

SPECIALEKATALOG

**Erhvervsakademi Dania
Viborg**

Markedsføringsøkonom



2015

Indhold

Indholdsfortegnelse

1	Specialebeskrivelser	3
1.1	Promotion (20 ECTS)	3
1.2	Development (20 ECTS).....	5
1.3	Executive (20 ECTS)	7

1 Specialebeskrivelser

Prøverne i valgte specialer skal bestå for at den studerende kan indstilles til afgangsprøven på 4. semester.

1.1 Promotion (20 ECTS)

Indhold:

- Intern/ekstern virksomhedskommunikation
- Kampagne planlægning
- Grafisk design
- Udvikling af kommunikationsløsninger
- Medie udvælgelse
- Gennemførelse og evaluering af kommunikationsindsats

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- Branding / virksomheds-branding
- Forbindelsen mellem intern og ekstern kommunikation
- Content marketing
- Engagement teori herunder Gamification
- SEO – søgemaskineoptimering
- Traditionelle medier - tv, radio, udendørs, print
- Digitale medier
- Mediestrategi
- Kampagnestrategi og -plan
- Intern og eksterne datakilder
- Pilottest af reklame

Den studerende skal have færdigheder i:

- Engagere første salg og langsigtede relationelle salg
- Lave situationsanalyse - internt og eksternt
- Kunne det grundlæggende i relation til produkt branding
- Vurdere og anvende nye salgsfremmende tendenser (guerilla marketing, content marketing, affiliate marketing)
- Udvikle grundlæggende grafiske designoutputs
- Brug af forskellige redskaber til kreativ tænkning
- Kunne grundlæggende online markedsføring
- Skrive Copywriting og skabe journalistiske tekster
- Evaluere kommunikationsindsats
- Projektplanlægning
- Være i stand til at identificere USP (Unique Selling Proposition) - differentiering
- Identificere målgrupper og håndtere segmentering
- Lave en salgstale
- Inkorporere intern kommunikation, når der laves en ekstern kampagne
- Vælge relevante KPI'er (Key performance indicators)
- Inkorporere sociale medier - Facebook, snapchat, Instagram, blogs i kommunikationsarbejde
- Brug af online analyseværktøjer (for eksempel Google Analytics)

Den studerende skal have kompetencer til at:

- Lave research der relaterer til salg
- Udforme design briefs - virksomhedens situation (positionering/konkurrence), mission, vision, målgruppe
- Udforme en kampagnestrategi herunder eventuelle interne kommunikationsstrategier
- Planlægge en kampagne ved hjælp af projektstyringsværktøjer
- Udforme et realistisk budget
- Udvikle strategisk indhold - besked, grafik, tekst etc.
- Udvikle en medieplan (traditionelle og online medier genrer) med integreret markedsføring som fundament
- Præsentere den salgsfremmende løsning til kunden

- Overvåge og evaluere en kampagne
- Selvstændigt tilegne sig ny viden på området

Prøveform:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i en skriftlig opgave.

I samarbejde med en virksomhed eller organisation skal den studerende præsentere en kampagne med fokus på et bestemt kommunikationsmål. De studerende skal præsentere kampagnen som en salgstale til eksamen. Det er et krav, at de studerende præsenterer deres forslag efterfulgt af en specifik kommunikationsoutput (print, webside, sociale medier, TV, Radio, film osv).

Før eksamen skal de studerende sende en dagsorden for mødet eksamen (som vil blive gennemført som en salgstale-situation) - én dagsorden sendes til læreren og én dagsorden sendes til den virksomhed/organisation de studerende har foreslået kommunikation for.

Gruppe eksamen i alt: 45 min.

Studerendes præsentation: 20 min.

