

September 2007

Studieordning for

Akademiuddannelse (AU) i

International handel og markedsføring

(Merkantil VVU)

Udarbejdet af landets
Erhvervsakademier

Indholdsfortegnelse

1.	Forord.....	2
2.	Indledning	3
3.	Fælles regler og retningslinjer for merkantile akademiuddannelser	3
3.1.	Uddannelsernes formål og omfang	3
3.2.	Uddannelsernes opbygning	4
3.2.1.	Akademiuddannelse som profilforløb	4
3.2.2.	Akademiuddannelse uden profilforløb	5
3.2.3.	Merkonomuddannelse	5
3.2.4.	Akademiuddannelse som fleksibel efter- og videreuddannelse.....	5
3.3.	Dimittendernes titel.....	6
3.4.	Adgangsbetingelser	6
3.5.	Indledende kurser	6
3.6.	Undervisnings- og arbejdsformer.....	7
3.7.	Eksamen og bedømmelse.....	7
3.8.	Kvalitetssikring	8
4.	Akademiuddannelse i International handel og markedsføring	8
4.1.	Formål	8
4.2.	Struktur.....	8
4.3.	Beskrivelse af obligatoriske fagmoduler	10
4.4.	Specialeforløb	14
4.5.	Afgangprojekt.....	16
5.	Overgangsordninger og merit	17

Bilag

	Oversigt over Love og bekendtgørelser	19
	Oversigt over Fagmoduler inden for det merkantile område	20
	Oversigt over Indledende kurser til det merkantile fagområde.....	22

1. Forord

Lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (lov nr. 488 af 31. maj 2000) blev vedtaget med virkning fra den 1. januar 2001, med det formål at sikre voksne en mulighed for at forbedre såvel erhvervskompetencen som den personlige kompetence gennem videreuddannelse.

Videreuddannelsessystemet er således rammen om løbende kompetenceudvikling på et niveau, der modsvarer de eksisterende niveauer i det ordinære uddannelsessystem.

Hovedformålene har været dels at skabe en klar struktur og sammenhæng i voksenuddannelsessystemet uden blindgyder og dels at sikre rammen for livslang læring med udgangspunkt i den enkeltes konkrete erhvervs erfaring.

Videregående voksenuddannelser (VVU) er deltidsuddannelser, der sammen med 2 års relevant erhvervs erfaring har samme niveau som de korte videregående uddannelser (KVU), som er heltidsstudier.

De uddannelser, som primært retter sig mod det private erhvervsliv, udbydes af landets handels- og tekniske skoler, der arbejder sammen i erhvervsakademier om udbud og kvalitetssikring. Derfor betegnes uddannelserne også som akademiuddannelser, forkortet AU. Det er den betegnelse, som vil blive anvendt i resten af studieordningen.

Denne studieordning er udarbejdet i henhold til bekendtgørelse nr. 1336 af 14/12/2005 om videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område samt bekendtgørelse nr. 766 af 26/06/2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser. Den omfatter dels fælles regler og retningslinjer, som gælder for alle uddannelser, som afvikles i henhold til de to bekendtgørelser, dels regler og retningslinjer for akademiuddannelsen i International handel og markedsføring.

Studieordningen er landsdækkende og omfatter alle institutioner, som udbyder akademiuddannelsen i International handel og markedsføring. Studieordningen er gældende fra studieårets begyndelse den 1. september 2007. Den til enhver tid gældende studieordning er tilgængelig på udbyderens hjemmeside.

September 2007

Erhvervsakademierne

2. Indledning

Denne studieordning for Akademiuddannelse i International handel og markedsføring er udarbejdet i fællesskab af landets erhvervsakademier efter retningslinjerne i bekendtgørelse nr. 1336 af 14/12/2005 om videregående voksenuddannelse inden for det merkantile område samt bekendtgørelse nr. 766 af 26/06/2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser. Samarbejdet skal blandt andet sikre, at de færdiguddannede opnår landsdækkende kompetence både i forhold til arbejdsmarkedet og i forhold til mulighederne for at benytte videregående uddannelses tilbud.

Derudover skal den fælles studieordning sikre, at de studerende ved studie- eller institutionsskift godskrives de beståede fag, der ækvivalerer tilsvarende fag ved andre studier eller institutioner.

Den enkelte institution kan, når det er begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i den fælles studieordning, der alene er fastsat af akademierne.

Studieordningen har til formål at give den studerende en overordnet orientering om uddannelsens indhold og de regler, der gælder for optagelse, gennemførelse og evaluering m.v. Reglerne fremgår dels af ovennævnte bekendtgørelse om videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område dels af de bekendtgørelser, der fastsætter eksamensregler, kvalitetskrav, udbuds betingelser m.v. I bilag 1 er anført de love og bekendtgørelser, der har været relevante for udformningen af nærværende studieordning.

I vejledningen af den studerende står studieordningen og bekendtgørelserne ikke alene, men suppleres af andre uddannelses- og institutionsspecifikke regler og vejledninger, fx eksamensreglement, vejledning i projektskrivning, specialeforløb m.m.

3. Fælles regler og retningslinjer for merkantile akademiuddannelser

3.1. Uddannelsernes formål og omfang

Akademiuddannelserne inden for det merkantile område skal kvalificere voksne til på et fagligt og metodisk grundlag at kunne analysere og vurdere praksisnære problemstillinger samt varetage funktioner på specialist- og mellemliderniveau.

Endvidere skal uddannelserne bidrage til at udvikle den studerendes selvstændighed, samarbejdsevne, evne til at skabe fornyelse og skærpe interessen for iværksætter- og selvstændighedskultur samt etablering af egen virksomhed.

Det merkantile område omfatter i henhold til bekendtgørelse nr. 1336 af 14/12/2005 handel og økonomi samt discipliner og emner, der uddannelsesmæssigt relaterer hertil.

