

STUDIEORDNING

for

Professionsbacheloruddannelsen i international handel og markedsføring

Del IV: Valgfrit fagelement - Specialemodul - Emnekatolog

Ikrafttrædelse: 1. december 2018



Indhold

1. Valgfrit fagelement - Specialemodul – 5 ECTS	2
1.1. Emner for specialemodul.....	2
Salg.....	2
Indkøb	2
Markedsføring.....	3
Øvrige.....	3
1.2 Sommerskoler og BSS modul	4
Sommerskoler	4
BSS modul	4

Denne studieordning skal læses i sammenhæng med den nationale og lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere, mens denne del af studieordningen (institutionsdelen) er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Valgfrit fagelement - Specialemodul – 5 ECTS

Indhold

Som en del af de lokale fagelementer udbydes valgfrit fagelement B på uddannelsens 2. semester. Den enkelte studerende indgiver ønske til emne ud fra nedenstående emnekatalog.

Tidspunkt for indgivelse af ønske vil fremgå af studiets aktivitetsplan i starten af 2. semester.

1.1. Emner for specialemodul

Salg

- Eksportsalg med fokus på relationssalg
f.eks. specialisering i en branche, et land/en region, direkte/indirekte kanaler, projektsalg, opbygning af en international salgsorganisation, opbygning af relationer (partnerskaber/alliancer), ledelse og styring af salgsdatterselskaber/salgsteams/sælgere/agenter, markedsindtrængning, udvælgelse af eksportmarkeder....
- Online salg og digitale forretningsmodeller
Salgs- og distributionskanaler, udvikling af salg via Internettet, styring af online og fysiske salgskanaler, nye digitale forretningsmodeller, best practice og next practice, virksomhedscases....

Indkøb

- Den globale supply chain
f.eks. opbygning af en global supply chain, udvælgelse af partnere, outsourcing, insourcing, udflytning af produktion, kulturforskelle, code of conduct....
- CSR og bæredygtighed
F.eks. hvordan bæredygtighed kan være en konkurrencemæssig fordel i en virksomheds Supply Chain Management eller hvordan en virksomhed kan arbejde med bæredygtighed i deres forretningsmodel, så der opnås balance mellem det virksomheden gør og det som den efterlader hvad angår miljø, socialt ansvar og økonomi eller bæredygtig performance management; hvordan kortsigtede indsatser kan give langsigtede gevinster

Markedsføring

- Digital markedsføring
f.eks. markedskommunikation, branding, on-line marketing, sociale medier, direct marketing, e-sales, e-procurement...
- Oplevelsesøkonomi og innovation
f.eks. hvad er oplevelsesøkonomi?, oplevelseskoncepter, udvalgte brancher, det udvidede produkt, oplevelser som marketing parameter, former for innovation, innovationsprocessen, netværk, entrepreneurship....
- Marketing research
Definere og udforske, hvad Marketing Research er, hvor væsentligt det er, samt formål og karakteristika for de enkelte bestanddele (sekundær dataindsamling, primær dataindsamling samt kvalitativ og kvantitativ dataanalyse). Udvikle disse forskningsmæssige færdigheder og på basis af dem udvikle fremtidige forslag til forskningsemner, som skal beskrives med baggrund i, hvordan der kan forskes i markedsføring.
- Managing Integrated Market Communication
Med fokus på planlægning og integration i en postmoderne digital verden – f.eks. Internt Samarbejde (Salg/Kommunikation (marketing) & IT), Kanal synergi/alignment, Tribal Marketing, Brand Hijacking, Guerilla Marketing, Marketing Automation & Big Data, Word of Mouth/Community/Social Media, Nudging etc.....
- International vækst i online SMV'er
Hvordan kan danske små og mellemstore virksomheder vokste internationalt via E-handel? Hvilke faktorer der er vigtige for at opnå international vækst som online virksomhed? Herunder hvilke elementer i forretningsmodellen er særligt vigtige for international vækst? Hvilke kompetencer er eventuelt særligt afgørende?

Emnet indgår som en del et forskningsprojekt på Eaaa og vejledes af to projektledere, som underviser i markedsføring på IHM. Forskningsprojektet har til formål at identificere best practice på området og munde i udarbejdelse af en guide / Top 10 gode råd. Aflevering af seminarrapport er 1. juni. For studerende i dette emne er der mulighed for på 3. semester at komme i praktik og arbejde med afprøvning og implementering af best practice.

Øvrige

- Ledelse og HR

f.eks. organisering og ledelse af den globale forsyningskæde, den lærende organisation, organisation, organisations- og kulturforandringer, nye organisationsformer, forandringsledelse, projektledelse,...

- Branding
Definere og udforske branding (corporate, product, employer og/eller personlig branding), altså hvordan man markedsfører sig via værdier på såvel B2B som B2C-markedet
- Knowledge management
Afdækning, skabelse, brug og bevarelse af viden i organisationer og projekter fra et ledelsesmæssigt perspektiv med henblik på synergi, samspil og succes
- Globalisering
Afdækning, evaluering, planlægning og organisering af virksomheders forskellige grader af globalisering

1.2 Sommerskoler og BSS modul

Sommerskoler

- Sommerskoler i Malaysia, Tanzania eller Canada. Se særskilt beskrivelse af de enkelte landes summer schools på eaaa.dk.

OBS! Foregår i slutningen af juli til primo august. Gennemføres på engelsk.

BSS modul

- BSS merit modul
Giver sammen med statistik og driftsøkonomi adgang til at søge ind på Cand. Merc på Aarhus Universitet.

Se separat beskrivelse for BSS modulet i institutionsdelen af studieordningen.

Undervisning og eksamen gennemføres på engelsk.