

Valgfag

Gældende fra efteråret 2022

Top Up International handel og markedsføring 2. semester

Forord

I dette hæfte beskrives de valgfag, som IBA udbyder i forbindelse med top Up 2. semester

IBA forbeholder sig retten til kun at udbyde det fag, der har størst tilslutning blandt de studerende.

Fagene præsenteres og vælges på uddannelsens 1. semester

- 5 ECTS bæredygtige Strategi

Formål:

Faget skal ses som en indledning til de efterfølgende 2 fag med det overordnede tema bæredygtighed.

Det er fagets formål og hensigt, at skabe et fundament for at kunne arbejde med bæredygtighed på et organisations og virksomhedsniveau indenfor forskellige fagligheder samt på tværs af fagligheder. Det indebærer en forståelse af de etiske og komplekse problemstillinger som bæredygtighedsbegrebet indeholder.

Indholdsmæssigt vil faget tage udgangspunkt i den seneste udvikling inden for **CSR**, herunder et **etisk** udgangspunkt og derfra udvide perspektivet til at omfatte **bæredygtighed** i en bredere forstand. Emner som den **tredobbelte bundlinje, cirkulær økonomi, Triple-layer-BMC, Scope 1-2-3 samt FN's verdensmål** inddrages. **Strategi, lederskab og kommunikation** vil være gennemgående temaer på faget, som tager sigte på at styrke deltagernes evne til at realisere bæredygtighedens muligheder og håndtere dens komplekse udfordringer. Komplexiteten arbejdes der med i **Cynefin-modellen**

Den studerende skal have viden om:

- Have udviklingsbaseret viden om forskellige typer og opfattelser af bæredygtighed og kunne reflektere over disses relevans i forskellige kontekster (bæredygtighedsviden)
- Have viden om og forståelse for praksis og anvendt teori og metoder til udvikling af bæredygtige forretningsmodeller og deres implementering (bæredygtighed som metode og forretningsmodel)

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne vurdere komplekse, praksisnære og teoretiske problemstillinger indenfor bæredygtighed samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i relation til relevans og bæredygtighed (forstå kompleksitet)
- Kunne formidle komplekse, praksisnære og faglige problemstillinger og deres kompleksitet til interessenter (kunne formidle kompleksitet)

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- Selvstændigt kunne indgå i et fagligt og tværfagligt samarbejde omkring udvikling af bæredygtige processer (arbejde sammen med faglige eksperter)
 - Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til bæredygtighed (vide hvad de ikke ved men måske bør vide)

Eksamensform

Mundtlig prøve på baggrund af skriftlig synopsis

Det er en forudsætning for at deltage i den mundtlige prøve, at den skriftlige synopsis er afleveret inden afholdelse af prøven; inden for fastsat frist.

Karakteren gives på baggrund af en helhedsbedømmelse af den skriftlige synopsis og den individuelle mundtlige præstation.

Synopsis kan laves i gruppe, men den mundtlige prøve er individuel. Omfang af synopsis er Max. 5 sider pr. deltager. Synopsis afleveres på en fastsat dato/tidspunkt.

Den mundtlige prøve er 20 min. pr. studerende, inkl. votering, karaktergivning og feed-back

5 ECTS Bæredygtig Branding

Formål:

Emnet bæredygtighed bygger videre på det indledende 5 ECTS grundforløb. Det er et vigtigt formål i faget at de to kerneområder Bæredygtighed og Branding ikke ses som to separate elementer, men som en helhed der interagerer med hinanden.

Eksempler på centrale områder i faget er:

- Neuro marketing – nye tendenser og viden hvor markedsføringen påvirker målgruppens sanseområder
- Logo og visuel identitet - vigtigheden af at mærkets visuelle identitet er sammenhængende og baseret på mærkets dna og position
- Bæredygtig positionering – skabe nye positioner i målgruppens bevidsthed ved at differentiere sig på områder inden bæredygtighed
- Brand DNA – definere og operationalisere kernen i mærket og skabe en sammenhængende identitet
- Klima kompensation – nye metoder for at positionere CO2 neutralitet og bæredygtighed
- Forbruger adfærd og præferencer – forstå og udnytte hvordan forbrugerne forholder sig til bæredygtige attributter i deres købsadfærd
- Bæredygtige platforme – nye salgs og kommunikationsmetoder for at interagere med målgruppen.

Den studerende skal have viden om:

- Udvikle viden om teorier og modeller inden for Branding, og branding relateret teori
- Udvikle en grundlæggende forståelse af bæredygtighed og hvordan emnet påvirker markedsføring og branding af produkter og tjenester.
- Viden om metoder til udvikling og opbygning af brands.

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne formidle faglig viden både skriftligt og mundtligt
- Kunne anvende den opnåede viden om branding og bæredygtighed som input til udvikling af nye handlingsplaner, koncepter, services eller produkter i relation til emnerne i dette fag.
- Anvend modeller og teorier i en praktisk sammenhæng.