Hver uddannelse udgør et selvstændigt afrundet uddannelsesforløb, der sammen med 2 års relevant erhvervs erfaring giver et afgangsniveau svarende til en kort videregående uddannelse (KVU).

Uddannelserne er normeret til et studenterårsværk, dvs. en heltidsstuderendes arbejde i et år og svarer til 60 point i European Credit Transfer System (ECTS-point).

Alle uddannelserne tilrettelægges som fagligt afgrænsede moduler, der består af 6 moduler á 10 ECTS-point og tilrettelægges således, at de kan afsluttes inden for 3 år.

3.2. Uddannelsernes opbygning

En merkantil akademiuddannelse omfatter:

- 4 fagmoduler á 10 ECTS-point
- Specialeforløb svarende til 10 ECTS-point.
- Afgangsprojekt svarende til 10 ECTS-point

De 4 fagmoduler består af egentlige fag. Et eller flere af fagmodulerne kan være obligatoriske, mens andre kan være valgfrie. Fordelingen mellem obligatoriske og valgfrie moduler afhænger for det første af, om man vælger en uddannelse med eller uden profil. For det andet afhænger det af valget af profilretning.

Specialeforløbet giver mulighed for perspektivering og fordybelse inden for et eller flere fagmoduler, som den studerende har gennemført, eller i relation til uddannelsernes overordnede formål.

Afgangsprojektet afslutter uddannelsen. Den studerende skal her kunne dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for uddannelsens overordnede formål eller inden for den uddannelsesmæssige profil, som den studerende evt. har valgt. De studerende skal gennemføre det afsluttende afgangprojekt inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet.

3.2.1. Akademiuddannelse som profilforløb

Akademierne har sammen med arbejdsmarkedets parter og organisationer på arbejdsmarkedet sammensat en række moduler, der tilsammen danner en faglig profil. Her er et eller flere fagmoduler obligatoriske. Inden for det merkantile område findes der i øjeblikket følgende uddannelser med profil:

- Finansiell rådgivning (Financial Counselling)
- Informationsteknologi (Information & Communication Technology)
- International handel og markedsføring (International Marketing)
- International transport og logistik (International Transportation and Logistics)
- Kommunikation og formidling (Business Communication)
- Ledelse (Leadership & Management)
- Økonomi og ressourcestyring (Business Economics)
- Retail

Hvor der er valgmuligheder tilstede, kan den studerende enten vælge mellem fagmoduler, som er specielt udviklet til profilen, og som toner uddannelsen i en bestemt retning, eller også vælge andre fagmoduler inden for det merkantile område. Institutionen kan også godkende valg af et fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt. Reglerne vil fremgå af studieordningerne for den enkelte profiluddannelse.

Ansøgere, som har bestået en merkonomuddannelse efter nuværende eller tidligere regler, kan gennemføre et profilforløb hvis de optages på en påbygningsforløb bestående af Specialeforløb og Afgangsprojekt. De skal i forbindelse med deres merkonomuddannelse tillige have bestået fag, som tilsammen ækvivalerer de obligatoriske fagmoduler, som indgår i profilforløbet.

3.2.2. Akademiuddannelse uden profilforløb

Her kan den studerende selv sammensætte sin uddannelse af de fagmoduler, der falder ind under det merkantile fagområde, som det er afgrænset ovenfor. I bilag 2 er vist en samlet oversigt over de fagmoduler, som er omfattet af det merkantile fagområde.

Endvidere kan institutionen godkende, at den studerende i sin sammensætning af moduler kan vælge ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

Ønsker en studerende at gennemføre en akademiuddannelse uden profilforløb, vælger han eller hun i forbindelse med specialeforløbet selv emne inden for det eller de fagmoduler, som man ønsker at fordybe sig i.

Den studerende skal gennemføre sit afgangsprøve inden for centrale problemstillinger i den uddannelse, som der er sammensat, herunder specialeforløbet. Der stilles de samme metodemæssige krav til afgangsprøvet som ovenfor omtalt.

3.2.3. Merkonomuddannelse

En merkonomuddannelse omfatter 4 fagmoduler inden for det merkantile område. I bilag 2 er vist en oversigt over fagmoduler, som er omfattet af det merkantile område. Det er dog også muligt at vælge ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

En merkonomuddannelse kan også helt eller delvist bestå af fagmoduler, som er bestået efter tidligere studieordninger inden for det merkantile område.

En merkonomuddannelse efter nuværende og tidligere ordninger giver endvidere adgang til at gennemføre en akademiuddannelse ved at bestå et påbygningsforløb, der består af Specialeforløb og Afgangsprojekt, jf. omtalen i afsnit 3.2.

For at blive optaget på påbygningsforløbet skal den studerende samtidigt opfylde adgangskravene til akademiuddannelsen, jf. afsnit 3.4. Relevant erhvervserfaring, der er opnået før eller sideløbende med uddannelsen til merkonom, medregnes ved optagelse i påbygningsforløbet.

3.2.4. Akademiuddannelse som fleksibel efter- og videreuddannelse

De enkelte fagmoduler i akademiuddannelserne kan også bruges som fleksibel uddannelse, der på et relativt højt niveau kan imødekomme aktuelle behov for efter- eller videreuddannelse inden for mange forskellige fagområder.

Som studerende behøver man ikke at sigte mod at gennemføre enten en merkonomuddannelse eller en akademiuddannelse. Man kan vælge at følge undervisningen og gå til eksamen i enkeltstående fagmoduler.

3.3. Dimittendernes titel

Titlen merkonom opnås som nævnt i afsnit 3.2.3 ved at bestå 4 fagmoduler. Betegnelsen på engelsk er Academy Foundation (AF) Degree in Business.