1.2 Development (20 ECTS)

Indhold:

- "Development" specialet fokuserer på virksomhedsudvikling på nye markeder, og modne markeder i Europa.
- Fokus er på fundraising/finansiering, internationalisering, kultur, forretningsudvikling og vækst.
- I løbet af specialiseringen vil den studerende udvikle en iværksættertankegang, nyttig i både nye forretningsinitiativer og til at tage eksisterende forretning til det næste niveau. Udvikle indsigt i egne styrker og svagheder, og arbejde struktureret med dem. Udvikle sig på samarbejdsevner.
- I løbet af semestret vil en studietur til og forskning af et vigtigt marked være en integreret del

NB. *Udbydes kun på engelsk*

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- Kilder til finansiering for iværksættere, international ekspansion, NGO'er
- Offentlige kilder til erhvervsstøtte
- Kontrakter (sælger, leverandør, valutakurser mv)
- Forskellige metoder til udvikling af forretningsplaner
- OLI internationaliserings modellen/eklektiske modeller
- International handelsret (intellektuel ejendomsret, forsikring, Incoterms og CISG)
- Real options teori
- International revision og opfyldelse
- Modeller til styring F & U-aktiviteter
- Nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle
- Industri- og virksomhedskultur
- Udviklede, nye og frontier-markeder

Den studerende skal have færdigheder i:

- Beregning af ROI for faktiske investeringer
- Gennemførelse af en struktureret analyse af virksomhedernes processer og workflow (Business model canvas)
- Udarbejdelse partnerskabsprogrammer (distributioner & leverandører)
- Praktisk organisationsudvikling
- Cross Cultural Management
- Vælge relevante vækststrategier
- Skabelsen af en forretningsplan for et konkret forretningsprojektet
- Budgetlægning for iværksættere (kravene fra banker)
- Evaluere kontrakter
- Vælge relevante idé-genererings metoder
- Udførelse af en dyb brancheanalyse (indsamling af primær data)
- Activity-based metoden
- Evaluere nuværende kreditter og kapitalkontrol
- Lave Risikoanalyse
- Valg af relevante Key Performance Indicators (KPI)
- Vurdering kulturforskelle, nationalt og internationalt, og muligheder og begrænsninger af kultur i det internationale samarbejde

Den studerende skal have kompetencer til at:

- Analysere virksomhedens kompetencer
- Identificere muligheder for virksomhedens forretningsmæssige udvikling
- Praktiske projektstyrings færdigheder
- Bruge engelsk i en forretningsmæssig sammenhæng

- Etablere relationer med internationale partnere af en virksomhed
- Arbejde professionelt med eksterne virksomheder
- Bruge primær forskning som et værktøj til at skabe anbefalinger
- Lave risikovurdering ved international handel
- Vurdere og anbefale en forretningsmulighed for virksomheden i et langt perspektiv
- Prissætte produkter på udenlandske markeder
- Udarbejde en salgstale for et bestemt forretningsprojektet/koncept til relevante interessenter
- Reflektere over ens egen personlige udvikling

Prøveform:

I samarbejde med en virksomhed eller organisation, skal de studerende præsentere en udviklingsstrategi og plan for virksomheden, hvor der fokuseres på et bestemt marked, og mål.

De studerende skal præsentere planen som en salgstale ved eksamen. Der vil være en af 3 potentielle "interessenter" til stede ved eksamen, som den studerende skal præsentere for.

Før eksamen skal de studerende sende 3 mulige dagsordener for mødet/eksamen (som vil blive gennemført som en salgstale-situation)

Gruppe eksamen i alt: 45 min.

Studerendes præsentation: 20 min.

1.3 Executive (20 ECTS)

Indhold:

- Statistik, 5 ECTS
- Driftsøkonomi, 5 ECTS
- Jura, 5 ECTS
- Big Data Analytics 2,5 ECTS
 - o Muligheder og udfordringer ved Big Data
 - o BI systemer
- Ledelse 2,5 ECTS
 - o Organisationsudvikling
 - o Ledelsesteorier
 - o Forandringsledelse
 - o Compliance, CSR and Code of Conduct

