

Studie- ordning

(Valgfagskatalog)

**International handel
og markedsføring**

Forår 2025



Rasmus Frimodt, rektor

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	2
2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag	2
2.1. Hjemmeside & Salg Online. Og Personligt Salg.....	2
2.2. Strategic Video and Podcast Marketing	3
2.3. Effektiv Ledelse af Forandringsprocesser	4
3. Prøver i valgfag	5
3.1. Prøve i Hjemmeside & Salg Online. Og Personligt Salg	5
3.2. Prøve i Strategic Video and Podcast Marketing	5
3.3. Effektiv Ledelse af Forandringsprocesser	6
4. Ikrafttrædelse	7

1. Indledning

Denne del af studieordningen skal læses i sammenhæng med den nationale del af studieordningen (samt tilhørende uddannelsesbilag) og den lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere af uddannelsen, mens den lokale del af studieordningen samt dette valgfagskatalog er fastsat af Zealand - Sjællands Erhvervsakademi.

2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag

Valgfagene skal udgøre i alt 10 ECTS af uddannelsens samlede antal ECTS. Der kan vælges mellem 3 valgfag, som er beskrevet yderligere i det følgende.

Du skal altså vælge ét valgfag, således at du opnår 10 ECTS i valgfag.

2.1. Hjemmeside & Salg Online. Og Personligt Salg

Ansvarlig: Helle Thomsen (heth@zealand.dk)

- Du modtager gratis guidelines til køb af domænenavn og leje af webhotel
- Pris ved køb af eget domænenavn (www.ditnavn.dk): 60 kr.pr. år.
- Pris ved leje af webhotel/host: 125 kr. pr. år.

Indhold:

Formålet med dette valgfag er:

- 1) Hjemmeside: At den studerende lærer at opsætte sin egen hjemmeside i WordPress (Content Management System), en færdighed som virksomhederne i høj grad efterspørger. Det content til den hjemmeside, som den studerende laver her på erhvervsakademiet, vil kunne fungere som afsæt for en kommende praktikplads eller job som dimittend.
- 2) Personligt salg: Hvordan du kan forberede dig på personligt salg - før, under og efter - et salg eller jobinterview. Herunder hvordan Social Selling kan understøtte din personlige branding online.
- 3) SoMe: Hvis man vil drive en succesfuld B2B-virksomhed, så skal man være til stede på populære platforme som LinkedIn og Meta (Facebook & Instagram).

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- Viden om køb af domænenavn, leje af Webhotel/host og valg af Template i WordPress.
- Viden om valg af relevante plugins, hvordan man skaber et logo samt Website sikkerhed.
- Forståelse for anvendelse af salgsstrategi i praksis, og for hvordan en Key Account Manager planlægger sin arbejdsdag i løbet af året.
- Forståelse for hvordan man skaber værdi i salg af virksomhedens produkter til en business to business kunde.
- Viden om B2B-markedsføring på sociale medier for at øge kendskabet til virksomhedens produkter, generere kvalificerede leads og tiltrække nye kunder i forretningen.
- Forståelse for hvor i den oftest meget længere B2B købsbeslutningsproces, at Meta PAID har mest værdi.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Opsætte hjemmeside, og arbejde med content og design.
- Udvælge relevante fotos og krav til dette til en website.
- Benytte salgopsykologi, sales pitch og forhandlingsteknik.

- Kommunikere i værdiskabelse ved salg af produkter eller når man søger job.
- Aktivt via LinkedIn skabe engagement via organisk indhold og dermed netværke professionelt.
- Aktivt via Meta PAID-indhold være med til at øge kendskab til virksomheden og være med til at generere leads.
- Anvende praktiske værktøjer til håndtering af offline og online kommunikation.
- Benytte Social Selling på LinkedIn til at skabe opmærksomhed og skabe sig et personligt brand.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Gøre sit website interessant for læseren.
- Sælge og forhandle i praksis, både lokalt og globalt.

ECTS-omfang:
10 ECTS

2.2. Strategic Video and Podcast Marketing

Ansvarlig: Thomas Bech Rasmussen (thra@zealand.dk) og Philip Mumgaard (phmu@zealand.dk)

NB: Valgfaget bliver udbudt i samarbejde med uddannelserne Event Management og Økonomi og Leisure Management og vil også blive tilbudt til exchange-studerende. Af samme årsag vil undervisningen primært foregå på engelsk, ligesom resten af denne valgfagsbeskrivelse vil være på engelsk. Eksamen og dialogerne imellem underviser og studerende kan foregå på dansk.

Content:

Imagine transforming your boldest ideas into captivating stories that resonate across screens and speakers. The Strategic video and podcast marketing course is your gateway to mastering the art of crafting compelling narratives that captivate audiences, whether they are watching, listening, or interacting.

The ability to create compelling video and podcast content is a crucial skill for any business professional. Whether you are aiming to build your personal brand, enhance corporate communication, or develop innovative marketing and experiential strategies, mastering these mediums can set you apart in a competitive job market. This elective is designed to equip you with the tools and techniques to excel in this dynamic field.