En bestået akademiuddannelse giver adgang til titlen AU efterfulgt af evt. profilbetegnelse, jf. oversigten over de danske og engelske profilbetegnelser i afsnit 3.2.1. AU står for akademiuddannet. Betegnelsen på engelsk er Academy Profession (AP) Degree in Business.

3.4. Adgangsbetingelser

Adgangskravene til et fagmodul er en adgangsgivende uddannelse eller erhvervs erfaring af mindst 2 års varighed.

En adgangsgivende uddannelse kan i henhold til § 4 i bekendtgørelse nr. 1336 af 14/12/2005 være:

1. En relevant erhvervsuddannelse
2. En relevant grunduddannelse for voksne (GVU)
3. En gymnasial uddannelse
4. En anden relevant uddannelse på mindst samme niveau som nr. 1-3.

Institutionen kan ud fra en konkret vurdering af uddannelsesmæssige forudsætninger optage ansøgere med uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles med ovennævnte uddannelsesmæssige adgangskrav.

Ansøgere, der har gennemført 4 fagmoduler eller afsluttet uddannelsen til merkonom efter tidligere regler herom, kan optages i et påbygningsforløb, hvis de opfylder adgangskravene til en merkantil akademiuddannelse. Dog kan relevant erhvervs erfaring, der er opnået før eller sideløbende med uddannelsen til merkonom, medregnes ved optagelse i påbygningsforløbet.

For at gennemføre en akademiuddannelse som profilforløb skal den gennemførte merkonomuddannelse indeholde fag, som tilsammen ækvivalerer det eller de obligatoriske fag i den pågældende profil. De nærmere regler er medtaget under omtalen af overgangsregler og merit i de respektive studieordninger.

3.5. Indledende kurser

Indledende kurser kan tilbydes uddannelsessøgende, der ønsker optagelse eller er optaget på et fagmodul. Der er tale om studieforbereende kurser, der har til formål at forbedre grundlaget for at gennemføre et eller flere fagmoduler. De indledende kurser har alle et omfang af 1/12 årsværk.

Kurserne anbefales til studerende, der enten ikke i deres tidligere uddannelse har beskæftiget sig med det pågældende emneområde, eller som har behov for en ajourføring.

De indledende kurser tager alle udgangspunkt i deltagersammensætningen og det faglige niveau ved kursernes begyndelse. Undervisnings- og arbejdsformer er afpasset efter mål og indhold i det enkelte kursus.

Kurserne afsluttes ikke med en prøve, men der kan udstedes et kursusbevis.

Ved link via institutionens hjemmeside kan man få en samlet oversigt over mål og indhold i de indledende kurser.

I bilag 3 er vist en oversigt over de indledende kurser inden for det merkantile område.

3.6. Undervisnings- og arbejdsformer

Fælles for alle modulforløb ved akademiuddannelserne er, at de er anvendelsesorienterede, dvs. at der er et relativt tæt samspil mellem den studerendes praktiske erhvervs erfaring og det teoretiske indhold. Der lægges således vægt på, at lærerne har praktisk erfaring inden for fagområdet, og at den studerendes erfaring inddrages i undervisningen.

Udviklingen af faglige og personlige kvalifikationer integreres i undervisningen, dvs. at fagligheden primært tilegnes gennem pædagogiske arbejdsformer, som udvikler og understøtter personlige kvalifikationer som selvstændighed, initiativ, kritisk sans, kreativitet, samarbejdsevne og iværksætterlyst.

I undervisningen indgår der derfor faglige diskussioner, erfaringsudveksling, gæsteforelæsninger, casebehandling og projektarbejde, der er med til at sikre en personlig udvikling, faglig fordybelse og forbindelsen mellem teori og praksis.

For at understøtte indlæringen og vurdere udbyttet af undervisningen stilles der en række opgaver til aflevering. For fag med skriftlig eksamen er formålet med opgaveløsningen endvidere at forberede sig til eksamen. Her vil antallet af opgaver normalt være større end i fag uden skriftlig eksamen.

Der lægges endvidere vægt på, at den studerende kan opsøge, vurdere og anvende information. Det er kundskaber, som er helt grundlæggende for, at man kan tilegne sig nye kvalifikationer som led i en livslang læring og udvikling.

3.7. Eksamen og bedømmelse

Vilkårene for afholdelse og tilrettelæggelse af eksamen er fastlagt i nedenstående bekendtgørelser:

- Bekendtgørelse nr.1336 af 14/12/2005 om videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område (Merkonom og AU)
- Bekendtgørelse nr. 766 af 26/06/2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser (Eksamensbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse, som angiver bedømmelsesgrundlag og –metode for prøvers og eksameners vedkommende (Karakterbekendtgørelsen)

På baggrund af rammerne i ovennævnte bekendtgørelser har hver enkelt udbyder et eksamensreglement, der skitserer de generelle eksamensregler, retningslinjerne i forbindelse med sygdom, de specielle eksamensregler i hvert enkelt fag, følgerne af ikke at overholde reglerne om eksamen, muligheden for at klage over eksamen samt mulighederne og reglerne for brug af pc ved eksamen m.v.

Alle fagmoduler og afgangsprøvet afsluttes med eksterne prøver, medens specialeforløbet afsluttes med en intern prøve. Alle prøver bedømmes individuelt.

I alle fagmoduler og i specialeforløbet finder eksamen normalt sted i december/januar og maj/juni måned, medens eksamen i afgangsprøvet ofte aftales individuelt. Der henvises til akademiets eksamensplan.

3.8. Kvalitetssikring

Uddannelsens kvalitet og løbende kvalitetsudvikling sikres i henhold til Bekendtgørelse om kvalitetsudvikling og kvalitetskontrol i erhvervsakademiuddannelserne, bekendtgørelse nr. 635 af 30. juni 2000 (Kvalitetsbekendtgørelsen). Den enkelte udbyder eller det landsdækkende uddannelsesnet har et kvalitetssystem til kvalitetsudvikling af uddannelsen, der inddrager de studerende og aftagerne i den fortsatte kvalitetsudvikling. Aftagerkontakten skal sikre, at udbyderne samarbejder med erhvervslivet om den konkrete uddannelse.

