



Valgfagskatalog for uddannelsen

HANDELSØKONOM (AK)

2016-2017

Erhvervsakademi Dania



September 2016

Valgfagskatalog For uddannelsen Handelsøkonom (AK).

Indhold

1. Valgfrie uddannelseselementer	3
2. E-Handel	3
3. International Business Communication.....	4
4. Internationalt indkøb og Supply Chain Management (SCM).....	5
5. Salg og Salgsledelse	7
6. Entreprenørskab og nye forretningsmodeller	9
7. Salg og Branding	10
8. Innovation og Iværksætteri	11
9. Internationalt salg	12
10. Projektledelse	14

1. Valgfrie uddannelseselementer

Uddannelsen indeholder valgfrie uddannelseselementer på 2. semester og udgør i alt 15 ECTS. De valgfrie uddannelseselementer giver den studerende mulighed for at kvalificere studie- og erhvervskompetencen gennem specialisering og perspektivering af emner, der bredt relaterer sig til uddannelsesområdet.

Der udbydes på handelsøkonomuddannelsen en række uddannelseselementer, som er en særlig specialisering og perspektivering bredt relateret til uddannelsens kerneområder.

På Erhvervsakademi Dania udbydes følgende institutionsspecifikke uddannelseselementer:

- 15 ECTS: E-Handel (Horsens)
- 15 ECTS: International Business Communication (Horsens)
- 15 ECTS: Internationalt indkøb og supply chain management (Hobro)
- 10 ECTS: Salg og Salgsledelse (Randers)
- 10 ECTS: Entrepreneurskab og nye forretningsmodeller (Randers)
- 10 ECTS: Salg og Branding (Silkeborg)
- 10 ECTS: Innovation og Iværksætteri (Silkeborg)
- 10 ECTS: Internationalt Salg (Silkeborg)
- 5 ECTS: Projektledelse (Randers og Silkeborg)

2. E-Handel

Uddannelseselementet svarer til 15 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Horsens.

Indhold:

- E-handelsbegreber
- Online forretningsmodeller
- E-strategi og e-handel, integration og sammenhæng med overordnet strategi
- Analyse i forhold til behov for nye e-handelsløsninger
- Analyse og vurdering af bagvedliggende teknologibehov
- Markedsudvikling og trends inden for e-handel
- Relevant jura, herunder handelsbetingelser og håndtering af persondata
- Projektledelse ved udvikling af e-koncepter og løsninger
- Strategier for salg og mersalg i relation til brugeradfærd og konverteringsoptimering.

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Central anvendt teori og metode i relation til E-handelsbegrebet samt trends, teori og praksis inden for e-handel
- Central anvendt teori og metode i e-handelsstrategier samt viden om integration og sammenhæng med overordnet strategi
- Central anvendt teori og metode i relation til projektledelse af e-handelsløsninger

- Central anvendt teori og metode i relation til forskellige former for analyse af e-handelsløsninger og teknologibehov

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Anvende centrale metoder og redskaber til analyse af trends, teori og praksis inden for national og international e-handel
- Vurdere teknologi, funktionalitet samt design til webshops og på den baggrund at opstille og vælge løsninger
- Vurdere og formidle eksisterende e-handelskoncepter og forslag til nye e-handelskoncepter til samarbejdspartnere og egen organisation
- Udarbejde e-handelsstrategier og business cases, og sikre sammenhæng med virksomhedens overordnede strategi
- Identificere webshoppens rolle og sortiment ud fra den overordnede strategi
- Stille forslag til lager- og logistikløsninger specifikt for webshoppen
- Identificere relevant jura i forbindelse med e-handel og vurdere konsekvenserne for virksomhedens e-handel
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater for fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister
- Analysere salg og andre aktiviteter i webshoppen og vurdere konsekvenserne for den videre drift og udvikling.

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med e-handelsstrategier samt implementering og drift af webshops
- Håndtering af sammenkobling af e-handel og markedsføring teoretisk og praktisk
- Deltage i samarbejde med andre faggrupper og eksterne samarbejdspartnere om udvikling af e-handelsløsninger
- Udvikling af egen praksis.

3. International Business Communication

Uddannelseselementet svarer til 15 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Horsens.

