

Udskriftsdato: 14. december 2025

BEK nr 1031 af 03/11/2009 (Historisk)

Bekendtgørelse om uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring

Ministerium: Uddannelses- og Forskningsministeriet

Journalnummer: Undervisningsmin., j.nr. 176.60C.021

Senere ændringer til forskriften

BEK nr 1056 af 11/09/2017

Bekendtgørelse om uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring

I medfør af § 22 og § 30 i lov nr. 207 af 31. marts 2008 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser fastsættes:

§ 1. Formålet med uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring er at give den uddannede viden om og forståelse af praksis, anvendt teori og metode inden for internationalt orienteret salg og markedsføring samt kvalificere den uddannede til selvstændigt at analysere, vurdere og reflektere over relevante problemstillinger samt varetage komplekse opgaver i forbindelse med internationale kunderelationer og direkte salg.

Stk. 2. Den uddannede skal have viden, færdigheder og kompetencer som angivet i bilag 1.

§ 2. Uddannelsen, der er en fuldtidsuddannelse tilrettelagt som selvstændig overbygning til erhvervsakademiuddannelsen i international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK), er normeret til 90 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til en fuldtidsstuderendes arbejde i 1 år.

Stk. 2. Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende titlen professionsbachelor i international handel og markedsføring. Den engelske titel er Bachelor of International Sales and Marketing.

Stk. 3. Uddannelsens engelske betegnelse er Bachelor's Degree Programme in International Sales and Marketing.

§ 3. Uddannelsen består af:

- 1) Obligatoriske uddannelseselementer med et samlet omfang på 50 ECTS-point.
- 2) Praktik med et samlet omfang på 15 ECTS-point.
- 3) Valgfri uddannelseselementer, der for den enkelte studerende har et samlet omfang på 10 ECTS-point.
- 4) Bachelorprojekt på 15 ECTS-point.

Stk. 2. Uddannelsens obligatoriske elementer tilrettelægges inden for følgende kerneområder:

- 1) Virksomhedens salggrundlag.
- 2) Forretningsudvikling i et internationalt perspektiv.

§ 4. For uddannelsen gælder de regler om professionsbacheloruddannelser, der er fastsat i bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, herunder regler om formål, niveau, videngrundlag, praktik, indhold og tilrettelæggelse, varighed og struktur, adgang, lærerkvalifikationer, prøver og eksamen, studieordning og merit.

§ 5. Undervisningsministeriet kan tillade fravigelse af bekendtgørelsen som led i forsøg. Ved forsøg fastsættes samtidig forsøgets varighed og rapporteringsform.

Stk. 2. Ministeriet kan dispensere fra bekendtgørelsen, når det findes begrundet i usædvanlige forhold.

§ 6. Bekendtgørelsen træder i kraft den 6. november 2009.

Undervisningsministeriet, den 3. november 2009

P.M.V.

TORBEN KORNBECH RASMUSSEN
AFDELINGSCHEF

/ Jette Skovbjerg

Mål for læringsudbytte for uddannelsen til professionsbachelor i international handel og markedsføring

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en professionsbachelor i international handel og markedsføring skal opnå i uddannelsen.

Viden

Den uddannede har viden om

- 1) praksis, anvendt teori og metode inden for salg og markedsføring i et internationalt perspektiv og kan reflektere herover,
- 2) centrale teorier og modeller, der er nødvendige for business-to-business salg og markedsføring,
- 3) centrale love og regler af betydning for international markedsføring og salg,
- 4) relevante modeller til vurdering af vækst- og udviklingsmuligheder samt
- 5) ledelsesmæssige teorier og metoder.

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper,
- 2) anvende relevante modeller til gennemførelse af produkt- og konceptudvikling i virksomheden,
- 3) vurdere og anvende juridiske metoder og redskaber til understøttelse af det gennemførende salg i en internationalt fokuseret virksomhed,
- 4) vurdere virksomhedens konkurrencesituation som grundlag for udarbejdelsen af virksomhedens parameterindsats med fokus på salgsindsatsen,
- 5) begrunde og formidle de valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter,
- 6) anvende relevante modeller til udvikling i forbindelse med innovative projekter og
- 7) anvende metoder til ledelse af salgspersonale.

Kompetencer

Den uddannede kan

- 1) håndtere og identificere behov for relevant økonomisk og juridisk information omkring internationale salgsopgaver,
- 2) selvstændigt indgå i tværgående teams og skabe et motiverende miljø i salgsafdelingen,
- 3) håndtere salgsmøder med fokus på de økonomiske resultater og menneskelige indsatsområder,
- 4) selvstændigt håndtere komplekse opgaver og udviklingsorienterede situationer i forbindelse med internationalt salg og markedsføring og
- 5) identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer inden for international handel og markedsføring.