4. Akademiuddannelse i International handel og markedsføring

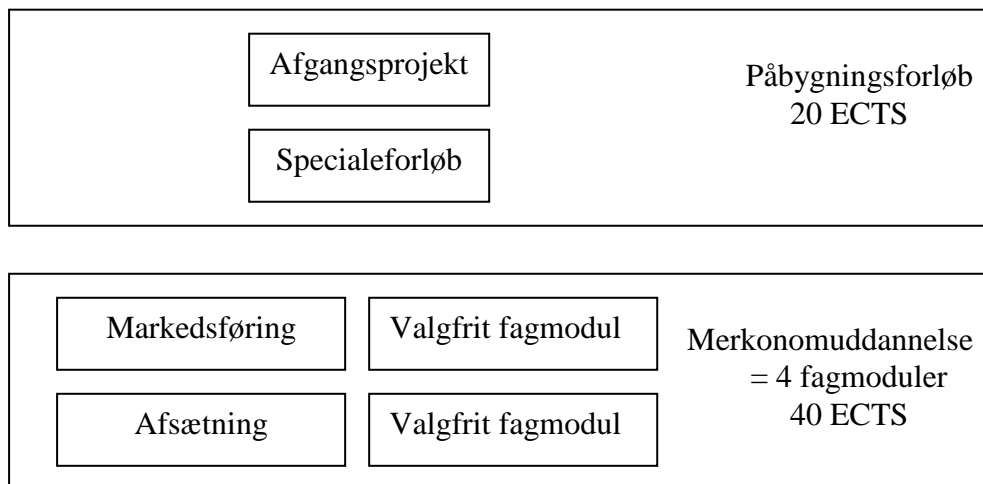
Denne del af studieordningen beskæftiger sig med de overordnede regler og retningslinjer for afvikling af uddannelsen i International handel og markedsføring. Endvidere er der en beskrivelse af de moduler, der indgår som en obligatorisk del af uddannelsen. For en oversigt over de valgfrie fagmodulplaner henvises der til institutionens hjemmeside.

4.1. Formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at kunne varetage arbejde med at analysere, planlægge og gennemføre løsninger, der bredt vedrører international handel og markedsføring i private og offentlige virksomheder nationalt og internationalt.

4.2. Struktur

Nedenfor er vist, hvordan akademiuddannelsen i International handel og markedsføring er opbygget.



Uddannelsen består som vist af

- 4 fagmoduler á 10 ECTS-point
- Specialeforløb – 10 ECTS-point
- Afgangsprøjet – 10 ECTS-point

Fagmodulerne omfatter to obligatoriske og to valgfrie moduler:

1. Afsætning
2. Markedsføring
3. 2 valgfrie fagmoduler

De valgfrie fagmoduler kan vælges inden for det merkantile område, jf. oversigten i bilag 2. Endvidere kan institutionen godkende, at der kan vælges ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

De obligatoriske fagmoduler er beskrevet på de følgende sider i denne studieordning.

Specialeforløbet i International handel og markedsføring skal give den studerende mulighed for yderligere at profilere sin uddannelse gennem fordybelse og perspektivering inden for uddannelsens overordnede formål eller inden for et eller flere af de moduler, den studerende har gennemført. Institutionen tilrettelægger specialeforløbet ved enten at udbyde et eller flere forløb, hvor man beskæftiger sig med centrale og aktuelle emner inden for international handel og markedsføring, eller ved at lade den studerende selv vælge emne inden for uddannelsens overordnede formål. I afsnit 4.4 er der en uddybende omtale af kravene til specialeforløbet. Sideløbende med den faglige fordybelse er der i specialeforløbet indlagt undervisning i videnskabsteori og metodelære. For en mere detaljeret redegørelse vedr. tilrettelæggelse og afvikling af specialeforløbet henvises der til institutionens vejledning.

Afgangsprøjet afslutter uddannelsen. Den studerende skal her dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for international handel og markedsføring. Den studerende skal gennemføre afgangsprøjet inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet. Afgangsprøjet består af en skriftlig projektrapport og et mundtligt forsvar af denne. Der henvises til en uddybende beskri-

velse af kravene til afgangsprøvet i afsnit 4.5 samt til institutionens vejledning for tilrettelæggelse og afvikling af afgangsprøvet.

4.3. Beskrivelse af obligatoriske fagmoduler

Nedenfor følger en beskrivelse af de obligatoriske fagmoduler i akademiuddannelsen i International handel og markedsføring. For beskrivelser af de gældende valgfrie fagmodulplaner henvises til institutionens hjemmeside.

Afsætning

Omfang: 10 ECTS-point

Eksamensform: 4 timers skriftlig prøve

Særlige adgangsforsætninger: Ingen

Formål

At den studerende opnår en kompetence, som bygger på en helhedsforståelse af de grundlæggende afsætningsmæssige begreber, modeller og værktøjer, således at den studerende i praksis kan bidrage til løsning af virksomhedens salgs- og markedsføringsopgaver.

