

# Linjebeskrivelse for International Business - Odense

Bilag til studieordningen for  
bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi, HA

Bilag til studieordning for bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi, HA

---

Denne linjebeskrivelse er udarbejdet som et bilag, tilknyttet studieordningen for bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi (HA).

Linjen udbydes i Kolding og Odense. Punkt 1-3 i linjebeskrivelsen er fælles, mens punkt 4 og 5 beskriver den lokale udmøntning.

Linjebeskrivelsen er gældende for studerende optaget fra den 1. sep. 2014.

*Det anbefales også at læse såvel studieordning som tilhørende bekendtgørelser i deres fulde ordlyd.*

---

Linjebeskrivelsen er godkendt den 27. juni 2014 af Studienævn for Erhvervsøkonomi i Odense og den 5. august 2014 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet.

Linjebeskrivelsens pkt. 4.1, 4.2. og punkt 5 er opdateret den 30. september 2014 af Studienævn for Erhvervsøkonomi og godkendt den 21. oktober 2014 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet.

Linjebeskrivelsens pkt. 4.1, 4.2. og punkt 5 er opdateret den 25. november 2014 af Studienævn for Erhvervsøkonomi og godkendt den 13.1.2015 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet.

Linjebeskrivelsens pkt. 4.1 er opdateret den 1. juli 2015 af Studienævn for Erhvervsøkonomi og godkendt den 28. juli 2015 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet.

## Indhold

|   |          |
|---|----------|
| <b>1. LINJENS BETEGNELSE PÅ DANSK OG ENGELSK.....</b>             | <b>4</b> |
| <b>2. BESKRIVELSE AF LINJENS FOKUS.....</b>                       | <b>4</b> |
| 2.1. LINJENS FOKUSOMRÅDE.....                                     | 4        |
| 2.2. LINJENS CENTRALE KOMPETENCEOMRÅDER .....                     | 5        |
| 2.3. SEMESTERPLACERING AF LINJEFAG.....                           | 6        |
| <b>3. ANDRE FORHOLD.....</b>                                      | <b>6</b> |
| 3.1 SPROG.....  | 6        |
| 3.2 SÆRLIGE FORHOLD VEDRØRENDE LINJEN .....                       | 6        |
| 3.3 SÆRLIGE KRAV TIL STUDERENDE, DER FØLGER DENNE LINJE.....      | 6        |
| <b>4. LINJENS OPBYGNING .....</b>                                 | <b>7</b> |
| 4.1 OVERSIGT OVER FAG, ECTS-VÆRDI, EKSAMENSVÆGT SAMT CENSUR. .... | 7        |
| 4.2 DIAGRAM OVER INTERNATIONAL BUSINESS .....                     | 8        |
| <b>5. SÆRLIGE LINJESPECIFIKKE OVERGANGSREGLER .....</b>           | <b>8</b> |

## **1. Linjens betegnelse på dansk og engelsk**

Bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi (HA) med linje i International Business.  
Bachelor of Science in Economics and Business Administration (with profile in International Business)

## **2. Beskrivelse af linjens fokus**

Studerende, der gennemfører linjens forløb, opnår de kompetencer, der er beskrevet i studieordningens pkt. 1.1 igennem fokus, som her beskrevet:

### ***2.1. Linjens fokusområde***

Linjens fokusområde er ledelse af virksomheders internationale forretningsaktiviteter. Linjen har særlig fokus på internationale Business-to-Business Relationer. Bacheloren med denne linje har derfor især viden om virksomheders relationer til udenlandske kunder, leverandører o.a. og har udviklet færdigheder i at analysere og løse opgaver i tilknytning planlægning og udvikling af internationale forretningsaktiviteter. Disse kompetencer er viden og færdigheder indenfor International marketing, International management og International økonomi & handel.

Bilag til studieordning for bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi, HA

---

## 2.2. Linjens centrale kompetenceområder

(ECTS i parentes)

Linjens centrale kompetenceområder er international B2B marketing, international management og international økonomi.

Linjen kan på den enkelte campus have forskelligt konkret fagligt indhold, men skal indeholde fag, der dækker indholdet i de 3 kompetenceområder som beskrevet nedenfor.

