

Studieordning for  
Professionsbachelor-  
uddannelsen i International  
Handel og Markedsføring  
**NATIONAL DEL**

**2023**

Professionsbacheloruddannelsen i International Handel og  
Markedsføring (Bachelor's Degree Programme in International  
Sales and Marketing).

Godkendt af Niels Egelund

August 2023

*Niels E - d*

## Indhold

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	3
2. Uddannelsen indeholder tre nationale fagelementer .....	4
2.1. Salg og markedsføring.....	4
2.2. Forretningsudvikling og værdiskabelse .....	5
2.3. Internationale relationer .....	6
3. Praktik .....	7
4. Krav til bachelorprojektet. ....	8
5. Regler om merit .....	9
6. Ikrafttrædelse og overgangsordning.....	9
6.1 Overgangsordning .....	9

Denne nationale del af studieordningen for International handel og markedsføring er udstedt i henhold til § 22, stk. 1 i bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Denne studieordning suppleres af institutionsdelen af studieordningen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Den er udarbejdet af uddannelsesnetværket for International handel og markedsføring og godkendt af alle de udbydende institutioner.

## 1. Uddannelsens mål for læringsudbytte

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den uddannede til at kunne håndtere en bred vifte af salgs- og markedsføringsopgaver i virksomheden med henblik på forretningsudvikling og værdiskabelse i et nationalt og internationalt perspektiv.

### Viden

Den uddannede har:

- udviklingsbaseret viden om professionens praksis og anvendt teori og metode i forhold til salg og markedsføring i et nationalt og internationalt perspektiv
- viden om og forståelse for relevante modeller til vurdering af vækst og udviklingsmuligheder og disses anvendelse i praksis
- viden om forskellige tilgange og metoder til at generere og anvende viden og indsigt og skal kunne reflektere over anvendeligheden heraf.

### Færdigheder

Den uddannede kan:

- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt implementere værdiskabende forretningsudvikling
- anvende og mestre brugen af trends, værktøjer og metoder, herunder digitale teknologier i forhold til konkrete løsningsmodeller
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger, processer og løsninger til samarbejdspartnere, kunder og øvrige interessenter, både nationalt og internationalt.

### Kompetencer

Den uddannede kan:

- indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og herunder styre og gennemføre salgs- og marketingaktiviteter og som led heri påtage sig ansvar inden for rammerne af professionel etik med nysgerrighed, kreativitet, samarbejde, handlekraft og kritisk tænkning
- håndtere komplekse opgaver og udviklingsorienterede situationer i forbindelse med internationalt salg og markedsføring
- agere professionelt i komplekse og udviklingsorienterede situationer samt opbygge og udnytte personlige og organisatoriske netværk både nationalt og internationalt

- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og relevante faglige og personlige kompetencer i forhold til professionen.

## **2. Uddannelsen indeholder tre nationale fagelementer**

### **2.1. Salg og markedsføring**

#### **Indhold**

Fagelementet beskæftiger sig med udvikling af virksomhedens salg- og markedsføringsindsats, primært på det strategiske og taktiske niveau. Der bygges ovenpå grundlæggende kendskab til salg og markedsføring. Herfra udvikles en tværgående og problemorienteret tankegang med fokus på, hvordan virksomhedens udvikling og vækst kan styrkes gennem analyse samt innovativ markedsføring og salg med afsæt i kundeforståelse.

Der er fokus på hele markedsføringsprocessen, som omfatter relevant indsamling, analyse og præsentation af data, produkt- og konceptudvikling, hensyntagen til interne og eksterne forhold, samt eksekvering og involvering af eksterne samarbejdspartnere, kunder og øvrige interessenter

Det sker i forhold til anvendelse af trends og digitale teknologier, som kan fremme virksomhedens udvikling og vækst.

#### **Læringsmål for Salg og markedsføring:**

##### **Viden**

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om salg og markedsføring og skal kunne reflektere over relevansen heraf
- viden om og forståelse for praksis og anvendt teori og metoder til strategisk og taktisk salg og markedsføring
- viden om forskellige tilgange og metoder til at generere og anvende viden og indsigt, herunder indsamling, behandling, analyse og kvalitetssikring af data og skal kunne reflektere over anvendeligheden heraf.

##### **Færdigheder**

Den studerende kan:

- anvende fagområdet metoder og redskaber samt mestre de færdigheder, der knytter sig til arbejdet med salg og markedsføring, herunder anvendelse af digitale teknologier og relevante trends
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for salg og markedsføring samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til udvikling og vækst

- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger indenfor salg og markedsføring til samarbejdspartnere, kunder og øvrige interessenter.

## **Kompetencer**

Den studerende kan:

- håndtere hele salgs- og markedsføringsprocessen, herunder udvikling, ledelse samt indsamling af data, produkt- og konceptudvikling samt implementering og evaluering
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for salg og markedsføring og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne faglige og personlige læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til salg og markedsføring.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet Salg og markedsføring har et omfang på 20 ECTS-point

## **2.2. Forretningsudvikling og værdiskabelse**

### **Indhold**

Fagelementet beskæftiger sig med forretningsforståelse i et innovativt og udviklingsorienteret perspektiv. Elementet spænder fra analyse og udvikling af overordnede forretningsmodeller til konkrete handlinger inden for virksomhedens funktioner.