Mål

At den studerende

- får forståelse af markedsføringsbegrebet og markedsføringsfunktionens rolle i virksomheden samt får kendskab til aktuelle udviklingstendenser inden for markedsføring
- får kendskab til virksomhedens strategiske platform og planlægningsproces, herunder samspillet mellem virksomhedens strategiske forretningsmæssige grundlag og markedsføringsfunktionen samt forholdet til virksomhedens øvrige beslutnings- og planlægningsniveauer
- opnår forståelse af de betydende faktorer i virksomhedens nær- og fjernmiljø, der sætter den studerende i stand at vurdere konsekvenserne i forhold til virksomhedens markedsføringsindsats
- opnår kendskab til konsument- og producentmarkedet og kan anvende viden om kundernes købsadfærd med henblik på at analysere og tilrettelægge virksomhedens markedsføringsindsats, herunder kendskab til relationsmarkedsføring og samarbejde i netværk
- kan gennemføre en segmenteringsproces på såvel producent- som konsumentmarkedet. De opstillede segmenter skal kunne vurderes og prioriteres i forbindelse med valg af målgruppe
- har forståelse af indholdet i de enkelte handlingsparametre og sammenhængen mellem disse. Den studerende skal kunne redegøre for anvendelsen af handlingsparametrene over for såvel mellemhandlere som slutbrugere
- opnår kendskab til E-business som begreb – specielt relateret til markedsføring

Indhold og omfang

Vejledende vægt i procent:

1. Markedsføringsbegrebet	5 %
2. Virksomhedens strategiske planlægningsproces	30 %
3. Virksomhedens eksterne forhold	15 %
4. Købsadfærd	18 %
5. Markedsføringsstrategi	22 %

6. Inddragelse af studie- og fagrelevant praksis	<u>10 %</u>
	100 %

1. Markedsføringsbegrebet

Den studerende skal kunne redegøre for markedsføringsbegrebet, herunder markedsføringens opgaver og placering i virksomheden.

Den studerende skal kunne redegøre for forskellige afsætningskoncepter fra den produktionsorienterede virksomhed til den kunde- og markedsorienterede virksomhed.

Den studerende skal have en forståelse af virksomhedens omverden, udviklingstendenser inden for marked og markedsføring.

2. Virksomhedens strategiske planlægningsproces

Den studerende skal være i stand til at diskutere og overveje virksomhedens strategiske platform, dvs. ide/mission, vision, forretningsgrundlag og udviklingsstadium.

Deltagerne skal kunne analysere virksomhedens overordnede strategier (vækst, produkt-markedsportefølje, konkurrence), kernekompetencer, værdikædesammenhæng, netværkssamarbejder/ partnerskaber samt generelle ressourcer.

Ud fra ovenstående skal den studerende kunne foretage en samlet vurdering af virksomhedens stærke og svage sider.

3. Virksomhedens eksterne forhold

Den studerende skal opnå en forståelse af de betydende faktorer i virksomhedens fjernmiljø, der sætter den studerende i stand at udarbejde en omverdensanalyse.

Den studerende skal kunne anvende konkurrencebegrebet, så den studerende kan gennemføre en branche- og konkurrentanalyse og vurdere virksomhedens konkurrencesituation.

4. Købsadfærd

Købsadfærd på konsumentmarkedet

Den studerende skal kunne redegøre for konsumentmarkedets kendetegn samt have en forståelse af de forhold, som er afgørende for købsadfærden på konsumentmarkedet.

Den studerende skal opnå forståelse af forskellen mellem købsadfærden for langvarige goder, kortvarige goder og serviceydelser.

Den studerende skal kunne anvende købstyper, købsprocessen og de forskellige deltagere i beslutningsprocessen som en del af virksomhedens markedsføringsindsats.

Købsadfærd på producentmarkedet

Den studerende skal kunne redegøre for producentmarkedets kendetegn samt have en forståelse af de forhold, som er afgørende for købsadfærden på producentmarkedet.

Den studerende skal opnå forståelse af forskellen mellem købsadfærden for forskellige typer af indkøb på producentmarkedets delmarkeder.

Den studerende skal kunne anvende købsklasser, købsprocessen og roller i købscenteret som en del af virksomhedens markedsføringsindsats.

5. Markedsføringsstrategi

Den studerende skal ud fra relevante segmenteringskriterier kunne gennemføre segmenterings- processen på såvel producent- som konsumentmarkedet. De opstillede segmenter skal kunne vurderes og prioriteres i forbindelse med målgruppevalg.

Med udgangspunkt i målgruppevalget skal den studerende kunne formulere en markedsførings - strategi, hvor der indgår stillingtagen til differentiering, positionering og markedsstrategi.

Den studerende skal have viden om de enkelte handlingsparametre og sammenhængen mellem disse og skal kunne anvende dem over for såvel mellemhandlere som slutbrugere på et overordnet niveau.

6. Inddragelse af studie- og fagrelevant praksis

I samarbejde med de studerende inddrages aktiviteter som casebehandling, gæsteforelæsninger, virksomhedsbesøg, diskussionsoplæg fra studerende eller tilsvarende aktiviteter, som kan medvirke til at understøtte fagets og uddannelsens anvendelsesorienterede sigte.

Markedsføring

Omfang: 10 ECTS-point

Særlige adgangsforsudsætninger: Det anbefales at gennemføre Afsætning før Markedsføring

Eksamensform: Mundtlig eksamen med udgangspunkt i godkendt projektrapport

Formål

Formålet med dette modul er at udvikle den studerende til en internationalt orienteret medarbejder, der kan analysere, planlægge og gennemføre virksomhedens markedsføringsaktiviteter.