Afsnit 4 i denne linjebeskrivelse indeholder den lokale udmøntning. Af en note under tabellen fremgår, hvorledes enkelte fag dækker de nedenfor beskrevne kompetenceområder.

| Kompetenceområde                    | Kompetencebeskrivelse   |
|-------------------------------------|---|
| International B2B-marketing (10)    | Dimittenden har viden om de udfordringer, der opstår i forbindelse med markedsføring af produkter og ydelser på tværs af landegrænser og kulturer. Denne viden er beslutningsorienteret og dimittenden har derfor viden, færdigheder og kompetencer til at bidrage til de beslutninger virksomheder står over for i forbindelse med den internationale markedsføringsproces. Dimittenden har færdigheder i analyse af udenlandske markeder, valg af marked/netværk, valg af markedsadgangsstrategi, design af et internationalt marketingprogram samt gennemførelse og koordinering af det internationale marketingprogram  |
| International management (10)       | Dimittenden har viden om de udfordringer, ledelse af multinationale virksomheder giver. En sådan forståelse gør det muligt for dimittenden at forstå de fordele og faldgruber, der kan være ved at overføre den eksisterende teoretiske vidensbase til et internationalt miljø. Dimittenden har således viden om kulturteorier, forståelse for styrker og svagheder ved forskellige internationale ledelsesteorier, indsigt i forskellige teorier om motivation og kommunikation på tværs af kulturer, samt viden om ledelse af menneskelige ressourcer i en global kontekst.   |
| International økonomi & handel (10) | Dimittenden har viden om de væsentligste faktorer bag udviklingen af den globale økonomi. Det primære fokus er på faktorer, der påvirker valutakurser, rentesatser og handelen mellem landene og de deraf afledte økonomiske effekter. Dimittenden har færdigheder til at analysere og forudsige, hvordan den globale udvikling kan påvirke forskellige typer af virksomheder. Dimittenden har redskaber til at analysere de politiske faktorer bag rentedannelse, konjunkturer og langsigtede økonomiske tendenser, og derved kompetencer til at udarbejde og planlægge globale strategier. Dimittenden besidder derved en handlingsorienteret viden om betydningen af international økonomi og handelsforhold, der kan danne grundlag for udviklingen af offensive globale forretningsstrategier. |

Linjen udbydes på dansk i:  
Odense

Fra og med: Side:  
1. sep. 2014,  
version 03

### ***2.3. Semesterplacering af linjefag***

Linjefag placeres på 2.-6. semester. Den konkrete placering kan være forskellig på de forskellige campusser.

Linjefag på 5. semester skal kun følges, hvis den studerende *ikke* tager på udlandsophold. Ved godkendelse af udlandsophold skal studienævnet tilstræbe, at den studerendes aktiviteter bidrager til linjens fokusområde.

## **3. Andre forhold**

### ***3.1 Sprog***

Linjen gennemføres fortrinsvist på dansk. Da det er en international linje, kan der forekomme undervisning på engelsk.

### ***3.2 Særlige forhold vedrørende linjen***

Der lægges stor vægt på at de studerende tager på udlandsophold på 5. semester, da det anses som et naturligt element i at læse International Business.

### ***3.3 Særlige krav til studerende, der følger denne linje***

Den studerende skal skrive bachelorprojekt i et emne, der er relateret til International Business.

