

STUDIEORDNING  
for  
Professionsbacheloruddannelsen i  
international handel og markedsføring

Godkendt den 21. august 2017  
Af rektor, Jens Mejer Pedersen

## Indhold

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	4
2. Uddannelsen indeholder 4 nationale fagelementer.....	4
2.1 Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) .....	4
2.2 Kunden som udgangspunkt.....	6
2.3 Brancher og konkurrenter .....	9
2.4 Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling.....	10
2.5 Antallet af prøver i de nationale fagelementer.....	12
3. Praktik .....	12
4. Krav til bachelorprojektet. ....	13
5. Regler om merit .....	13
6. Faglige kriterier for udvælgelse af ansøgere til top-up uddannelsen.....	14
7. Ikrafttrædelse og overgangsordning.....	14
Institutionel del.....	15
1. Optagelse på uddannelsen.....	16
1.1 Adgangskrav .....	16
1.2 Optagelsesbetingelser .....	16
2. Lokale fagelementer .....	16
2.1 Skematisk oversigt over uddannelsens opbygning .....	16
3. Prøver og eksamen på uddannelsen.....	17
3.1 Generelle regler for eksamen.....	17
3.2 Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer .....	17
3.3 Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter .....	18
3.3.1 Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering .....	18
3.3.2 Studiestartprøven.....	18
3.3.3 Studieaktivitetskrav: Førsteårsprøven .....	19
3.4 Anvendelse af hjælpemidler .....	19
3.5 Det anvendte sprog ved prøverne .....	19
4. Andre regler for uddannelsen.....	19
4.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	19
4.2 Differentieret undervisning.....	19
4.3 Studiesprog.....	20

4.4 Regler for praktikkens gennemførelse .....	20
4.5 Stave- og formuleringsevne .....	20
4.6 Obligatorisk studietur.....	20
4.7 Dispensationsregler.....	20
4.8 Orlov .....	21

Denne nationale del af studieordningen for professionsbachelor 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 professionsbachelor 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 BtGsalg 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) anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden,
- 3) vurdere og anvende juridiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg i en internationalt fokuseret virksomhed,
- 4) vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen,
- 5) begrunde og formidle de valgte strategier i en strategisk salgsplan til relevante interessenter,
- 6) anvende relevante modeller til udvikling i forbindelse med innovative projekter og
- 7) anvende metoder til ledelse af salgspersonale.

### Kompetencer

Den uddannede kan

- 1) håndtere og identificere behov for relevant økonomisk og juridisk information omkring internationale salgsopgaver,
- 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 4 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, konfliktløsnings typer og distributionsformer.

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

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

#### Viden

Den studerende skal:

- Have viden om forskellige typer af forretningsmodeller, samt viden om hvilke modeller og teorier der anvendes i henhold til at forstå en virksomheds strategiske grundlag
- Have viden om forskellige strategiske retninger relateret til innovationsbegrebet
- Have viden om disruption som begreb og udviklingsretning
- Have kendskab til og kunne forstå relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske platform, herunder ressourcer og kompetencer
- Have viden om og forståelse for teorier om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt ledelse
- Have kendskab til elementer af en virksomheds forsyningskæde (både funktionelle og innovative produkter)
- Have kendskab til teorier og modeller til vurdering af in- og outsourcing
- Have viden om og forståelse for relevante økonomiske modeller og teorier i relation til forretningsmodellen
- Have kendskab til lokaliseringsanalyse og distributionsstrategi (både digital og fysisk – omni-channel)
- Have viden om og forståelse for relevante økonomiske modeller i relation til forretningsmodeller
- Have viden om vigtige perspektiver på viden, indsigt og erkendelse
- Have kendskab til og forståelse for centrale paradigmeskift inden for de erhvervsøkonomiske discipliner
- 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 internationale retskilder og disses indbyrdes forhold samt forholdet til nationale retskilder.
- Have viden om internationale konfliktløsningsmodeller.