Mål

At den studerende

- får en forståelse af virksomhedens internationaliseringsproces, eksportmotiver, eksportberedskab, valg af markeder, etableringsform samt forholde sig til følgerne for virksomhedens almene drift
- kan opstille en plan for indsamling af informationer om markedet, herunder opstille en problemformulering, vurdere informationsbehov og analysedesign
- skal kunne indsamle data fra foreliggende kilder i form af desk research, herunder udnytte de muligheder, som Internettet og andre elektroniske medier tilbyder
- kan gennemføre en markedsanalyse i form af field research ud fra et antal forskellige kontaktformer, metoder og analysetyper
- kan analysere og bearbejde indsamlede data og herudfra finde sammenhænge i et datamateriale. Desuden skal den studerende kunne præsentere resultater af markedsanalyser og herudfra uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- kan forholde sig kritisk til resultater af markedsanalyser og vurdere forskellige fejlkilder i forbindelse med markedsundersøgelser
- kan udarbejde prognoser for udviklingen på et marked og en virksomheds afsætning ud fra forskellige prognosemetoder

- kan anvende de enkelte handlingsparametre overfor både konsument- og producentmarkedet i forbindelse med gennemførelse af markedsføringsaktiviteter
- kan vurdere og anvende virksomhedens handlingsparametre i forbindelse med bearbejdning af forskellige geografiske markeder
- kan gennemføre en markedsføringsplanlægning med forskellige tidshorisonter. Herunder skal den studerende kunne relatere markedsføringsplanen til virksomhedens ide og overordnede strategier
- kan gennemføre en opfølgning på, hvorvidt målene i en markedsføringsplan nås. Desuden skal den studerende kunne analysere afvigelser og foreslå korrigerende aktiviteter med henblik på enten at nå eller justere målene

Indhold og omfang

Vejledende vægt i procent:

1. Virksomhedens internationalisering	25%
2. Markedsanalyse	25%
3. Prognoser	5%
4. Parameteranvendelse	25%
5. Markedsføringsplanlægning	10%
6. Projektarbejde	<u>10%</u>
	100%

1. Virksomhedens internationalisering

Den studerende skal kunne redegøre for internationaliseringsprocessen for en virksomhed, herunder eksportmotiver og forskellige teorier omkring internationalisering.

Den studerende skal kunne gennemføre en screening af eksportmarkeder ud fra forskellige modeller. Ligeledes skal den studerende kunne udvælge konkrete markeder og opstille en overordnet plan for bearbejdning af disse markeder.

Den studerende skal kunne analysere og vurdere forskellige indtrængningsstrategier på eksportmarkederne. Desuden skal den studerende kunne komme med forslag til konkret valg af distributions- eller etableringsform på udvalgte markeder samt forholde sig til konsekvenserne for virksomhedens almene drift.

2. Markedsanalyse

Den studerende skal kunne

- opstille en plan for indsamling af informationer om markedet, herunder opstille en problemformulering, vurdere informationsbehov og analysedesign
- indsamle data fra foreliggende kilder i form af desk research, herunder udnytte de muligheder, som Internettet og andre elektroniske medier tilbyder
- gennemføre en markedsanalyse i form af field research ud fra et antal forskellige kontaktformer, metoder og analysetyper
- analysere og bearbejde indsamlede data og herudfra finde sammenhænge i et datamateriale. Desuden skal den studerende kunne præsentere resultater af markedsanalyser og herudfra uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen

- forholde sig kritisk til resultater af markedsanalyser og vurdere forskellige fejlkilder i forbindelse med markedsundersøgelser

3. *Prognoser*

Den studerende skal kunne udarbejde prognoser for udviklingen på et marked og en virksomheds afsætning ud fra forskellige prognosemetoder. Herunder skal den studerende kunne beregne markedsstørrelse og –potentiale.

4. *Parameteranvendelse*

Den studerende skal kunne redegøre for de enkelte handlingsparametre og deres anvendelse over for både konsument- og producentmarkedet.

Den studerende skal kunne analysere og vurdere de enkelte handlingsparametre og foreslå, hvorledes virksomheden skal anvende disse parametre i forskellige markedsføringsaktiviteter.

Den studerende skal kunne vurdere forskellige internationale parameterstrategier og deres anvendelse i virksomhedens bearbejdning af udvalgte geografiske markeder.

5. *Markedsføringsplanlægning*

Den studerende skal kunne

1. relatere markedsføringsplanen til virksomhedens ide og overordnede strategier
2. udarbejde en struktur for en markedsføringsplan på forskellige planlægningsniveauer
3. udarbejde en markedsføringsplan med opstilling af mål, strategi, handlingsplaner og budgetter
4. følge op på gennemførelse af aktiviteterne i en markedsføringsplan, herunder analysere afvigelser og foreslå korrigerende aktiviteter med henblik på enten at nå eller justere målene

I forbindelse med disse områder anvendes relevante Internet- og it-værktøjer.

6. *Projektarbejde*

Den studerende udarbejder projektrapport – gruppevis eller individuelt. Projektet godkendes af skolen.

4.4. **Specialeforløb**

Specialeforløb

Modulet omfatter 10 ECTS-point

Modulet er obligatorisk

Særlige adgangsforsudsætninger: Gennemført alle obligatoriske og valgfrie fagmoduler

Eksamensform: Skriftligt specialeprojekt med mundtligt forsvar

Formål

Specialeforløbet skal give den studerende mulighed for perspektivering og fordybelse inden for et eller flere af de fagmoduler, som den studerende har gennemført.

Omfang

Et specialeforløb har et omfang af 10 ECTS-point svarende til en arbejdsbelastning på 240 - 280 arbejdstimer.

Former for specialeforløb

Akademiet udbyder et eller flere specialeforløb inden for uddannelsens overordnede formål og inden for formålet med de profilforløb, som akademiet udbyder.

Der udbydes to forskellige former for specialeforløb:

1. Fagspecifikke forløb
2. Selvvalgt emne

De fagspecifikke forløb er egentlige fag, som skal sikre den nødvendige fordybelse inden for bestemte områder. Denne form for specialeforløb anvendes fx inden for Finansrådgiveruddannelsen.

I de fleste andre uddannelser får de studerende selv mulighed for at vælge det emne, som de ønsker at fordybe sig i. Som det fremgår af formålsbeskrivelsen skal valg af emne ske inden for fagområder, som den studerende tidligere har gennemført.