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Selvstændigt og i samarbejde med andre studerende kunne planlægge, gennemføre følge op på branding kampagner.
- Kunne identificere og forholde sig til egne lærings- og udviklingsbehov inden for et fagligt område.
- Være i stand til at reflektere over branding, bæredygtighed og brandrelaterede spørgsmål.

Eksamensform

Skriftlig opgave:

Antal tegn er 25 000 til 35 000.

Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen. En standard side er 2.400 anslag. Indhold skal baseres på fagets elementer og opgaven skal bygge på en sammenhængende og intuitiv struktur. Det er et krav at opgaven bygger på både primære og sekundære data kilder. Den skriftlige eksamen vægter 50% af den samlede bedømmelse.

Mundtlig eksamen:

45 minutter gruppe eksamen som indledes med maksimum 15 minutters præsentation. Spørgsmål baseres på den skriftlige opgave samt relevante faglige emner fra undervisningen. Den mundtlige eksamen vægter 50% af den samlede bedømmelse.

5 ECTS Bæredygtig Projektledelse

Formål:

Projektledelse med særlig fokus på at få systematisk inddragelse og overvejelser vedr. bæredygtighed i udviklingsprojekter.

Den studerende skal have viden om:

- Sådan defineres et projekt og hvilke parametre projektlederen kan justere
- Projektstyring i et virksomheds strategisk perspektiv
- Sådan defineres et projekts arbejdsstrømme, interessenter, leverancer, milepæle og aktiviteter
- Sådan planlægges et projektføreløb ved hjælp af værktøjer såsom et Gantt-diagram
- Hvordan man definerer et projekts interessenter, og hvordan man håndterer deres indflydelse ved kommunikation
- De forskellige roller i en projektorganisation, herunder projektteamets og styringsgruppens roller

Den studerende skal have færdigheder i at:

At planlægge et projekt ved at definere arbejdsstrømme, leverancer, milepæle og aktiviteter i en arbejdsopdelingsplan

- At analysere interessenterne i et projekt og lave en kommunikationsplan
- At planlægge de relevante møder gennem hele projektets gennemførelse
- At lave en business case for et projekt

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

Planlægge et projekt i en professionel sammenhæng ved hjælp af relevante værktøjer og metoder

- Implementere et projekt og justere planen løbende

Eksamensform

Mundtlig gruppeeksamen baseret på gruppe synopsis

15 ECTS SDU adgangspakke (regnskab, finansiering, udvidet databehandling og statistik)

Formål:

Faget er en del af den samlede 25 erts adgangspakke til cand.merc. studiet på SDU, De første 10 erts var mulige valgfag på mrkedsføringsøkonom.

Det faglige indhold er opdelt i henholdsvis:

Eksternt og internt regnskab (5 ECTS)

- Dobbelt bogføring
- Afstemning af kontoudtog, der leder til opstilling af resultat- balance- samt pengestrømsopgørelsen
- Anvendelse af det eksterne regnskab: o til prisfastsættelse o lageropgørelse o budgetter med budgetopfølgning o beslutningstagning i forhold til omsætning samt omkostninger

Finansiering (5 ECTS)

- Anvendelse og anvendelse af kvantitative lineære optimeringsmodeller for problemløsning
- Udvikle modeller for støtte i forbindelse med beslutningstagning
- Forbrugerteori
- Prissætning på faktormarkedet
- Forbindelser fra personlig efterspørgsel til samlet efterspørgsel
- Værdiansættelse
- Risikomåling
- Porteføljeteori
- Ekspansion via investeringer, aktieudvidelse og/eller fusioner
- Optioner og futures

Avanceret databehandling via udvidet statistik (5 ECTS)

- Markedsføringsbeslutninger: Valg af markeder, markedssegmentering, produktpositionering, produkt-/tilbudsdesign.
- Analyseværktøjer: Stikprøvestørrelsesanalyse, ikke-parametriske hypotesetest, diskriminantanalyse og logit/logistisk analyse, regressionsanalyse, faktoranalyse, klyngeanalyse, conjoint-analyse og data mining-tilgange.

Den studerende skal have viden om:

- De grundlæggende regnskabsbegreber og definitioner af den grundlæggende registrering og beregning
- Intern "forbrugerkontrakt" for virksomhedens finansielle og økonomiske oplysninger
- Samspil mellem budget og virksomhedens strategi
- Oprettelse af et samlet system til finansielle konti, budgetter og forretningsøkonomisk planlægning

- en grundlæggende forståelse, definition og design, herunder grundlæggende modellering
 - Grundlæggende emner, definitioner og modeller (herunder antagelser) i forbrugerteori; personlig og samlet efterspørgsel og prissættelsen på faktormarkedet
 - De grundlæggende begreber, definitioner og modeller (herunder modelantagelserne)
- Nøgleelementer i kvantitative metoder
 - udvælgelse af passende prøver
 - et udvalgt sæt multivariate statistiske værktøjer og data mining-tilgange, der vil hjælpe med at træffe vigtige markedsføringsbeslutninger:
 - o markedssegmentering
 - o produktpositionering
 - o tilbudsdesign,