#### Færdigheder

Den studerende skal:

- Kunne anvende og diskutere de forskellige strategiske retninger
- Kunne anvende disruption og innovation til at udfordre en virksomheds eksisterende forretningsmodel
- Kunne analysere og vurdere virksomhedens strategiske og innovative platform og udviklingsmuligheder

- Kunne vurdere konsekvenser af en virksomheds valg af lokalitet og distributionsform/kanal
- Kunne vurdere konsekvenser af valg af eksterne partnere
- Kunne vurdere virksomhedens økonomiske og finansielle grundlag på basis af relevante nøgletal
- Kunne gennemføre en økonomisk analyse, vurdering og prioritering af produktmiks i forskellige omkostningsmodeller
- 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 formidle videnskabsteoretiske problemstillinger og konsekvenser til fagfæller
- Kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger i forhold til det videnskabsteoretiske område
- Kunne anvende regler om lovvalg og værneting i internationale salg og vurdere konsekvenserne af de foretagne valg
- Kunne anvende reglerne om de forskellige distributionsformer i en analyse og vurdering af valg distributionsform.

#### Kompetencer

Den studerende skal:

- Selvstændigt deltage i tværfagligt samarbejde i henhold til at kunne vurdere en virksomheds strategiske situation
- Kunne fremkomme med anbefalinger til optimering af en virksomheds forretningsmodel
- Kunne arbejde med innovation i alle faserne af forretningsmodellen
- Kunne indgå i tværfaglig udvikling af en virksomheds innovative udgangspunkt
- Kunne identificere elementer af værdiskabelse i forsyningskæden
- Kunne udarbejde økonomiske beslutningsgrundlag relateret til virksomhedens strategi, forretningsgrundlag, omkostninger og prisstruktur
- Kunne diskutere forskellige videnskabsteoretiske paradigmer
- Kunne diskutere problemformulering i forhold til forskellige videnskabsteoretiske paradigmer
- Kunne diskutere konsekvenserne af det videnskabsteoretiske ståsted

#### 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 logistik understøttelse af salget samt integration af forskellige salgskanaler såvel omni-channel, digitale og fysiske. 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 skal:

- Have viden om og forståelse for relevante teorier og modeller til at analysere en virksomheds kompetencer, kundebase, udvikling af kundeportefølje herunder profitabilitetsberetninger
- Have viden om og forståelse af virksomhedens markedstilbud og mulige marketingstrategier
- Have kendskab til generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salget
- Have viden om og kan forstå implementeringsevne og relation til andre funktioner og partnere, herunder både kompetencevurdering og kommunikationsstruktur
- Kunne forstå væsentlige implikationer for virksomhedens logistik og forsyningskæde af internationalisering samt innovative projekter
- Kunne forstå de teoretiske værktøjer i relation til virksomhedens forsyningskæde til udvikling af det internationale salgsgrundlag, strategisk, taktisk og operativt
- Have kendskab til teorier og modeller til vurdering af in- og outsourcing
- Have viden om og forståelse for værktøjer og metoder til vurdering af kunde- og produktportefølje omkring lønsomhed samt alternative metoder til lønsomhedsberegninger
- Have opnået forståelse for anvendelse af metodologi i projekt- og rapportskrivning efter principper for videnskabeligt arbejde
- Have viden om hvordan man indsamler, fortolker og analyserer data
- Have viden om generelle principper i EU's udbudsregler for salg til offentlige myndigheder.

#### Færdigheder

Den studerende skal:

- Kunne analysere og vurdere såvel den samlede kundebase som 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
- Kunne gennemføre en vurdering af kundernes profitabilitet og fremtidigt indtjeningspotentiale og være i stand til at evaluere relevansen af en ressource-baseret tilgang eller markedsorienteret tilgang
- Kunne udvikle virksomhedens marketingstrategier
- Med udgangspunkt i kunden kunne analysere og vurdere organisering af salget, herunder relationer til andre funktioner i virksomheden
- Kunne analysere og vurdere kompetencebehov i salgsfunktionen i forhold til kundens krav
- Kunne analysere og vurdere internationalt fokuseret virksomheds valg af supply chain med inddragelse af relevant teori på området
- Kunne analysere og organisere virksomhedens forsyningskæde i forhold til salgets organisering og udvikling af partnerskaber med fokus på sikring af kundetilfredshed og kvalitetsoplevelse