Mål

At den studerende kan

- analysere og vurdere emnet i relation til profilens centrale fagområde samt i relation til andre relevante fagområder
- opsøge, analysere, vurdere og anvende relevante kilder og teoretiske modeller ud fra en metodekritisk angrebsvinkel
- præsentere en faglig problemstilling, dens løsning og konklusion i rapportform
- mundtligt kan præsentere og kritisk vurdere en faglig problemstilling, dens løsning og konklusion
- indgå i gruppeprocesser og her bidrage konstruktivt til gruppens resultat

Eksamen

Der udarbejdes som hovedregel en grupperapport, hvoraf det skal fremgå, hvad hver enkelt deltager har bidraget med. Hvor særlige forhold taler herfor, kan der gives tilladelse til at udarbejde et individuelt projekt. Projektrapporten omfatter 30 – 40 normalsider eksklusive bilag.

Eksamensformen er skriftligt projektrapport med mundtligt forsvar. Der er tale om en intern prøve, hvor institutionen selv udpeger censorer. Prøven varer ca. 30 minutter inklusive votering.

Prøven er individuel og med individuel bedømmelse, selv om der eksamineres på grundlag af en grupperapport. Øvrige medforfattere på rapporten kan i henhold til eksamensbekendtgørelsen derfor ikke overvære eksaminationen, inden de selv har været til eksamen.

I bedømmelsen indgår projektrapporten med 2/3 og det mundtlige forsvar med 1/3. Bedømmelsen af projektrapporten sker primært på grundlag af de individuelle bidrag. I bedømmelsen tages der også hensyn til, hvordan man har behandlet fællesbidrag som fx problemformulering og konklusion. Bedømmelsen omfatter både det faglige indhold og den metodemæssige behandling af rapportens datagrundlag.

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen. For at bestå kræves minimum karakteren 2.

Der henvises til institutionens vejledning i afvikling af specialeforløbet.

4.5. Afgangprojekt

Afgangprojekt

Modulet omfatter 10 ECTS-point

Modulet er obligatorisk som afslutning på uddannelsen

Særlige adgangsforsudsætninger: For at indstille sig til eksamen i afgangprojekt skal alle fagmoduler og specialeforløb være bestået

Eksamensform: Skriftligt afgangprojekt med mundtligt forsvar

Formål

I afgangprojektet skal den studerende kunne dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for uddannelsens overordnede formål eller inden for formålet for det profilforløb, som den studerende har gennemført. Den studerende skal gennemføre det afsluttende afgangprojekt inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet.

Omfang

Afgangprojektet har et omfang af 10 ECTS-point svarende til en arbejdsbelastning på 240-280 arbejdstimer.

Form

Den studerende skal arbejde med et relevant, praktisk problem, som normalt er hentet fra egen jobfunktion, virksomheden eller branchen. Der kan også være tale om, at den studerende etablerer kontakt med en anden virksomhed. Men det er under alle omstændigheder den studerendes opgave og ansvar at tilvejebringe det nødvendige praktiske grundlag for udarbejdelse af afgangprojektet.

Mål

At den studerende kan

- anvende teorier, metoder og modeller på løsning af en kompleks, praktisk problemstilling
- kan formulere og afgrænse problemstillingen inden for det valgte opgavefelt
- kan vurdere, vælge og anvende relevant faglig metode
- kan præsentere problemstilling, metode, problemløsning og konklusion i rapportform
- kan mundtligt præsentere og forsvare hovedresultaterne i den skriftlige rapport samt kan indgå i en kvalificeret dialog omkring valg af problemstilling, metodemæssige overvejelser, løsningsforslag og konklusion

Eksamen

Det afsluttende eksamensprojekt består af en skriftlig projektrapport, der har et omfang af 40 – 50 normalsider eksklusive bilag, samt et mundtligt forsvar af denne. Projektet løses som hovedregel individuelt.

Hvor særlige forhold taler herfor, kan der gives tilladelse til at gennemføre et gruppeprojekt med flere opgaveløsere. Hvis flere personer skriver sammen, skal problemformuleringen og opgavebesvarelsen afspejle den grundigere og dybere behandling af emnet, som kan godtgøre, at hver især har ydet en arbejdsindsats i den fælles opgaveløsning, som modsvarer den arbejdsindsats, en studerende yder ved at udarbejde projektet individuelt.

Der stilles endvidere krav om, at man af projektrapporten skal kunne se, hvad hver enkelt deltager har bidraget med.

Der er tale om en ekstern prøve med beskikket censorer. Prøven er individuel og varer ca. 45 minutter inklusive votering. I bedømmelsen indgår projektrapporten med 2/3 og det mundtlige forsvar med 1/3. Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen. For at bestå kræves minimum karakteren 2.

Bedømmelsen af grupperapport sker primært på grundlag af de individuelle bidrag. I bedømmelsen tages der også hensyn til, hvordan man har behandlet fællesbidrag som fx problemformulering og konklusion. Ved en grupperapport kan eksaminationen i henhold til eksamensbekendtgørelsen ikke overværes af de øvrige medforfattere, inden de selv har været til eksamen.

Der henvises til institutionens vejledning i afvikling af afgangsprojektet.

5. Overgangsordninger og merit

En studerende, der har påbegyndt uddannelsen efter de hidtidige regler, kan afslutte uddannelsen efter disse regler. Uddannelsen skal dog være afsluttet senest 1. august 2009.

Beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk uddannelse kan træde i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af bekendtgørelsen for det merkantile område. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering af ækvivalensen mellem de berørte uddannelseselementer.

En merkonomuddannelse efter den nuværende ordning omfatter 4 fagmoduler svarende til 40 ECTS-point, jf. omtalen under i afsnit 3.2.3.