Indhold:

- Kommunikationsformer og strategier
- Kulturanalyse
- Interkulturel kommunikation
- Business writing

- Engelsk grammatik
- Mundtlige sprogfærdigheder (engelsk)

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Kulturforskelle og interkulturel kommunikation
- Kulturens konsekvenser i forretningsmæssig / kommunikativ sammenhæng
- Forskellige forretningsrelevante mundtlige og skriftlige kommunikationsprodukter og –former
- Forståelsen af verbal og nonverbal kommunikation
- Forskellige teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationers kommunikation
- Mundlige og skriftlige sprogfærdigheder på engelsk herunder ordforråd, udtale og grammatik

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Analysere og vurdere kommunikationsopgaven med henblik på en professionel løsning af denne i en kulturel og global kontekst
- Deltage professionelt og konstruktivt i interkulturel kommunikation og forretningsmæssige sammenhænge
- Analysere og anvende engelsk, skriftligt som mundtligt.
- Føre en professionel samtale med et situationsbestemt engelsk

Kompetencer

Den uddannede kan:

- Reflektere over egen personlig kommunikation i forskellige kulturelle sammenhænge
- Reflektering af kulturforskelle og interkulturel kommunikation
- Formulere sig skriftligt på et professionelt niveau, dvs. på grammatisk korrekt engelsk med respekt for stilniveau, terminologi og kommunikative funktioner
- Beherskelse af engelsk til professionelle formål (præsentationer, møder, forhandlinger etc.

4. Internationalt indkøb og Supply Chain Management (SCM)

Uddannelseselementet svarer til 15 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Hobro.

Indhold:

- Supply Chain Management og forhandling i en global kontekst (5 ECTS)
- Cultural understanding and international business (5 ECTS)
- Excel og databehandling for indkøbere (5 ECTS)

Mål for læringsudbytte

Supply Chain Management og forhandling i en global kontekst

Den studerende skal have viden om:

- Indkøbsdisciplinen og nøglekoncepter forbundet hertil
- Virksomhedens placering i og afhængighed af forsyningskæden globalt
- Samspillet mellem indkøb og de øvrige aktører i værdikæden

Den studerende skal have færdigheder i:

- Planlægge og gennemføre enkle analyser af virksomhedens placering i forsyningskæde og samspillet mellem indkøb og de enkelte aktører i værdikæden
- Deltage i valg af hensigtsmæssige indkøbsstrategier og værktøjer under hensyntagen til omkostninger og forsyningsikkerhed
- Deltage i forberedelse og gennemførelse af forhandlinger med leverandører

Den studerende skal have kompetence i:

- Medvirke i virksomhedens nationale og internationale forsyningskæde på strategisk, taktisk og operationelt niveau og løse indkøbsopgaver på operationelt niveau

Cultural understanding and international business

Den studerende skal have viden om:

- Relevante kulturteorier og disses oprindelse samt anvendelsesmuligheder og begrænsninger
- Sprogbarrierer i både skrift og tale og håndtering af disse i en interkulturel kommunikationssituation
- International forretningsforståelse samt skrevne og uskrevne regler i forskellige kulturer
- Stereotype opfattelser og disse som hindring for forståelsen af kulturel mangfoldighed
- Kulturel forandring og kultur som en dynamisk størrelse
- Egen kulturel baggrund og identitet med henblik på at opnå en generel kulturel kompetence
- Business relationship management

Den studerende skal have færdigheder i:

- Analysere kulturelle case stories med udgangspunkt i relevante kulturteorier og præsentere en kulturanalytisk problemstilling
- Begå sig kulturelt i forretningsmæssige sammenhænge, hvor man indgår i et samarbejde med partnere med forskellig kulturel baggrund
- Begå sig sprogligt i forretningsmæssige sammenhænge, hvor engelsk er fremmedsprog for alle parter og hvor engelsk i skrift og tale bliver det fælles kommunikationsprog

Den studerende skal have kompetence i:

- Medvirke i virksomhedens nationale og internationale forsyningskæde på strategisk, taktisk og operationelt niveau og løse indkøbsopgaver på operationelt niveau

Excel og databehandling for indkøbere

Den studerende skal have viden om:

- Virksomhedernes generelle anvendelse af regneark til problemløsning
- Opbygning af økonomiske modeller til økonomi- og indkøbsstyring
- Dataindsamling, -validering, -analyse og -vurdering
- Relevante ERP systemer og værdien i brugen af makroer

Den studerende skal have færdigheder i:

- Anvendelse af regneark til løsning af konkrete økonomiske problemstillinger
- Anvendelse af enkelte matematiske, opslags- og finansielle funktioner i regneark
- Opstilling af pivottabeller og datatabeller i regneark til brug ved databehandling og sortering
- Anvendelse af betinget formatering i regneark
- Design og opstilling af økonomiske modeller i regneark ud fra oplyste forudsætninger
- Anvendelse af flere ark og forståelse for anvendelsen af flere ark
- Anvendelse af regneark til statistisk analyse, herunder:
 - Bearbejdning og præsentation af data i tabeller og figurer
 - Opstilling af diagrammer og vurdering af disses udformning
 - Opstilling og vurdering af lineære og eksponentielle tendenslinjer
 - Prognoser
 - Anvendelse af analyseværktøjerne, målsøgning og problemløsning

Den studerende skal have kompetence i:

- Medvirke i virksomhedens nationale og internationale forsyningskæde på strategisk, taktisk og operationelt niveau og løse indkøbsopgaver på operationelt niveau

5. Salg og Salgsledelse

Uddannelseselementet svarer til 10 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

Indhold:

- Salg og sælgere
 - Hvad er B2B og B2Csalg
 - Salgsstrategimodeller, herunder vækststrategier og værdibaseret salg
 - Salgets kundepotentiale og konkurrencedygtighed
 - Salgskanaler, herunder onlinesalg
 - Etik i salget
- Salgsledelse og Opfølgning
 - Salgsledelse, herunder motivation af sælgere
 - Opfølgning
 - KAM
 - Handlingsplaner, implementering og kontrol af disse.
- Koncepter og salg i detailhandelssektoren

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Salgsstrategi, herunder
 - Virksomhedens strategiske afsætningsmuligheder i forbindelse med salg samt de strategiske overvejelser for vækst i relation til eksisterende marked og opdukkende markedsmuligheder
 - Samspillet mellem salg og de øvrige aktører i værdikæden
 - Salgets begreber og salgskanaler
 - Salgets mangfoldige faser indenfor opsøgende salg og kundesalgspøje – herunder Key Account Management og fokus på værdi for køber
 - Salgets planlægning – vurdering af kundepotentiale og kundeværdi for virksomheden samt egnede markedsføringsmuligheder med B2B, B2C og B2S markedsføring
- Salgsledelse
 - Salgsledelsens motivering og ledelse af sælgerstyrken
- Etik i salget
 - Etisk og uetisk salgsadfærd.

Færdigheder:

Den uddannede kan:

- Strategi
 - Afdække virksomhedens strategiske salgssituation og formulere salgs- og vækststrategi ud fra analyseresultater:
 - Vælge den rigtige salgsstrategi
 - Vælge den rigtige salgskanal
- Salgsledelse
 - Analysere og vurdere sælgers rolle, samt funktion i salgsteamet og salgsorganisationen
 - Opstille og vurdere planer for ledelsen af sælgerstyrken, herunder salgsplanlægning, Sambesøg og sælgerfeedback.

- Planlægge og gennemføre sælgermøder samt opstille plan for motivation af sælgere

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- Strategi
 - Deltage i koordinering af salget strategiske, taktiske og operationelle kobling med virksomhedens øvrige organisation
 - Deltage i fastlæggelse af salgsstrategi
- Salgsledelse
 - Deltage i håndteringen af salgsledelsens funktioner og implementering af beslutninger

6. Entreprenørskab og nye forretningsmodeller

Uddannelseselementet svarer til 10 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

Indhold:

- Hvad en forretningsmodel er, og hvordan den kan karakteriseres, analyseres og evalueres
- Forandringsledelse og organisatorisk læring
- Åbne innovationsstrategier og innovationsudfordringer
- Nye kreative innovationsteknikker i forretningsudvikling
- E-handelskoncepter

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Nye kreative innovationsteknikker i forretningsudvikling
- Forandringsledelse og organisatorisk læring.
- Forklare centrale træk hos en entreprenør og en entreprenel organisation

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Anvende modeller som Business Model Canvas til en forretningsmodelbeskrivelse og innovationsprocessen
- Forklare og identificere centrale træk hos en entreprenør og en entreprenel organisation
- Præsentere innovative udviklingstiltag i en konkret virksomhed
- Inddrage relevant teori til at analysere en given generel problemstilling
- Indhente relevante sekundære data i forbindelse med gennemførelse af analysen samt bearbejde og præsentere disse på en relevant måde
- Analysere entreprenelle dimensioner i en konkret problemstilling

- Forstå forretningsplanens betydning og begrænsninger

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- Præsentere innovative udviklingstiltag i en konkret virksomhed
- Udvikle en ny forretningsmodel og udarbejde en forretningsplan, herunder en markedsføringsplan, organisationsplan og finansieringsplan, som er baseret på en faktisk forretningside.