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning
- Stokastiske variabler og sandsynlighedsfordelinger
- Skalering
- Regressionsanalyse
- Varians analyse
- Muligheder og udfordringer i Big Data
- Forskellige BI-systemer
- Forholdet mellem indkøb og produktionsfaktorer og produktion af varer og tjenesteydelser
- Indflydelsen af forskellige markedsstrukturer på parameteren "aktivitet"
- De klassiske omkostnings distributionssystemer samt aktivitetsbaserede omkostnings systemer (ABC costing)
- Gennemførelse af almindelige omkostnings- og rentabilitet beregninger på kort/langt sigt
- Valg af investeringsmuligheder før og efter skat
- Økonomisk optimal levetid og tidspunkt for udskiftning i forbindelse med investeringer
- Notering af investeringskalkuler som grundlag for valget af strategiske alternativer med en langsigtet tidshorisont
- Betydningen af finansieringskonceptet for valg af løsninger
- Forskel mellem ledelse og lederskab og deres konsekvenser
- Teorier om organisationsudvikling og metoder til gennemførelse af organisationsudvikling
- Forandringsledelse på forskellige organisatoriske niveauer, herunder viden om ledelsesopgaver, rollen som leder og eventuelle konflikter i en situation med forandring
- Modstand mod forandring
- Forskellige forandringsmodeller og -strategier
- Erhverve indsigt i ansættelsesretlige regler i henhold til lovgivningen, kollektive overenskomster, individuelle aftaler og praksis.
- Opnå grundlæggende viden om, hvad "Big data" er, herunder kilder til data, ejerskab samt hvad Big Data kan bruges til

Den studerende skal have færdigheder i:

- Beregning og fortolkning af forskellige målinger af central tendens og variation
- Lave sandsynlighedsberegninger for stokastiske variabler/sandsynlighedsfordelinger
- Opliste, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder en dummy variabel
- Big data som en vækstfaktor i erhvervslivet (både private + offentlige sektor)
- Håndtering, udvælgelse og statistisk behandling af data erhvervet gennem BI-systemer
- Anvende kerneomkostningsbegreber i relation til at træffe beslutninger

- Optimere parameteren "indsats" baseret på omkostnings- og afsætningsforhold
- Optimering af salg på et marked med prisfølsomhed og et marked med konstant salgspris
- Gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med investeringsovervejelser
- Gennemføre beregninger af kapitalkrav og betalingsstrømme som grundlag for en liste over investeringsberegninger både for anlægs- og omsætningsaktiver
- Gennemførelse af beregninger af de effektive renter af forskellige lån og kreditter før og efter skat
- Begrund valg af finansieringskoncepter, herunder gæld og egenkapital, der anvendes i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Introduktion og kommunikation af finansielle løsninger
- Medtage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer i fx organisationsudvikling
- Kommunike ideer, forslag og projekter for organisationsudvikling
- Vurdere behovet for forandring, herunder interne og eksterne rammebetingelser
- Vurdere udfordringerne i en forandringssituation, herunder forskellige reaktioner fra medarbejdere
- Brug af forskellige forandringsmodeller og -strategier og deres konsekvenser
- Kunne anvende de arbejdsretlige regler ved ansættelse, under ansættelsen og ved ansættelsesforholdets ophør.
- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til reglerne for kommerciel udnyttelse Big Data

Den studerende skal have kompetencer til at:

- Selvstændigt fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for et specifikt marked- og salgsrelateret problem
- Vurdere bestemte sandsynlighed beregninger i forbindelse med markeds- og salgsrelaterede problemer
- Vurdere beskrivende statistik af markedet og salgsrelaterede problemer
- Brug smarte Big Data, analyser og målinger til at træffe bedre beslutninger og forbedre ydeevnen
- Øge kunde lønsomhed gennem predictive modeling af sandsynlige forbrugernes indkøbsmønstre
- Præsentere data og lave prognoser fra data via analyser
- Selvstændigt vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk med hensyn til specifikke planlægningsopgaver
- Analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige aktiviteter og ændringer i organisationen og konsekvenser for de ansatte
- Gøre brug af forskellige ledelsesmodeller til at gennemføre forandringer
- Vurdere udviklingsprocessen og organisationens retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
- Støtte både ledere og medarbejdere i spørgsmål vedrørende medarbejderforhold
- Selvstændigt tilegne sig ny viden på området
- Anvende og formidle eksisterende viden internt i organisationen om reglerne for kommerciel udnyttelse af Big Data

Prøveform:

Statistik, økonomi og jura er testet i henhold til fælles national standard, se uddannelsens studieordning.

"Big data" og Ledelse testes i en 4-timers skriftlig eksamen.