Merkonomer efter tidligere ordninger kan optages på Specialeforløb, når de samtidigt opfylder adgangskravene til akademiuddannelsen, jf. omtalen i afsnit 3.4. For at blive optaget på specialeforløbet i International handel og markedsføring, som er en profiluddannelse, skal man have en afsluttet sin merkonomuddannelse i International handel eller Markedsføring.

Såfremt den studerende ikke har afsluttet en merkonom- eller tekonomuddannelse i ovennævnte specialer, men gerne vil fortsætte sin uddannelse inden for International handel og markedsføring gælder nedenstående regler.

Som målestok for omfanget af alle nye uddannelser benytter man i dag ECTS-point, der er et fælles, europæisk system for kvantitativ sammenligning af uddannelser. Et studieår svarer til et arbejdsår og udgør 60 ECTS-point, jf. omtalen i afsnit 3.1.

Et 45-timers fag i den tidligere merkonom- og tekonomuddannelse udgør 6 ECTS-point
Et 90-timers fag i den tidligere merkonom- og tekonomuddannelse udgør 12 ECTS-point

Da alle moduler på akademiuddannelsen udgør 10 ECTS-point, skal man enten have bestået to 45-timers fag eller et 90 timers fag for at opnå fritagelse for et fagmodul. For at blive fritaget for de obligatoriske fagmoduler på uddannelsen i International handel og markedsføring skal følgende fagkombinationer være bestået:

Beståede merkonom-/teknonomfag	Giver fritagelse for
Generel markedsføring samt Markedsanalyse og strategi	Afsætning
Generel markedsføring samt Virksomhedsøkonomi	Afsætning
Generel markedsføring samt E-handel	Afsætning
Markedsanalyse og strategi samt Virksomhedsøkonomi	Afsætning
Markedsføringsplanlægning (90 timer)	Afsætning
International handel (90 timer)	Afsætning
Markedsføringsplanlægning (90 timer)	Markedsføring
International handel (90 timer)	Markedsføring

Fritagelse for ”gamle” merkonom- og teknonomfag

Beståede fag på merkonom- eller teknonomuddannelsen før 1998 meriteres først til de respektive ordninger, der var gældende i perioden 1998 – 2005, hvorefter der sker fritagelse i henhold til ovenstående regler.

Der kan uanset tidligere uddannelser ikke gives fritagelse for Specialeforløb og Afgangsprojekt.

For en uddybende studievejledning henvises til institutionen.

Det er et krav for den studerende, at beståede fag ved studieskift kan godskrives på den modtagende institution.

Merit til HD 2. del

Såfremt man som led i sin merkantile akademiuddannelse (AU) eller som supplement hertil har bestået fagene Erhvervsøkonomi, Global økonomi, Erhvervsjura og Statistik giver det adgang til HD 2. del.

Der arbejdes løbende med afklaring af mulighederne for merit til andre uddannelsesinstitutioner. Det anbefales derfor at kontakte studievejledningen vedrørende nye meriteringsmuligheder samt ændringer i de eksisterende ordninger.

Oversigt over Love og bekendtgørelser

Nedenfor er en oversigt over love og bekendtgørelser, som har dannet grundlag for udformningen af studieordningen.

- Lovbekendtgørelse nr. 956 af 28. november 2003 om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse)
- Lov nr. 488 af 31. maj 2000 om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven)
- Bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december 2005 om videregående voksenuddannelse inden for det merkantile område (Merkonom og AU)
- Bekendtgørelse nr. 766 af 26. juni 2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser (Eksamensbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse, som angiver bedømmelsesgrundlag og –metode for prøvers og eksameners vedkommende (Karakterbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 635 af 30. juni 2000 om kvalitetsudvikling og kvalitetskontrol i erhvervsakademiuddannelserne (Kvalitetsbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 775 af 10. august 2005 af lov om Danmarks Evalueringsinstitut, bekendtgørelse

Oversigt over Fagmoduler inden for det merkantile område

I nedenstående oversigt er fagene rubriceret efter deres naturlige fagområde. Ved link via institutionens hjemmeside har man mulighed for at se indholdet i de enkelte fagmoduler.

Finansiell rådgivning:

- Samfundsøkonomi
- Erhvervsjura i den finansielle sektor
- Rådgivning og kommunikation
- Omsætning og finansiering af fast ejendom

Informationsteknologi:

- Softwarekonstruktion
- Informationsteknologi i kontekst
- Programmeringsteknologi
- Databaseteknologi
- Internet og distribueret programmering
- Netværk og It-teknologi
- Spilteknologi
- Multimedieteknologi og interaktionsdesign
- It-projektstyring
- It-sikkerhed

International handel og markedsføring:

- Afsætning
- Markedsføring
- Erhvervsret

International transport og logistik:

- Logistik
- Transport, distribution og transportjura
- International transport og logistik

Kommunikation og formidling:

- It og kommunikation
- Global kommunikation
- Viden og forandring
- Virksomhedskommunikation
- Kommunikation i praksis

Ledelse:

- Organisation
- Ledelse i praksis
- Lederskab
- Human Resources
- Kultur og filosofi
- Personalejura

- Projektstyring
- Coaching i organisationer
- Evaluering i offentlige og private virksomheder

Økonomi- og ressourcestyring:

- Erhvervsøkonomi
- Global økonomi
- It og økonomi
- Statistik
- Økonomistyring

Retail:

- Konceptstyring i detailhandelen
- Det personlige lederskab
- Salgsledelse
- Optimering af butik- og kædedrift

Oversigt over Indledende kurser til det merkantile fagområde

Nedenfor er der en kort oversigt over de indledende kurser. Hvert fag har et omfang af 1/12 årsværk. Via link til institutionens hjemmeside vil man kunne se indholdet i de enkelte kurser.

- Indledende erhvervsjura
- Indledende erhvervsøkonomi
- Indledende økonomisk matematik
- Indledende kommunikation
- Introduktion til ejendomsadministration