- Kunne anvende relevante modeller til udvikling af løsninger for virksomhedens forsyningskæde i forbindelse med innovative projekter
- Kunne vurdere og anvende metoder og redskaber for virksomhedens forsyningskæde til understøttelse af det taktiske og operationelle salg
- Kunne beregne og vurdere lønsomhed ved alternative omkostnings-allokerings metoder: Activity Based Costing og traditionel standard cost
- Kunne identificere relevante total life cycle costs (TLCC)
- Kunne reflektere over samt indgå i diskussion om erhvervsøkonomiske perspektiver i videnskabelige sammenhænge
- Kunne udarbejde problemanalyse og foretage problemafgrænsning, opstille problemstilling og hypoteser
- Kunne vurdere og udvælge ideelle undersøgelsesformer for en given problemstilling samt forhold sig kritisk til de undersøgelsesformer, som i praksis bliver anvendt
- Have viden om transportaftalen inden for sø- og landevejstransport med særlig vægt på transportøransvaret.

## Kompetencer

Den studerende skal:

- Selvstændigt kunne deltage i tværfaglige teams i relation til virksomhedens arbejde med marketing intelligence med kunderne som udgangspunkt
- Kunne udvælge relevante data til analyse af virksomhedens customer care og kundeudviklingsstruktur
- Kunne indgå i en diskussion om virksomhedens evne til at matche salgsfunktionen til kundernes forventninger
- Kunne identificere udfordringer i virksomhedens forsyningskæde i forbindelse med innovative projekter
- Kunne sikre inddragelse af virksomhedens forsyningskæde i udvikling af salgsstrategien
- Kunne udarbejde et begrundet beslutningsoplæg på basis af alternative omkostningsallokeringsmodeller
- Kunne vurdere en kundeporteføljes lønsomhed og forventede fremtidige indtjeningspotentiale
- Kritisk kunne vurdere muligheder og begrænsninger i forhold til kvantitative og kvalitative data
- 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 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 resultaters og forudsætningers pålidelighed og gyldighed
- Selvstændigt kunne indgå i et fagligt og tværfagligt samarbejde om indgåelse af internationale salgsaftaler, med særlig henblik på:
  - CISG (International aftaleindgåelse og internationale 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 konkurrencer, 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. Fagelementet fordrer også en metodisk tilgang til fremskaffelse af viden ud fra det videnskabsteoretiske ståsted.

### Læringsmål for Brancher og konkurrenter

#### Viden

Den studerende skal:

- Have viden om relevante teorier og modeller omkring konkurrencemæssige positioner i markedet, og hvordan sådanne implementeres
- Have viden om forskellige benchmarking modeller
- Have viden om CSR, socialt ansvar og bæredygtighed
- Have viden om grundlæggende benchmarking teori og modeller indenfor SCM
- Have viden om finansiel og ikke-finansiel benchmarking
- Have forståelse for internationale makroøkonomiske forholds indflydelse på branchen
- Have viden om videnskabsteoriens teoretiske antagelser og om metodiske tilgange, der understøtter frembringelsen af viden
- Have viden om dansk og europæisk konkurrenceret og samspillet mellem reglerne

#### Færdigheder

Den studerende skal:

- Kunne analysere og evaluere en virksomheds konkurrencemæssige position som basis for udvikling og tilpasning af virksomhedens markedstilbud. I relation hertil skal den studerende kunne benchmarke en virksomhed både i forhold til en branche og til virksomhedens nærmeste konkurrenter, herunder strategier
- Kunne analysere virksomhedens sociale dimension i forhold til virksomhedens strategiske position
- Kunne inddrage relevante teorier og modeller ifm. benchmarking af en international virksomheds SC
- Kunne vurdere internationale makroøkonomiske forhold, som kan påvirke konkurrencesituationen i branchen og en given virksomhed
- Kunne vurdere risici ved international handel
- Kunne benchmarke en virksomhed i forhold til en konkurrent eller branchen
- Kunne foretage en vurdering af identificerede internationale økonomiske forhold i omverdenen og vurdere konsekvenserne af disse for en branche og virksomhed

- 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.