Der er fokus på, hvordan relevante trends og digitale teknologier kan bidrage til forretningsudvikling og værdiskabelse.

Der er endvidere fokus på udvikling af faglige og personlige kompetencer til implementering af aktiviteter og handlingsalternativer. Det omfatter databaseret udarbejdelse og kvalificering af business cases og ledelse af projekter og innovationsprocesser.

## **Læringsmål for Forretningsudvikling og værdiskabelse**

### **Viden**

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om fagområdets praksis og anvendt teori og metode, herunder forskellige forretningsmodeller, tilgange til forretningsudvikling og værdiskabelse og skal kunne reflektere over disses relevans og anvendelighed
- viden om og skal kunne reflektere over forskellige funktioners rolle og betydning for forretningsudvikling og vækst
- viden om konkrete værktøjer og metoder, herunder digitale teknologier og relevante trends inden for funktionerne, samt skal kunne reflektere over disse.

## **Færdigheder**

Den studerende kan:

- anvende og mestre konkrete værktøjer og metoder, herunder digitale teknologier og relevante trends
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for forretningsudvikling og værdiskabelse samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for forretningsudvikling og værdiskabelse til samarbejdspartnere og øvrige interessenter.

## **Kompetencer**

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i forbindelse med forretningsudvikling og værdiskabelse
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne faglige og personlige læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til forretningsudvikling og værdiskabelse.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet Forretningsudvikling og værdiskabelse har et omfang på 15 ECTS-point.

### **2.3. Internationale relationer**

#### **Indhold**

Fagelementet beskæftiger sig med virksomhedens internationale relationer, så det sikres, at international udvikling og vækst bliver en del af virksomhedens værdiskabelse.

Der er fokus på virksomhedens internationale relationer i forhold til medarbejdere, teams, kunder, leverandører og samarbejdspartnere.

Der er ligeledes fokus på analyse og valg af internationale aktiviteter og samarbejdsformer, samt faglige og personlige kompetencer til at opsøge, udvikle og fastholde internationale relationer.

#### **Læringsmål for Internationale relationer**

##### **Viden**

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om professionens praksis og anvendt teori og metoder inden for internationale relationer, både i forhold til eksterne aktiviteter og samarbejdsformer samt i forhold til virksomhedens interne fokus og mindset
- forståelse for praksis, anvendt teori og metode i forhold til virksomhedens internationale relationer, herunder medarbejdere, teams, kunder, leverandører og øvrige interessenter og kan reflektere over disses anvendelighed i professionen.

## **Færdigheder**

Den studerende kan:

- anvende og mestre fagområdets metoder og redskaber til at skabe vækst gennem internationale relationer, både i forhold til eksterne aktiviteter og samarbejdsformer samt i forhold til virksomhedens interne fokus og mindset
- vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i forskellige internationale relationer samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller ift. medarbejdere, teams, kunder, leverandører og øvrige interessenter
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger inden for international vækst til medarbejdere, teams, kunder, leverandører og øvrige interessenter.

## **Kompetencer**

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede internationale opgaver og relationer herunder at kunne opsøge, udvikle og fastholde internationale relationer
- selvstændigt indgå i internationalt fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik
- identificere egne faglige og personlige læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til international vækst og relationer.

## **ECTS-omfang**

Fagelementet Internationale relationer har et omfang på 10 ECTS-point.

## **3. Praktik**

### **Læringsmål for praktikken på uddannelsen**

#### **Viden**

Den studerende har:

- viden om professionens teori og metode samt om praksis

- forståelse for begreber og metoder samt kan reflektere over anvendelsen
- erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver.

## **Færdigheder**

Den studerende kan:

- anvende og mestre den indlærte viden til udøvelse indenfor professionen
- vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde og vælge løsningsforslag
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger løsning af opgaver på praktikpladsen til samarbejdspartnere og brugere.

## **Kompetencer**

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i relation til praktikvirksomhedens nuværende arbejde med udvikling af professionen
- identificere egne faglige og personlige læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik

## **ECTS-omfang**

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

## **Antal prøver**

Praktikken afsluttes med 1 prøve.

## **4. Krav til bachelorprojektet.**

Bachelorprojektet dokumenterer sammen med uddannelsens øvrige prøver og praktikprøven, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

Bachelorprojektet skal endvidere dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling. Problemstillingen skal tage udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed eller organisation. Institutionen skal godkende problemstillingen.

## **Prøven i bachelorprojektet**



Bachelorprojektet afslutter uddannelsen, når alle forudgående prøver er bestået.

### **ECTS-omfang**

Bachelorprojektet har et omfang på 15 ECTS-point.

### **Prøveform**

Prøven består af et projekt og en mundtlig del. Prøven er med ekstern censur, og der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for projektet og den mundtlige del.

## **5. Regler om merit**

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer.

Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse efter ovenstående anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse.

## **6. Ikrafttrædelse og overgangsordning**

Denne nationale del af studieordningen træder i kraft den 20.08.2023.

Studieordningen gælder for de studerende, der påbegynder uddannelsen efter ikrafttrædelsesdatoen.

### **6.1 Overgangsordning**

For allerede indskrevne studerende gælder følgende overgangsordning:

Studerende, som er påbegyndt uddannelsen før ikrafttrædelsesdatoen, følger den nationale del af studieordningen af 20.08.2022 indtil 01.08.2024, hvorefter de overgår til denne studieordning.