7. Salg og Branding

Uddannelseselementet svarer til 10 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Silkeborg.

Indhold:

Salg og salgsstrategi

- Det personlige salg – præsentationsteknik
- Salgspsykologi herunder behovsafdækning og kunde profiler
- Hvad er B2B og B2C salg
- Salgsstrategimodeller
- Salgets kundepotentiale og konkurrencedygtighed
- Salgskanaler, herunder onlinesalg
- Etik i salget

Salgsplanlægning og opfølgning

- Markedsanalyser
- Brancheorganisationer
- Brancheanalyser
- Elektroniske kanaler – kundeemnestyring og fremskaffelse af kundeemner
- Branchespecifikke IT-værktøjer

Salg og markedsføring

- Markedsforståelse
- Prisfastsættelse, tilbudsgivning og kalkulationer
- Lovgivning

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Forskellige kundegrupper og differentierede salgstilgange
- Brancheorganisationernes opbygning og funktion
- Lovgivningen i forhold til salg og markedsføring
- Branchespecifikke IT-værktøjer og indhentning af brancheanalyser
- Salgsstrategi:
 - Virksomhedens strategiske afsætningsmuligheder i forbindelse med salg samt de strategiske overvejelser for vækst i relation til eksisterende marked og opdukkende markedsmuligheder
 - Samspelet mellem salg og de øvrige aktører i værdikæden
 - Salgets begreber og salgskanaler
 - Salgets planlægning herunder vurdering af kundepotentiale og kundeværdi for virksomheden samt egnede markedsføringsmuligheder med B2B og B2C markedsføring
 - Etisk og uetisk salgsadfærd

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Gennemføre præsentationer med afsæt i kundens behov
- Afdække virksomhedens strategiske salgssituation og formulere salgs- og vækststrategi ud fra analyseresultater herunder valg af den rigtige salgsstrategi og den rigtige salgskanal
- Gennemføre en simpel markedsanalyse
- Planlægge en markedsføringsplan samt vælge handlingsparametre
- Anvende elektroniske kanaler i forbindelse med kundeemnestyring og fremskaffelse af kundeemner
- Gennemføre prisfastsættelse, tilbudsgivning og kalkulationer
- Planlægge og gennemføre salg inden for selvvalgt branche

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- Deltagelse og i koordinering af salgets strategiske, taktiske og operationelle kobling med virksomhedens øvrige organisation
- At deltage i fastlæggelse af salgsstrategi
- At håndtere planlægning og gennemførelse af markedsføringstiltag inden for selvvalgte brancher
- Forståelse af opsøgende salg
- Håndtering af forskellige kundegrupper med en differentieret tilgang

8. Innovation og Iværksætter

Uddannelseselementet svarer til 10 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Silkeborg

Indhold:

- Innovationsbegreber og klassifikationer
- Brugerdreven innovation
- Det innovative miljø og design af innovationsrummet
- Innovationsprocessen
- Innovative og kreativitets skabende metoder
- Kreativitet i erhvervslivet, herunder modstand
- Realisering

Mål for læringsudbytte:

Viden:

Den uddannede har viden om:

- Begrebet innovation
- Organisatoriske og personlige muligheder samt barrierer for innovation
- Vigtige faktorer for at skabe kreative miljøer
- Innovative og kreativitets skabende metoder
- Problemløsning i forbindelse med innovation

Færdigheder:

Den uddannede kan:

- Forklare forskellige innovationsteorier/filosofier og redegøre for forskelle
- Beskrive og analysere forskellige metoder og processer til innovation
- Anvende kreative teknikker til at fremme innovation
- Redegøre for udfordringer i relation til innovationsprocesser
- Reflektere over innovationsprocessen

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- At planlægge afvikle og deltage i innovative processer
- Fagligt at dokumentere, præsentere og argumentere for en innovations proces

9. Internationalt salg

Uddannelseselementet svarer til 10 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Silkeborg

Indhold:

Internationalt salg, markedsføring og markedsanalyse

- Markedsanalyseprocessen
- Markedspotentiale og -prognoser
- Kunders købsadfærd og købskriterier på BtC og BtB markeder
- Segmentering herunder valg af kundemålgrupper, differentiering, branding og positionering
- Internationaliseringsprocessen herunder markedsudvælgelse

Kulturforståelse på internationale markeder

- Definitioner på kultur, kulturelle normer, identitet og adfærd
- Kulturparametre og kulturforskelle
- Forretningskulturer
- International kulturanalyse
- Præsentationsteknik i en kulturel kontekst
- Forhandling på tværs af kulturer

Eksport og internationalisering

- Eksportparathed, -motiver og -barrierer
- Eksportstrategi og go-to markedsstrategier
- Eksportformer
- Eksport gennem agenter og distributører
- Internationale salgs- og leveringsbetingelser samt samhandelskontrakter
- Eksportsalgets planlægning, gennemførelse og opfølgning
- Eksportnetværk, støtteordninger og klynger
- Internationale samhandelsorganisationer

Mål for læringsudbytte:

Viden

Den uddannede har viden om:

- Teorier bag markedsanalyseprocessen herunder analyse af eksportmarkedernes prognoser og potentialer
- Teorier bag købsadfærd og forskellen på BtC og BtB markeder i en kulturel kontekst
- Teorier bag segmentering af kundemålgrupper samt international markedsføring
- Kulturelle begreber herunder forskellige forretningsparametre og -kulturer
- Teorier bag kulturanalyser
- Centrale metoder til forhandling på tværs af kulturer
- Teorier bag eksportformer og udarbejdelse af eksportstrategier
- Centrale eksportjuridiske begreber som salgs- og leveringsbetingelser, transportaftaler, internationale samhandelskontrakter mv.
- Centrale eksportnetværk og støtteordninger

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Gennemføre simple markedsanalyser gennem analyse af et markeds potentiale
- Gennemføre segmenteringsanalyse
- Udarbejde en eksportstrategi på baggrund af markeds- og segmenteringsanalyser og bidrage med forslag til distribution, branding og positionering med hensyntagen til særlige samhandelsbetingelser
- Vurdere kulturparametre og -forskelle i international samhandel
- Forestå præsentationer på engelsk og/eller andet fremmedsprog
- Indgå i tværkulturelle arbejdsgrupper og internationale virksomhedsmæssige sammenhænge

Kompetencer

Den uddannede kan:

- At deltage i koordinering af eksportsalgets strategiske, taktiske og operationelle kobling med virksomhedens øvrige organisation
- Deltagelse af udvikling af en eksportstrategi samt give forslag til distribution, branding og positionering med hensyntagen til særlige samhandelsbetingelser
- Varetagelse af eksportsalg som intern eller ekstern eksportsælger
- Håndtering af kulturelle forskelle i eksportsalget
- At forestå kontakt til og indgå i tværkulturelle arbejdsgrupper i Danmark eller i udlandet

10. Projektledelse

Uddannelseselementet svarer til 5 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers og Silkeborg

Indhold:

- Grundelementer og sammenhæng i forbindelse med initiering/ udvikling og gennemførelse af et projekt
- Projektlederens kommunikation- proces- og ledelsesopgaver
- Projektetableringen og mandat samt evaluering
- Projektværktøjer

Viden

Den uddannede har viden om:

- Projektledelsesområdet og have udviklingsbaseret viden om projektledelse områdets praksis og central anvendt teori og metode.
- Organisationens situation og omgivelser og kendskab hertil. Som deltagende eller som projektleder er det væsentligt at besidde den organisatoriske viden for at kunne agere som, eller have forståelse for, leder af projekter (i et krydspres mellem drift/hierarki og netværk).
- Anvendelse af forskellige metoder og teorier inden for projektledelse og projektstyring og projektdeltagelse

- Forståelse af praksis og central anvendt teori og metode samt kunne forstå områdets anvendelse af teori og metode inden for projektledelse og styring

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Anvende og kombinere et alsidigt sæt færdigheder, der knytter sig til projektledelsesområdets praksis og arbejdsprocesser
- Genkende forskellige projektyper
- Vurdere praksisnære problemstillinger og justere arbejdsgange og arbejdsprocesser i relation til projektformål og delmål
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder inden for projektledelse til projektets interessenter

Kompetencer:

Den uddannede kan:

- At kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser inden for projektstyring og projektledelse
- Forståelse for ledelses- og planlægningsfunktioner i relation til projektledelses praksis