This course dives into multiple marketing disciplines, such as inbound, outbound, storytelling, video, podcast, and experiential campaigns that transcend traditional formats. You will explore how to craft memorable, interactive encounters with audiences across various digital and physical touchpoints.

Through the elective, you will learn how to plan and produce content, blending the theory of transmedia and cross-platform storytelling with practical skills in video production and podcast creation. Too many companies are posting content without a plan or purpose – with this course, you will help marry creativity with strategy.

Learning objectives:

Knowledge

The student will have:

- Knowledge of how to apply storytelling to capture an audience's attention in a noisy marketplace.
- Insights into the role of video content, podcasts, and digital media in creating experiences.
- Knowledge of trends in consumer behavior related to media and experience consumption, particularly across digital platforms.

Skills

The student will be able to:

- To design and implement content campaign on a strategic and operational level.
- Produce brand activation strategies, including social media, video production and podcast creation, in connection with storytelling and experiential promotion.
- Apply key marketing theories and models in the context of brand activation strategies.

Competencies

The student will be able to:

- Analyze competitive landscapes and consumer preferences to inform strategic brand activation decisions.
- Integrate video and podcast content into coherent strategies.
- Critically evaluating the platform and media potential of brand activation solutions.

Scope of ECTS:
10 ECTS

2.3. Effektiv Ledelse af Forandringsprocesser

Ansvarlig: Thøger Carstensen (thca@zealand.dk)

Indhold:

Overvejer du, hvordan du kan gøre en forskel i din fremtidige karriere inden for international handel og markedsføring? Dette kursus giver dig de redskaber, du skal bruge for at navigere i en konstant foranderlig erhvervsverden.

I "Effektiv Ledelse af Forandringsprocesser" lærer du trin for trin, hvordan du udvikler og implementerer forandringsinitiativer. Du får indsigt i, hvordan man mindsker modstand mod forandring i organisationer, hvilket er essentielt for at sikre en smidig overgang til nye måder at arbejde på.

Vi starter med et overblik over organisationsteoriens udvikling og undersøger, hvordan vi kan anvende denne viden i en dynamisk verden. Du vil få dybdegående kendskab til:

- **Organisationsformer og arbejdsdeling**
- **Organisationskultur og menneskesyn**
- **Ledelsesformer og motivation**

Desuden vil du lære om nyttige værktøjer til at tackle udfordringer som nye kundegrupper, internationale forhold og innovation. Vi dykker ned i anerkendte modeller som John P. Kotters forandringsmodel, Kurt Lewins model, Galbraith's STAR-model og mange flere. Disse "klassikere" inden for forandringsledelse vil være dine guider, når du skal skabe værdi i din organisation.

Gennem praktiske diskussioner og gruppeøvelser vil vi tackle reelle dilemmaer fra arbejdspladsen og finde løsninger sammen. Dette kursus er ikke kun teori; det er din chance for at anvende det, du lærer, i en praksisnær kontekst. Når du afslutter dette kursus, vil du være klar til at bidrage med innovative ideer, motivation og effektiv ledelse af forandringsprocesser. Det er en investering i både din karriere og i de virksomheder, du kommer til at arbejde for.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- Viden om forandringsledelse og organisationsteori. Herunder hvordan disse 2 fagområder spiller sammen og kan medvirke til at skabe en konkurrencedygtig arbejdsplads med godt arbejdsmiljø.
- Viden om og forståelse for fagområdets anvendelse i forskellige typer af virksomheder, store, små, offentlige, private.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Bruge elementer fra organisationsteoriens verden -og fra forandringsledelse, til at løse praksisnære opgaver.
- Gennem forståelse for indholdet i forandringsledelse sikre et samarbejde med interne og eksterne stakeholders om at skabe succes for virksomheden.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Identificere og reflektere over egne behov for fortsat læring indenfor forandringsledelse og organisation med henblik på at optimere anvendelsen af disse fagområder i praksis.
- Indgå i samt bidrage professionelt med analyse af nuværende situation + samarbejde + ledelse af forandringsprojekter i praksis.

ECTS-omfang:
10 ECTS

3. Prøver i valgfag

Formålet med prøver i uddannelsens fagelementer er at dokumentere, i hvilken grad den studerende opfylder de faglige mål, der er fastsat af uddannelsen og dens elementer. Alle prøver skal bestås med mindst karakteren 02. Den studerende har ret til 3 forsøg pr. prøve. Beståede prøver kan ikke tages om. Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde Erhvervsakademiets regler for afholdelse af prøver, se også link til gældende regler: <https://www.zealand.dk/docs/Eksamensregler.pdf>. Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende prøver.