## 4. Linjens opbygning

### 4.1 Oversigt over fag, ECTS-værdi, eksamensvægt samt censur.

|                             | Fagtitler  | ECTS | Vægt | Censur            | Bedømmelse        |
|-----------------------------|--|------|------|-------------------|-------------------|
|                             | <b>Fællesfag og fleksible fag:</b>                                       |      |      |                   |                   |
| Konstituerende fag 120 ECTS | Virksomhedens økonomi  | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Organisation med videnskabsteori (Organisation)                          | 10   | 10   | Ekstern           | 7-trinsskala      |
|                             | Entrepreneurship og forretningsforståelse (Entreprenørskab)              | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | * Marketing (Marketing)  | 10   | 10   | Ekstern           | 7-trinsskala      |
|                             | Regnskab (Regnskab)  | 10   | 10   | Ekstern           | 7-trinsskala      |
|                             | # Finansiering (Finansiering)  | 10   | 10   | Ekstern           | 7-trinsskala      |
|                             | Strategi og organisation (Videregående erhvervsøkonomi)                  | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Bachelorprojekt  | 20   | 20   | Ekstern           | 7-trinsskala      |
|                             | Kvantitative analyseredskaber  | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Analyse af kvantitative survey data (Videregående kvantitative analyser) | 5    | 5    | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Erhvervsjura   | 5    | 5    | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Samfundsøkonomiske rammebetingelser                                      | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | <b>Specifikke linjefag og valgfag (max. 60 ECTS):</b>                    |      |      |                   |                   |
|                             | International BtB markedsføring  | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | International økonomi  | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | International Business   | 10   | 10   | Intern            | 7-trinsskala      |
|                             | Valgfag  | 30   | 30   | Se fagbeskrivelse | Se fagbeskrivelse |

(\* ) Hvis der gives karakter i fagene vægter karakteren med fagenes ECTS værdi.

# Der kan vælges imellem Finansiering (10 ECTS) udbudt af Studienævn for Erhvervsøkonomi i Odense eller Finansiering, investering og virksomhedsstrategi (10 ECTS) udbudt af Studienævn for Økonomi.

Kompetenceområderne International B2B Marketing og International Management dækkes i International B2B Marketing og International Business.

Kompetenceområdet International økonomi og handel dækkes af International økonomi

\* Faget Marketing (Marketing) erstatter faget Marketing og forbrugeradfærd (Marketing). Se mere herom i punkt 5.

#### 4.2 Diagram over International Business

|   |  |   |   |   |  |
|---|--|---|---|---|--|
| 6 | Bachelorprojekt<br>(20)*                                 |   |   | International Økonomi<br>(10)                 |  |
| 5 | Valgfag<br>(10)  | Valgfag<br>(10)                               | Valgfag<br>(10)   | Valgfag<br>(10)                               |  |
| 4 | Samfunds-<br>økonomiske<br>ramme-<br>betingelser<br>(10) | Regnskab<br>(10)*                             | Erhvervsjura<br>(5)   | Analyse af<br>kvantitative<br>survey data (5) | Strategi og organisation<br>(10)#                    |
| 3 |  |   | Finansiering <i>eller</i><br>Finansiering, investering og<br>virksomhedsstrategi<br>(10)* |   | International Business<br>(10)                       |
| 2 | Virksom<br>hedens<br>økonomi<br>(10)*α                   | Kvantitative<br>analyse-<br>redskaber<br>(10) | * Marketing (Marketing)<br>(10)*α   |   | International BtB markedsføring<br>(10)              |
| 1 |  |   | Organisation med<br>videnskabsteori (Organisation)<br>(10)*α                              |   | Entrepreneurship og<br>forretningsforståelse<br>(10) |

Tallene i parentes angiver fagets størrelse i ECTS

\* Disse fag evalueres med ekstern censur.

# Videregående erhvervsøkonomisk fag.

α Disse fag indgår i 1. årsprøven. De skal bestås hver for sig, for at 1. årsprøven er bestået.

Fagene på 5. semester skal følges såfremt den studerende ikke vælger at tage på studieophold ved uddannelsesinstitution i udlandet. For studerende, der tager på studieophold ved uddannelsesinstitution i udlandet, kan studieprogrammet frit sammensættes af fag, som hører til indenfor den erhvervsøkonomiske fagramme, og som ikke er en del af det øvrige studieprogram på linjen. Programmet skal godkendes i studienævnet.

#### 5. Særlige linjespecifikke overgangsregler

Skift mellem campusser kan finde sted efter ansøgning til det optagende studienævn i det omfang der findes studieplads.



Bilag til studieordning for bacheloruddannelsen i erhvervsøkonomi, HA

---

For generelle regler vedrørende overgangsregler henvises til dette punkt i studieordningen.

Faget Marketing og forbrugeradfærd (Marketing) ændre fra og med forårssemesteret 2015 navn til Marketing (Marketing). Studerende, der har bestået faget Marketing og forbrugeradfærd (Marketing) kan ikke tage faget Marketing (Marketing).