringsforløb, dvs. mål, indhold, struktur, arbejdsformer osv. er at finde i Lektionsplaner, der foreligger på Fronter.

## 4.2 Differentieret undervisning

Differentieret undervisning finder anvendelse i det omfang det er relevant.

## 4.3 Studiesprog

Professionsbachelor i international handel og markedsføring er en dansksproget uddannelse, hvorfor hovedparten af undervisningen udbydes på dansk.

Nogle uddannelsesmoduler eller dele heraf kan dog blive gennemført på engelsk, og der stilles krav om, at de studerende skal kunne gennemføre disse. Det vil sige, at de studerende skal kunne læse tekster på engelsk, deltage aktivt i engelsksproget undervisning, samt skrive og fremlægge opgaver og projekter på engelsk.

## 4.4 Regler for praktikkens gennemførelse

### *Krav til de involverede parter*

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

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

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole har for Professionsbachelor i international handel og markedsføring udpeget et antal praktikvejledere, hvoraf en fungerer som sparringspartner for den studerende under hele praktikforløbet, og som endvidere også fungerer som eksaminator for praktikrapporten.

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual, der forefindes på Fronter. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer for praktikforløbet.

Efter praktikopholdet er afsluttet afvikler UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole en elektronisk evaluering af praktikforløbet, som både studerende og virksomhed deltager i.

## 4.5 Stave- og formuleringsevne

Ved bedømmelse bachelorprojektet indgår den studerendes stave- og formuleringsevne i bedømmelsesgrundlaget, uanset hvilket sprog projektet er skrevet på, idet det faglige indhold dog vægter tungest, jf. eksamensbekendtgørelsen § 35, stk. 4

## 4.6 Obligatorisk studietur

Der indgår ikke obligatorisk studietur på uddannelsen.

## 4.7 Dispensationsregler

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole kan fravige, hvad institutionen eller institutionerne selv har fastsat i denne studieordning, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold.

En studerende skal søge om dispensation og dokumentere de særlige forhold, der er årsag til behovet for dispensation. UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole vil behandle sagen og meddele afgørelse, når den foreligger. De nærmere regler for dispensation og ansøgning om dette er beskrevet på UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles hjemmeside: eal.dk.

#### **4.8 Orlov**

Det er muligt at ansøge om orlov fra uddannelsen, f.eks. ved barsel, adoption eller indkaldelse til værnepligtstjeneste. UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole kan ikke meddele en studerende orlov, før den pågældende har bestået prøverne efter 1. studieår på en erhvervsakademiuddannelse eller en professionsbacheloruddannelse, eller har gennemført første halve studieår på en selvstændig overbygningsuddannelse (professionsbachelor).

Nærmere regler for orlov og ansøgning om dette kan findes på UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskoles hjemmeside: eal.dk.

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole og Professionshøjskole kan dispensere fra disse regler, hvis der foreligger usædvanlige forhold.