#### Kompetencer

Den studerende skal:

- Kunne deltage i virksomhedens marketing intelligence med fokus på design og analyse af information omkring konkurrenceposition på markedet
- Kunne identificere og analysere specifikke konkurrenter
- Kunne identificere en virksomheds (centrale) CSR udfordringer
- Kunne identificere forbedringsområder i virksomhedens forsyningskæde på baggrund af en benchmarking
- Kunne identificere og håndtere risikoafdækning i forbindelse med international handel
- Have opnået erfaring i hvorledes videnskabelige metoder er begrænsede.

#### 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- & 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 projekter.

#### Læringsmål for Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling

##### Viden

Den studerende skal:

- Have forståelse for og være i stand til at reflektere over centrale teorier til udvikling af virksomhedens salgsgrundlag baseret på forskellige tilgange
- Have viden om modeller og metoder til kundeopfølgning
- Have viden og forståelse for relevante teorier og modeller i relation til forretningsmodeller, hvor salget er udgangspunktet
- Have viden og forståelse for organisatoriske konsekvenser af vækst
- Have viden om de ledelsesmæssige teorier, der kan støtte op omkring udvikling af virksomhedens salgsgrundlag
- Have viden om forskellige motivationsteorier og incitamentsstrategier
- Have viden om og forståelse for forskellige konfliktstile og konfliktløsningsmuligheder
- Have viden om situationsbestemt ledelse
- Have viden om kriterier for evaluering af salgsfunktionens indsats
- Have viden om værktøj til måling af effektivitet i virksomhedens forsyningskæde

- Have viden om metoder og modeller til risikovurdering af forsyningskæden
- Have forståelse for alternative budgetmodeller
- Have viden om alternative finansielle og ikke-finansielle rapporteringsformer herunder forstå referencerammer, lovgivning omkring virksomhedens økonomiske, miljømæssige og sociale rapportering
- Kunne vurdere videnskabssteoretiske og metodemæssige problemstillinger og integrere forståelse af videnskabeligt arbejde og metode med faglighed i projekt- og rapportskrivning.

## Færdigheder

Den studerende skal:

- Kunne analysere, udvikle og implementere internationale salgsstrategier for forskellige forretningstyper (branche, størrelse, ressourcer etc.)
- Kunne udvikle og tilpasse en virksomheds handlingsparametre til individuelle kunder
- Kunne begrunde og kommunikere valgte strategier i en salgsplan overfor relevante interessenter
- Kunne evaluere de aktiviteter, der knytter sig til virksomhedens markedstilbud mod kunderne og mod den enkelte kunde for at kunne foreslå mulige ændringer i strategi og indsats
- Kunne udarbejde en plan for organisationens udvikling samt vurdere konsekvenser i forhold til organisationens kompleksitet
- Kunne vurdere udviklingsområder i salgsorganisationen
- Kunne vurdere kompetencebehovet for salgsteamet
- Kunne udarbejde strategier til motivation og coaching af salgspersonalet
- Kunne identificere egne læringsbehov således at viden og færdigheder udvikles
- Kunne indgå i evaluering af medarbejdernes personlige, faglige, kulturelle og sociale kompetencer
- Kunne udarbejde en opfølgingsplan for virksomhedens forretningsmodel ift. måling af effektivitet i virksomhedens forsyningskæde
- Kunne opstille budgetforudsætninger og udarbejde og vurdere et total budget for virksomhedens strategiske beslutninger og vurdere de økonomiske konsekvenser
- Kunne reflektere over egen praksis
- Kunne reflektere over de videnskabelige metoders begrænsninger
- Kunne 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 skal:

- Kunne styre og lede udviklingen af salgsstrategier i komplekse situationer og baseret på involvering af relevante stakeholdere
- Kunne arbejde med assessments af virksomhedens samlede aktiviteter overfor kunderne
- Kunne arbejde med en holistisk tilgang omkring udvikling af virksomhedens strategiske grundlag
- Kunne identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og vedligeholde relevante kompetencer for at kunne arbejde ud fra holistisk tilgang

- Selvstændigt kunne analysere og deltage i udvikling af en organisatorisk handleplan som sikrer implementering af salgsplanen
- Selvstændigt kunne deltage fagligt og tværfagligt i organisationens udvikling
- Kunne indgå en dialog med salgsfunktionen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats ud fra et perspektiv om effektivitet i hele forsyningskæden.
- Kunne opstille et beslutningsgrundlag for virksomhedens strategiimplementering

## 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

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte. I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Praktikopholdet er ulønnet.

### Læringsmål for praktikken på uddannelsen

Viden

Den studerende skal:

- have viden om fagområdets teori og metode samt om praksis
- kunne forståelse for begreber og metoder samt kan 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 og identificere eget læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til de konkrete opgaver
- kunne indgå i fagligt såvel som tværfagligt samarbejde.

### ECTS-omfang

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

### Antal prøver

Praktikken afsluttes med 1 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.

Bachelorprojektet skal have et omfang af 100.000 anslag.

<b>Bachelorprojektet</b>
<b>ECTS-omfang:</b> 15 ECTS
<b>Tidsmæssig placering:</b> I slutningen af 3. semester
<b>Læringsmål:</b> Læringsmålene er de samme som for uddannelsen, der fremgår af afsnit 1 "uddannelsens mål for læringsudbytte".
<b>Prøveform:</b> Ekstern mundtlig prøve på baggrund af bachelorprojektet. Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation.

##### **Prøven i bachelorprojektet**

Professionsbachelorprojektet 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**

Med en uddannelse som markedsføringsøkonom opfylder man de formelle krav til professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring.

Andre merkantile erhvervsakademiuddannelser vil blive vurderet med udgangspunkt i markedsføringsøkonomuddannelsen. 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.

## **7. Ikrafttrædelse og overgangsordning**

### **Ikrafttrædelse**

Denne nationale del af studieordningen træder i kraft den 20.08.2017 og har virkning for de studerende, som indskrives efter denne dato.

### **Overgangsordning**

Studerende som er optaget indtil 20.08.2017 følger studieordning af 25.08.2014, hvorefter de overgår til denne studieordning fra 01.09.2020.

STUDIEORDNING  
for  
Professionsbacheloruddannelsen i  
international handel og markedsføring

Institutionel del

Godkendt den 21. august 2017  
Af rektor, Jens Mejer Pedersen

# 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. Erhvervsakademiet Lillebælt 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.

Erhvervsakademiet Lillebælt 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
Virksomhedens strategiske grundlag				10



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 Erhvervsakademiet Lillebælt* 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 Erhvervsakademiet Lillebælt. 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.

Erhvervsakademiet Lillebælt 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 Erhvervsakademiet Lillebælt en elektronisk evaluering af praktikforløbet, som både studerende og virksomhed deltager i.

### 4.5 Stave- og formuleringssevne

Ved bedømmelse bachelorprojektet indgår den studerendes stave- og formuleringssevne 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

Erhvervsakademiet Lillebælt 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. Erhvervsakademiet Lillebælt vil behandle sagen og meddele afgørelse, når den foreligger. De

nærmere regler for dispensation og ansøgning om dette er beskrevet på Erhvervsakademiet Lillebælts hjemmeside: eal.dk.

#### **4.8 Orlov**

Det er muligt at ansøge om orlov fra uddannelsen, f.eks. ved barsel, adoption eller indkaldelse til værnepligtstjeneste. Erhvervsakademiet Lillebælt 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 Erhvervsakademiet Lillebælts hjemmeside: eal.dk.

Erhvervsakademiet Lillebælt kan dispensere fra disse regler, hvis der foreligger usædvanlige forhold.