3.1. Prøve i Hjemmeside & Salg Online. Og Personligt Salg

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Der vil være en række mindre portefølje opgaver (individuelle og gruppeopgaver), som skal udføres i løbet af semestret, som er obligatoriske at udføre og aflevere for at blive indstillet til eksamen. Afleveringerne sker på Moodle og skal være afsluttet senest en uge før den mundtlige eksamen.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Mundtlig prøve. Der er i alt afsat 30 min. pr. person til den individuelle mundtlige prøve. Prøven starter med 10 minutter power point præsentation fra den studerende, herefter 15 minutters dialog, og til sidst 5 minutters votering af karakter.

Valgfaget indeholder 2 hovedemner: A) Hjemmeside & Salg online B) Personligt Salg - indenfor hvilke den studerende har skullet besvare flere mindre opgaver i løbet af semestret. Op til eksamen har den studerende forberedt en særskilt præsentation til hver eneste af disse mindre opgaver. Til eksamen trækker den studerende lod om, hvilke to opgaver inden for hhv. Hjemmeside & Salg online og Personaligt Salg, der indledningsvis skal præsenteres for eksaminator og censor

Formkrav:

Ingen

Bedømmelseskriterier:

Intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Der tages udgangspunkt i de skriftlige portfolio opgaver, som er afleveret som forudsætning for at gå til eksamen. Karakteren gives udelukkende på baggrund af den mundtlige eksamination.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

Om- og sygeprøve:

Foregår på samme vis som ordinær prøve. Det vil sige, at hvis omprøven skyldes manglende forudsætning, skal disse opnås inden prøvens start.

3.2. Prøve i Strategic Video and Podcast Marketing

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Som en gruppe afleverer de studerende i ugen inden eksamen en synopsis på maksimalt tre sider plus bilag, som relaterer sig til en selvvalgt virksomhed.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

En mundtlig gruppeeksamen baseret på en video- og/eller podcastproduktion udviklet omkring en selvvalgt case. Gruppen medbringer en video- og/eller podcastproduktion på maksimalt to minutter til eksamen, der afspejler de faglige forslag i den afleverede synopsis. En gruppe skal bestå af fire til fem studerende. Mindre grupper eller individuelle eksaminationer er kun tilladt med særlig tilladelse fra studielederen.

Den tildelte tid til den mundtlige eksamination (inklusive bedømmelse) er som følger:

Antal studerende	Eksamination (inkl. bedømmelse)
4 studerende	75 minutter
5 studerende	90 minutter

Den mundtlige eksamen vil indeholde følgende elementer:

1. En obligatorisk 4-minutters præsentation pr. studerende, med fokus på fagets læringsmål og præsentation af video- og/eller podcastproduktionen.
2. En diskussion med eksaminatorerne, baseret på de studerendes præsentationer og fagets læringsmål.
3. Bedømmelse af hver studerendes præstation, baseret på fagets læringsmål (vurderet individuelt).
4. Gruppefeedback.

De studerende kan vælge at tage eksamen på enten dansk eller engelsk. Alle gruppemedlemmer skal tage eksamen på samme sprog.

Formkrav:

Ingen.

Bedømmelseskriterier:

Intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen (du får 1 karakter). Den endelige karakter gives på baggrund af evalueringen af den mundtlige præsentation med henvisning til fagets læringsmål. Karakterer gives individuelt. Karakteren baseres på den mundtlige præstation under eksamen og inkluderer også en vurdering af den studerendes video- og/eller podcastproduktion. Synopsis fungerer som adgangsbillet til eksamen, men tæller ikke med i vurderingen.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

Om- og sygeprøve:

Omrøve afholdes som en individuel prøve. Den studerende har mulighed for at revidere det digitale produkt. Omrøven varer 30 minutter inkl. bedømmelse.

3.3. Effektiv Ledelse af Forandringsprocesser

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Ingen.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Der er tale om en individuel mundtlig eksamen på 30 min.

De studerende skal i en gruppe på 3-4 studerende, aflevere 8 sider med essens, om hvordan fagets teorier og modeller kan bruges i praksis i en virksomhed valgt af gruppen. Det skriftlige arbejde er afleveret inden prøven.

Prøven starter med 5 minutters præsentation fra den studerende (evt. med power point) i et selvvalgt emne fra den 8 sideres obligatoriske gruppeopgave. Herefter 18 minutters dialog, og til sidst 7 minutters votering af karakter samt feedback til den studerende.

Formkrav:

Ingen

Bedømmelseskriterier:

Intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Der tages udgangspunkt i den skriftlige 8 sideres gruppebesvarelse med essens fra faget. Denne er afleveret som forudsætning for at gå til eksamen. Karakteren gives både for det skriftlige arbejde og den mundtlige eksamination bedømt som en helhedsvurdering.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

Om- og sygeprøve:

Foregår på samme vis som ordinær prøve. Den enkelte studerende har mulighed for at revidere det skriftlige produkt, men det er ikke et krav.

For regler i forbindelse med prøver, bl.a. syge- og omprøver, eksamenssnyd og plagiering, klager og anker samt andre regler for uddannelsen, henvises til den lokale del af studieordningen.

4. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget er gældende for studerende, der skal vælge valgfag for foråret 2025.