Den studerende skal have færdigheder i at:

argumentere for og bruge konti, posteringer og saldi

- at administrere varebeholdninger, afskrivninger, afskrivninger, periodiseringer, hensættelser og lønninger
 - håndtere garantier, valutajusteringer, uerholdelige fordringer og andre særlige poster
 - analysere resultatopgørelsen og balancen for salg, service, produktion og nonprofit-virksomheder i lyset af generelle regler og principper i love og reguleringsbetingelser
 - at vurdere betydningen af konsolideringer i årsregnskabet og pengestrømsopgørelsen
 - at analysere omkostningstyperne med standardomkostninger og aktivitetsbaseret tilgang (ABC)
 - Forberede den økonomiske, omkostnings- og variansanalyse til beslutningsstøtteforslag
 - beskrive og argumentere for forskellige typer modeller til omkostningsoptimering
 - beskrive og argumentere for forskellige problemstillinger omkring suboptimering i en decentral enhed med MACS-modellen (management, accounting, control og system)
 - bidrage til opbygningen af budgetteringsmodellen
 - Beregn og udnyt udvalgte kapitalnøgletal og koncepter
- beskrive og argumentere for forskellige typer modeller i en problemløsende sammenhæng
 - formulere, skrive, løse, læse og fortolke til beslutningstagning nogle typiske lineære og heltal programmeringsproblemer og optimeringsproblemer
 - ved brug af modeller til at analysere og evaluere nye problemstillinger samt udfordringer i:
 - o Forbrugerteori
 - o Personlig og samlet efterspørgsel
 - o Prissætning på faktormarkedet
 - Værdiansættelse af virksomheder med passende brug af kapitalstrukturen og fremtidig vækst – det gælder både konstant vækst og midlertidig høj vækst
 - Beregning af krævede afkast til selskabets aktionærer ved hjælp af deres modelapparat.
 - Beregning af risikoeksponeringen for en porteføljeinvestor, når han investerer i en given virksomhed, og hvordan denne risiko påvirker virksomhedens kapitalomkostninger (WACC)
 - CAPM bruges i beregningerne
 - Analyse af effekten af omkostninger ved nye lagerudstedelser og effekten på værdiansættelsen af fusioner
 - Anvendelse af optionsteori i bestemmelsen af virksomhedens kapitalbudgetplanlægning og

Anvendelse af statistisk software til kvantitativ analyse

- udføre kvantitativ analyse til markedsundersøgelser
- vælge den korrekte analysemetode til det valgte forskningsproblemargumentere for og bruge

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Aktivering af uddybning af erhvervsstudier vil lette yderligere studievalg, herunder mod emner med erhvervsøkonomisk indhold
- kvalificere den studerende til deltagelse i det daglige arbejde med at udarbejde den finansielle database, som de studerende kan møde i en fremtidig karriere
- kvalificere den studerende til at deltage i at træffe beslutninger baseret på anvendelse af økonomiske data
- lette afklaring af erhvervslivet og også åbne muligheder for yderligere studier i erhvervslivet
- lette løsningen af den type forretningsplanlægningsproblemer, som den studerende vil møde
- lette afklaring af erhvervslivet og åbne muligheder for yderligere studier i erhvervslivet
- lette løsningen af den type forretningsplanlægningsproblemer, som den studerende vil møde i deres erhvervskarriere
- At muliggøre uddybning af erhvervsstudier vil lette yderligere studievalg, herunder emner med nationalt økonomisk indhold
- Om at forstå og have evnen til at analysere de mikro-økonomiske problemstillinger, som de studerende vil kunne bruge i en fremtidig karriere
- finansieringsområder, der letter en dybere forståelse af studiet af mikro-økonomisk teori og åben mulighed for mere avancerede studier, herunder emner med virksomhedsøkonomisk indhold
- Løsning af problemer inden for økonomi, som de studerende kan møde i deres kommende karriere
- Evaluering af en kunderentabilitetsportefølje og det forventede fremtidige
- Formulere og analysere problemer ved hjælp af kvantitative teknikker såsom faktoranalyse, diskriminantanalyse / logistisk regression, conjoint analyse og klyngeanalyse
- kvantitative tilgange til strategisk marketingplanlægning, produktstyring, promovring og reklame og markedsundersøgelser i virksomheder, der markedsfører forbruger- eller

Eksamensform.

De tre emner afsluttes med en tredelt skriftlig eksamen, der leveres via Wiseflow ved brug af bøger samt noter, hvor:

Internt og eksternt regnskab afsluttes med en 2½ times eksamen

Finansiering og mikroøkonomi afsluttes med en 2 timers eksamen

Udvidet databehandling samt statistik afsluttes med en 3 timers eksamen

- 5 ECTS

Formål:

Den studerende skal have viden om:

Den studerende skal have færdigheder i at:

Den studerende skal opnå kompetencer i at: