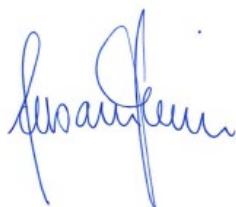


Studieordning for professionsbachelor i e-handel

Professionsbachelor i e-handel
Bachelor's Degree Programme in E-commerce Management

Godkendt den 20. august 2021



Områdechef Susanne Rievers



Uddannelsesdirektør Line Louise Hansen



Ole Gram-Olesen
rektor

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Studieordningens rammer	2
1.1. Uddannelsens formål	2
1.2. Titulatur, varighed og bevis	3
1.3. Ikrafttrædelsesdato	4
1.4. Overgangsbestemmelser	4
1.5. Studieordningens lovmæssige rammer	4
2. Optagelse på uddannelsen	4
2.1. Adgangskrav	4
2.2. Optagelsesbetingelser	4
3. Uddannelsens indhold	5
3.1. Uddannelsens opbygning	5
3.2. Nationale fagelementer	6
3.3. Lokale uddannelseselementer og valgfag	12
3.4. Praktik	15
3.4.1. Regler for praktikkens gennemførelse	16
3.5. Undervisnings- og arbejdsformer	17
3.6. Studiesprog	18
4. Internationalisering	18
4.1. Uddannelse i udlandet	18
5. Prøver og eksamen på uddannelsen	19
5.1. Generelle regler for eksamen	19
5.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer	19
5.3. Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter	20
5.3.1. Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering	20
5.3.2. Studiestartprøven	20
5.4. Krav til bachelorprojektet	21
5.4.1. Hvad betyder formulerings- og staveevner for bedømmelsen?	22
5.5. Anvendelse af hjælpemidler	22
5.6. Det anvendte sprog ved prøverne	22
6. Andre regler for uddannelsen	22
6.1. Merit	22
6.2. Studieskift	23

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

Denne studieordning for professionsbacheloruddannelsen i e-handel, herefter benævnt e-handel, er udarbejdet iht. BEK nr. 1162 af 10/07/2020: Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Dele af studieordningen er fastlagt af institutionerne i fællesskab, og andre dele er fastlagt af Cphbusiness alene.

National del og institutionsdel

Studieordningen består af en national del, der er vedtaget i erhvervsakademiernes uddannelsesnetværk for uddannelsen, samt en institutionsdel, der fastsættes af den enkelte uddannelsesinstitution. Den nationale del er indarbejdet i dette dokument og udgøres af pkt. 1.1, 3.2 (inklusive antallet af prøver i nationale fagelementer, som fastlagt i kapitel 5), 3.4, 5.4 og 6.1. Resten af studieordningen udgør institutionsdelen.

Den nationale del er udarbejdet i fællesskab af udbyderinstitutionerne, som i et tæt samarbejde har forpligtet sig på at sikre national kompetence og ensartet dispensationspraksis. Den nationale del af denne studieordning er godkendt af erhvervsakademiernes uddannelsesnetværk i maj 2021.

Studieordningen i sin helhed er godkendt af Cphbusiness i henhold til institutionens interne godkendelsesprocedurer 20. august 2020.

1.1. Uddannelsens formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at varetage strategisk drift og forretningsudvikling af organisationers og erhvervslivets e-handelsløsninger i et globalt perspektiv. Uddannelsen kvalificerer til at arbejde inden for digitale strategier, konverteringsstrategier, optimeringsstrategier med kundens oplevelse og kundeloyalitet som centralt omdrejningspunkt.

Mål for læringsudbytte

Viden

Den studerende har viden og forståelse for:

- datadrevet marketing og salg
- e-handel som disciplin
- teorier og metoder til strategisk analyse af den digitale forretning
- centrale teorier og metoder til optimering af kundens oplevelse og kan reflektere over anvendelse af dem i forhold til den digitale forretning.

Færdigheder

Den uddannede kan:

- analysere data til udvikling af forretningens salgs- og marketingstrategier
- anvende relevant metode og rette værktøjer til dataanalyse
- udvikle kreativt indhold til salg og markedsføring af den digitale forretning
- mestre forskellige metoder til at analysere forretningens interesser med kundens oplevelser i centrum
- vurdere relevante indsatser som skal udvikle og forbedre konkurrenceparametre for at skabe og vedligeholde kunderelationer i den digitale forretning samt formidle løsningsmuligheder til interne og eksterne samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den uddannede kan:

- selvstændigt indgå i tværgående teams i en e-handelsvirksomhed
- håndtere komplekse udviklingsopgaver i forbindelse med optimering af den digitale forretning
- identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer inden for e-handel.

1.2. Titulatur, varighed og bevis

Titel

Den der har gennemført uddannelsen, har ret til at betegne sig professionsbachelor i e-handel. På engelsk anvendes titlen Bachelor of E-commerce Management.

Professionsbachelorgraden er i henhold til Kvalifikationsrammen for Livslang Læring indplaceret på niveau 6.

Varighed og maksimal studietid

Uddannelsen er normeret til 90 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til en fuldtidsstuderendes arbejde i et år, jf. § 9 i BEK nr. 1162 af 10/07/2020: Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Uddannelser, der har en normeret varighed på op til 150 ECTS-point, skal senest være afsluttet inden for et antal år, der svarer til det dobbelte af den normerede uddannelsestid. Uddannelser på 180 ECTS-point skal være afsluttet senest inden for den normerede uddannelsestid plus 2 år. Øvrige uddannelser skal senest være afsluttet inden for 6 år. Dermed skal denne uddannelse være bestået senest tre år efter den studerende er indskrevet på uddannelsen.

I udregningen af maksimal studietid for uddannelsen indgår ikke orlov på grund af barsel eller adoption (dog maksimalt 52 uger), værnepligtstjeneste (herunder tjeneste på værnepligtstilsvarende vilkår) og uddannelse med henblik på, samt udsendelse på værnepligtstilsvarende vilkår.

Cphbusiness kan dispensere fra seneste afslutningstidspunkt, når det er begrundet i usædvanlige forhold.

Bevis

Cphbusiness udsteder eksamensbevis for uddannelsen, når uddannelsen er bestået.

1.3. Ikrafttrædelsesdato

Denne studieordning træder i kraft den 20. august 2020 og har virkning for studerende, som optages på uddannelsen med studiestart fra og med denne dato. Studerende indskrevet før denne dato, fortsætter på den studieordning, der er indskrevet på. Det er muligt at søge om overflytning til denne studieordning.

1.4. Overgangsbestemmelser

Denne uddannelse udbydes på Cphbusiness fra efteråret 2019. Ved fremtidig udstedelse af en ny studieordning, eller ved væsentlige ændringer i denne studieordning, fastsættes overgangsordninger i den nye studieordning.

1.5. Studieordningens lovmæssige rammer

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr 786 af 08/08/2019: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr 1343 af 10/12/2019: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven)
- BEK nr 1162 af 10/07/2020: Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr 18 af 09/01/2020: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr 97 af 25/01/2021: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr 114 af 03/02/2015: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse

Gældende love og bekendtgørelser offentliggøres på www.retsinfo.dk

2. OPTAGELSE PÅ UDDANNELSEN

2.1. Adgangskrav

Adgang til uddannelsen forudsætter en adgangsgivende eksamen som enten markedsføringsøkonom AK, handelsøkonom AK, serviceøkonom AK, logistikøkonom AK, eller multimediedesigner AK.

2.2. Optagelsesbetingelser

Opfyldelse af adgangskravene i stk. 2.1 er nødvendige, men ikke i sig selv tilstrækkelige for optagelse.

Cphbusiness fastsætter og offentliggør nærmere regler for, efter hvilke kriterier ansø-

gere til professionsbacheloruddannelsen optages, hvis der er flere kvalificerede ansøgere, jf. stk. 2.1. end der er studiepladser til rådighed.

Cphbusiness offentliggør sådanne kriterier for udvælgelsen på erhvervsakademiets hjemmeside under hensyntagen til frister krævet af Uddannelses- og Forskningsministeriet.

3. UDDANNELSENS INDHOLD

3.1. Uddannelsens opbygning

Uddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 90 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af uddannelseselementer svarende til 60 ECTS, fordelt på hhv. nationale fagelementer (40 ECTS) og lokalt fastlagte fagelementer, inklusiv valgfag, (til sammen 20 ECTS), samt 15 ECTS praktik og et bachelorprojekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		1. studieår	2. studieår
Nationale fagelementer (40 ECTS)	Digital forretningsforståelse (5 ECTS)	X	
	E-handelsteknologier (5 ECTS)	X	
	Customer Experience (5 ECTS)	X	
	Videnskabsteori og metode (5 ECTS)	X	
	Advanced Digital Marketing (10 ECTS)	X	
	Dataanalyse (10 ECTS)	X	
Lokale uddannelseselementer (15 ECTS)	Brobygningsforløb (5 ECTS)	X	
	Creative Content (5 ECTS)	X	
	Projektledelse (5 ECTS)	X	
Valgfag (5 ECTS)	X		
Praktik (15 ECTS)			X
Bachelorprojekt (15 ECTS)			X
I alt ECTS		60 ECTS	30 ECTS

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede antal ECTS-point.

Alle uddannelseselementer, inklusiv bachelorprojektet, evalueres og bedømmes. Når bedømmelsen bestået eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået. For mere information om eksamen, se kapitel 5.

3.2. Nationale fagelementer

Uddannelsens nationale fagelementer svarer til 40 ECTS, og udgøres af nedenstående studieaktiviteter. Læringsmål, ECTS-omfang, indhold og antal af eksaminer for de nationale fagelementer er fastlagt af udbyderne fællesskab.

Digital forretningsforståelse
Tidsmæssig placering: 1. semester
Omfang: 5 ECTS
<p>Indhold:</p> <p>Fagelementet beskæftiger sig med, hvorledes virksomheder benytter digitale forretningsmodeller og deres online/offline værdikæde. Der arbejdes med et 360° perspektiv på virksomheden, fra indkøb til levering af solgte varer og videre opfølgning. Værdiskabelsen sættes op mod kunderelationer og analyseres i et holistisk perspektiv, som giver mulighed for at analysere komplekse digitale forretningsstrategier og konkurrencesituationer samt at viderekommunikere resultatet til beslutningstagere.</p>
<p>Læringsmål:</p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende har:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viden om gængse digitale forretningsmodeller inden for e-handel • viden og forståelse for den økonomiske beslutningsproces og elementer som indgår i en strategisk e-handelsløsning • viden og forståelse for lovmæssige bestemmelser for kunderettigheder gældende for danske kunder. <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • anvende værktøjer og økonomiske modeller til analyse af virksomhedens digitale forretningsmodel, både online som offline • analysere digitale konkurrencemæssige forhold og identificere en virksomheds konkurrenceparametre inden for disse • vurdere strategisk relevante samarbejdspartnere som indgår i en virksomheds digitale værdikæde og afdække deres indvirkning på en virksomheds konkurrenceparametre <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tilegne sig ny viden om trends inden for digitalisering af forretninger og e-handel

- tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer inden for digital forretningsforståelse
- deltage i tværfaglige teams.

E-handelsteknologier

Tidsmæssig placering: 1. semester

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Faget giver en gennemgang af forskellige systemer, der benyttes indenfor e-handel og det tekniske miljø, de befinder sig i, samt de integrationer med andre systemer, de indgår i, herunder betalingssystemer. Der arbejdes både med opsætningen af e-handelsteknologier og den efterfølgende drift af disse.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- viden om gængse e-handels CMS-systemer og anvendte elementer af disse systemer i praksis
- viden om og forståelse for integrationer mellem CMS og 3. parts systemer, f.eks. med backoffice, ERP-systemer, online værktøjer og analytics
- viden om online betalingsprocessering og relevant lovgivning
- forståelse for og kan reflektere over sammensætningsmuligheder af de tekniske platforme.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teknologier til at integrere simple 3. parts systemer, services og udvidelser i et CMS
- analysere og vurdere en konkret teknisk platform i forhold til teknologiske muligheder og begrænsninger samt begrunde valg af løsningsmuligheder
- formidle teknologiske løsninger i forhold til tekniske platforme til interne og eksterne samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere simple og komplekse driftsaktiviteter i et CMS
- indgå i professionelt samarbejde med leverandører af tekniske løsninger
- selvstændigt tilegne sig ny viden og praktiske færdigheder inden for driften af e-handelssystemer.

Customer Experience

Tidsmæssig placering: 1. semester

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Fokus i faget er, på baggrund af en e-handelsvirksomheds strategi, at analysere, kortlægge og designe kundeoplevelsen off- og online.

Læringsmål:*Viden*

Den studerende har:

- viden om og forståelse for transformationsøkonomi som disciplin og customer experience management som planlægningsværktøj
- viden om og forståelse for teorier og metoder for analyser af kompleksitet af kunderejser online og offline og kan reflektere over anvendelse af dem i forhold til virksomhedens digitale forretning i et omnichannel perspektiv.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og kortlægge kunderejsen
- vurdere virksomhedens udfordringer ved at designe og levere en unik kundeoplevelse
- mestre værktøjer og metoder til at arbejde med kundeoplevelser og omnichannel
- vurdere relevante indsatser som skal forbedre kundeoplevelsen og derigennem styrke kundeloyaliteten
- vurdere brugeroplevelsen i forskellige touchpoints igennem hele servicen ved brug af relevante researchmetoder.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingen på tværs af den digitale og fysiske forretning ud fra forretningsstrategien på baggrund af kundeindsigt med fokus på at optimere kundeforløb
- håndtere udvikling, design og planlægning af relevante oplevelser i kunderejsen off- og online med fokus på transformationsøkonomi og customer experience management.

Metode og videnskabsteori

Tidsmæssig placering: 1. semester

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Fagelementet beskæftiger sig med videnskabsteoretiske retninger og viden om, hvordan viden skabes. Der er fokus på videnskabsteori og metodelære, grundlæggende samfundsvidenskabelig metode samt kvantitative og kvalitative undersøgelsesmetoder i videnskabsteori og metodelære.

Læringsmål:*Viden*

Den studerende har:

- viden om videnskabsteoretiske paradigmer
- viden om og forståelse for metodelæren inden for fagområderne i e-handel
- viden om grundlaget for opstilling af undersøgelsesspørgsmål
- viden om og forståelse for det videnskabsteoretiske grundlag for samfundsvidenskabelige metoder.

Færdigheder

Den studerende kan:

- mestre videnskabeligt arbejde og metode med faglighed i projekt- og rapportskrivning
- udarbejde problemanalyse og foretage problemafgrænsning, opstille problemstilling og hypoteser, samt foretage metodemæssige overvejelser og begrunde valg af undersøgelsesmetoder
- strukturere analysearbejdet og analysere data efter principper for videnskabeligt arbejde
- begrunde sit metodevalg samt forholde sig kritisk til denne metode
- formidle undersøgelsesresultater og løsningsforslag mv. i en overskuelig og letlæselig rapport, der indeholder en klar problemformulering, metodemæssige overvejelser samt en vurdering af resultaternes og forudsætningernes pålidelighed og gyldighed
- opstille en undersøgelsesplan samt vurdere alternative undersøgelsesmetoders styrke og svage sider.

Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik med et videnskabsteoretisk perspektiv
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen i forhold til anvendelsen af videnskabsteoretiske metoder
- selvstændigt kunne tilrettelægge kvalitative og kvantitative undersøgelser
- udarbejde videnskabeligt baserede rapporter og projekter.

Advanced Digital Marketing
Tidsmæssig placering: 1. og 2. semester
Omfang: 10 ECTS
Indhold: Fagelementet indeholder grundlæggende begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring, herunder analyse, planlægning og praktisk anvendelse af digital marketing. Dette inkluderer analyse og vurdering af markedspotentialet, udvikling af digitale markedsføringsstrategier, planlægning af konkrete digitale markedsføringsaktiviteter samt måling og optimering af den digitale marketing.
Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- viden om centrale og avancerede digitale marketingbegreber samt marketing funktionens typiske rolle i virksomhedens digitale markedsføring
- viden om centrale dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen
- viden om relevant jura og kan konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring
- forståelse for og kan reflektere over den digitale marketings strategiske betydning og relevans, samt viden om og forståelse for metoder og tilgange til avanceret digital marketing.

Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere, anvende og mestre digitale marketingsbegreber, modeller og teorier, samt begrunde valg heraf i forhold til potentialet for salg af virksomhedens produkter og ydelser online, og herpå anvende de relevante centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- opstille mål for, samt vurdere, anvende og behandle nøgletal, data og statistikker og på baggrund heraf uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen med henblik på at optimere potentialet for salg af virksomhedens produkter og ydelser online
- vurdere og anvende centrale metoder og mestre værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier, samt vurdere og begrunde behov for samt mestre udarbejdelse af annonce- og reklamekampagner i digitale medier
- mestre anvendelse af webstatistik og brugertests til at tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats
- anvende og vurdere centrale metoder og mestre værktøjer til at planlægge arbejdet med optimering af en webshop i forhold til forbedringer af UX
- formidle problemstillinger og løsningsmodeller til fagfæller, ikke-specialister, samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsopgaver i forbindelse med avanceret digital markedsføring
- håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation med inddragelse af relevante interessenter
- deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring.

Dataanalyse

Tidsmæssig placering: 2. semester
Omfang: 10 ECTS
<p>Indhold: Fagelementet indeholder værktøjer til at indsamle, analysere, konkludere, afrapportere og handle på baggrund af data, herunder udvikling af løsninger med henblik på forretningsstrategisk anvendelse af brugerdata.</p>
<p>Læringsmål:</p> <p><i>Viden</i> Den studerende har:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viden om grundlæggende webanalyse og business intelligence • viden om hvor bruger-data er tilgængelige, og i hvilken sammenhæng disse kan benyttes og er nyttige • forståelse for og kan reflektere over muligheder for adfærdsbaseret bruger-indsigt ud fra website-data og andre tilgængelige bruger-data. <p><i>Færdigheder</i> Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vurdere kvaliteten af tilgængelige data, og i hvilken sammenhæng disse data kan benyttes og er nyttige • opsætte og formidle rapporter med udgangspunkt i en virksomheds forretningsmæssige mål og dertil relaterede data • anvende og udvælge en virksomheds relevante datagrundlag til at opstille data-drevne handlingsplaner • formidle problemstillinger og begrunde valg af handlingsplaner for samarbejdspartnere og brugere. <p><i>Kompetencer</i> Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • selvstændigt deltage i tilrettelæggelsen og optimeringen af en virksomheds digitale forretning gennem brug af webstatistik og anden tilgængelig data • tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til fagområdet.

Uddannelseselementer fordelt på semestre	1.semester	2.semester	3.semester	ECTS
Nationale fagelementer				40
Digital forretningsforståelse	X			5
E-handelsteknologier	X			5
Advanced Digital Marketing	X	X		10
Customer Experience	X			5
Metode og videnskabsteori	X			5
Dataanalyse		X		10

Lokale fagelementer				20
Brobygningsforløb	X			5
Creative Content		X		5
Projektledelse		X		5
Valgfag		X		5
Praktik og bachelorprojekt				30
Praktikforløb og projekt			X	15
Bachelorprojekt			X	15
I alt	<i>30</i>	<i>30</i>	<i>30</i>	90

3.3. Lokale uddannelseselementer og valgfag

Uddannelsen er ud over de nationale uddannelseselementer tilrettelagt med et antal lokale uddannelseselementer, samt et antal valgfag.

Brobygningsforløb
Tidsmæssig placering: 1. semester
Omfang: 5 ECTS
<p>Indhold: Brobygningsforløb er inddelt i to områder. For studerende med en teknisk baggrund (fx multimediedesigner) er der et merkantilt forløb, og for studerende med en merkantil baggrund (fx markedsføringsøkonom, serviceøkonom, handelsøkonom og logistikøkonom) er der et teknisk forløb.</p>
<p>Læringsmål for merkantilt forløb: <i>Indhold</i> Dette brobygningsforløb giver den studerende grundlæggende forståelse inden for økonomisk styring, prisfastsættelse og udvalgte juridiske områder relateret til e-handel.</p> <p><i>Viden</i> Den studerende har udviklingsbaseret viden om og forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> • virksomhedens regnskabsforhold, herunder årsrapporten og de finansielle rapporteringsformer • virksomhedens indtægtsgrundlag og omkostninger • budgettets betydning for styringen af en virksomheds økonomi og grundlæggende budgetkontrol • aftalelovens og købelovens centrale regler om aftaleindgåelse og misligholdelse • lovgivningens krav til informationssamfundstjenester samt de grundlæggende principper for markedsføringsret og persondatabehandling. <p><i>Færdigheder</i> Den studerende kan:</p>

- vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet og likviditet
- vurdere markeds- og salgspotentialet på et marked
- fastsætte en pris på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforhold
- udarbejde et resultat- og markedsføringsbudget og udføre grundlæggende budgetkontrol.

Kompetencer

Den studerende kan:

- selvstændigt analysere og vurdere en virksomheds økonomiske situation og udvikling samt angive årsager til disse
- deltage i virksomhedens budgetfastlæggelse.

Læringsmål for teknisk forløb:

Indhold

Dette brobygningsforløb giver den studerende grundlæggende forståelse inden for teknisk webudvikling.

Viden

Den studerende har udviklingsbaseret viden om og forståelse for:

- internettets opbygning, client/server dynamikken og filhåndtering
- semantisk HTML samt generelt anvendte programmerings-, script- og formateringsprog
- hvorledes browsere interagerer med indhold, præsentation og brugeren.

Færdigheder

Den studerende kan:

- tilgå og navigere i indhold, medie og formateringsfiler på serverløsninger
- opsætte tekstbaseret indhold og tilrette den visuelle formatering
- indsætte 3. parts embedkoder.

Kompetencer

Den studerende kan:

- benytte grundlæggende viden og færdigheder inden for fagområdet til selvstændigt at kunne udføre oprettelse og tilrettelse af digitalt indhold
- selvstændigt erhverve sig ny viden, færdigheder og kompetencer inden for teknisk webudvikling.

Creative Content

Tidsmæssig placering: 2. semester

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Fagelementet creative content indeholder det kreative indhold og de elementer, der skal bruges i virksomhedens markedskommunikation både online og offline. Fagelementet har fokus på de redskaber, der skal til for at kunne producere indholdsbase- ret markedsføring.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- forståelse for content marketing som disciplin, samt indsigt i hvilke former for content der gennem udvalgte parametre kan føre til øget online salg
- kendskab til retoriske redskaber med henblik på at skabe indhold, der henven- der sig til målgruppen.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende og vurdere content marketingindsatser på både B2C og B2B markeder
- analysere og redigere eksisterende indhold så det målrettes mod specifikke målgrupper og kanaler
- selvstændigt kortlægge contentmarketing indsatser for virksomheden samt producere rich media
- udarbejde og implementere en content-marketingstrategi på tværs af virksom- hedens platforme.

Kompetencer

Den studerende kan:

- indgå i samarbejde omkring udvikling og produktionen af indhold og medier med interne og eksterne leverandører og samarbejdspartnere
- tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til fagområdet.

Projektledelse

Tidsmæssig placering: 2. semester

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Fagelementet projektledelse indeholder de organisatoriske elementer, der skal bruges i virksomhedens samarbejde omkring skabelsen af indhold, analyse, markedsføring mv. Fagelementet har fokus på de redskaber, der skal til for at kunne planlægge, del- tage i, evaluere og lede projekter.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- forståelse for projektledelse som disciplin, herunder hvordan projekter kan tage mange former
- kendskab til projektreddskaber, såsom milepæle, Gantt-kort, risikoanalyse, inte- ressentanalyse, business case, mødeledelse samt kommunikationsplanlægning

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende og vurdere projektredskaber, såsom milepæle, Gantt-kort, risikoanalyse, interessentanalyse, business case, mødeledelse samt kommunikationsplanlægning
- selvstændigt bidrage til eller lede projekter
- tilpasse projektredskaber til forskellige typer af projekter

Kompetencer

Den studerende kan:

- indgå i samarbejde omkring projekter
- vurdere egne kompetencer som projektdeltager eller leder, herunder tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til fagområdet.

De valgfri elementer udgør en mulighed for at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje.

De valgfri uddannelseselementer offentliggøres i uddannelsens valgfagskatalog.

3.4. Praktik

E-handel er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte. I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende søger selv aktivt praktikplads hos en privat eller offentlig virksomhed, og Cphbusiness sikrer rammerne om praktikforløbet. Praktikopholdet er ulønnet.

Praktik
Tidsmæssig placering: 3. semester
Omfang: 15 ECTS
Indhold: Den studerende skal lære normer og guidelines for at løse opgaver i et professionelt fagligt miljø for en virksomhed eller organisation ved selv at deltage.
Læringsmål: <i>Viden</i> Den studerende har: <ul style="list-style-type: none"> • viden om praktikvirksomhedens forretningsgrundlag • viden og forståelse for det professionelle miljø, jobfunktioner og praktikvirksomhedens interesser samt kan reflektere over de lærte teorier og metoders mulige anvendelse i praktikvirksomheden

- viden fra deltagelse i løsningen af relevante praktiske arbejdsopgaver.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og redskaber samt mestre de færdigheder, der knytter sig til udførelsen af relevante opgaver i praktikvirksomheden
- vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger og opstille samt vælge løsningsforslag
- formidle praksisnære problemstillinger til praktikvirksomhedens samarbejdspartnere og brugere
- formidle kombinationen af teori og praksis i forhold til praktikvirksomhedens e-handelsdrift og -strategi.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i relation til praktikvirksomhedens nuværende arbejde med udvikling af digital handel
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen i forhold til praktikvirksomhedens e-handelsvirke
- selvstændigt indgå i fagligt såvel som tværfagligt samarbejde.

Udprøvning og bedømmelse: Praktikken har en prøve, der bedømmes med 7-trinskalakarakter.

3.4.1. Regler for praktikkens gennemførelse

Krav til de involverede parter

Praktikvirksomheden stiller en kontaktperson til rådighed for den studerende i praktikperioden. Kontaktpersonen udformer i samarbejde med den studerende en praktikaftale, hvoraf det fremgår, hvilke opgaver, den studerende skal arbejde med i praktikperioden. Opgaverne skal tilgodese læringsmålene for praktikken.

Ved tilrettelæggelsen af praktikken skal der tages hensyn til den studerendes forudsætninger og forkundskaber. Praktikaftalen fremsendes til uddannelsesinstitutionen til godkendelse.

Cphbusiness har for e-handel udpeget et antal praktikvejledere, hvoraf en fungerer som sparringspartner for den studerende under hele praktikforløbet, og som endvidere også fungerer som eksaminator for praktikrapporten.

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer for praktikforløbet.

Efter praktikopholdet er afsluttet afvikler Cphbusiness en elektronisk evaluering af praktikforløbet, som både studerende og virksomhed deltager i. Den studerende skal deltage i denne evaluering for at kunne gå til eksamen i praktikprojektet.

Skematisk fremstilling af krav til de involverede parter

Studerende	Virksomhed	Cphbusiness
Ansøger om praktikplads	Stiller kontaktperson til rådighed for praktikant	Sikrer rammer Udpeger praktikvejleder
Studerende og virksomhed udarbejder en praktikaftale, der tager højde for læringsmålene		Drøfter aftalen med den studerende Godkender indsendte praktikaftaler, der opfylder krav
Studerende og virksomhed samarbejder på praktikopholdet		
Kontaktperson og praktikvejleder bistår den studerende undervejs i praktikopholdet		
(Udarbejder praktikrapport)		
Deltager i evaluering af praktikopholdet	Deltager i evaluering af praktikanten og praktikopholdet	
(Deltager i eksamen)		(Afvikler eksamen)

Praktikken er ulønnet.

3.5. Undervisnings- og arbejdsformer

På Cphbusiness arbejder vi med den læringstilgang, at erhvervskompetencer udvikles bedst ved at uddannelsens studieaktiviteter sætter praksis og konkrete problemstillinger i centrum for læringen. Og at det er arbejdet med at skabe værdi i praksis, der driver motivationen og engagementet hos de studerende.

Cphbusiness tager derfor udgangspunkt i en uddannelsesmodel, der fokuserer på:

- at facilitere et motiverende og engagerende læringsmiljø baseret på praksis
- at omsætte og formidle relevant viden fra forskning og erhverv i en konkret praksis
- at understøtte de studerendes aktive deltagelse og studieintensitet gennem relevante studieaktiviteter
- at inddrage de studerendes viden og erhvervs erfaring som en ressource, så de studerende er medskabere af læring
- at understøtte læring gennem løbende dialog og en fælles feedbackkultur

- at der kan arbejdes fleksibelt og med inddragelse af digitale læringsaktiviteter, der fokuserer på at udnytte vores ressourcer og forbedre de studerendes læringsudbytte, uafhængig af tid og sted.

Der er flere forskellige undervisnings- og arbejdsformer på Cphbusiness, der understøtter den studerendes læring. Eksempelvis forelæsninger, casearbejde, mindre opgaver, praktiske og teoretiske øvelser, laboratoriearbejde, mundtlige oplæg, hjemmearbejde, ekskursioner og lignende.

Undervisningen er tilrettelagt i et eller flere læringsflows per semester.

Formålet med arbejdsformerne er, at de studerende tilegner sig viden, færdigheder og kompetencer inden for uddannelsens fagområder, og at den studerende endvidere anvender disse i overensstemmelse med uddannelsens mål for læringsudbytte.

3.6. Studiesprog

E-handel er en dansksproget uddannelse, hvorfor hovedparten af undervisningen udbydes på dansk.

Nogle uddannelsesmoduler eller dele heraf kan dog blive gennemført på engelsk, og der stilles krav om, at de studerende skal kunne gennemføre disse. Det vil sige, at de studerende skal kunne læse tekster på engelsk, deltage aktivt i engelsksproget undervisning, samt skrive og fremlægge opgaver og projekter på engelsk. Uddannelseselementer der udbydes på engelsk, eksamineres på engelsk jf. afsnit 5.6.

4. INTERNATIONALISERING

4.1. Uddannelse i udlandet

Alle fuldtidsuddannelser på Cphbusiness skal være tilrettelagt, så den studerende inden for den normerede studietid har mulighed for at gennemføre dele af uddannelsen i udlandet. På e-handel kan følgende uddannelseselementer gennemføres i udlandet:

- Praktikophold

Uddannelseselementer taget som del af et udlandsophold kan meriteres til uddannelsen, såfremt de opfylder de indholdsmæssige og niveaumæssige krav beskrevet i denne studieordning.

Cphbusiness skal modtage og nå at godkende ansøgningen om meritering, inden udlandsopholdet påbegyndes. Afgørelsen træffes på baggrund af en faglig vurdering.

Den studerende forpligter sig ved forhåndsgodkendelsen af et studieophold til at kunne dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer efter endt studieophold. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger. Et meriteret uddannelseselement anses for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne for den pågældende uddannelse.

5. PRØVER OG EKSAMEN PÅ UDDANNELSEN

5.1. Generelle regler for eksamen

For prøver og eksamen på Cphbusiness gælder reglerne fastlagt i den til enhver tid gældende eksamensbekendtgørelse (på tidspunktet for udarbejdelse af denne studieordning BEK nr. 18 af 09/01/2020: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser) og karakterskalabekendtgørelse (på tidspunktet for udarbejdelse af denne studieordning BEK nr. 114 af 03/02/2015: Bekendtgørelsen om karakterskala og anden bedømmelse.) Derudover gælder den senest offentliggjorte version af Cphbusiness' eksamensreglement og uddannelsesspecifikke eksamensregelsæt.

5.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer

I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på e-handel. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder eksamensperiode, formalia og anvendelse af hjælpemidler, offentliggøres i eksamenskatalog for uddannelsen på institutionens studenterrettede læringsportal.

Den studerende udprøves i flere uddannelseselementer ved samme prøve, og hver enkelt prøve vil fremgå med en samlet karakter på eksamensbeviset. Se eventuelt også nedenstående skema for prøvernes tidsmæssige placering.

Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver, uddannelsens bestanddele og deres tidsmæssige placering

Se- me- ster	Prøvens navn (intern/eks- tern)	Uddannelses- element	ECTS	Prøveform	Anføres på eksamensbe- vis
1. se- me- ster	1. interne: Brobygning- forløb (intern)	Brobygningsfor- løb (hhv. merkantil eller teknisk)	5	Individuel mundtlig eksamen	Karakter efter 7-trinsskalaen
	1. eksterne (ekstern)	Digital forret- ningsforståelse, E-handelstekno- logier	10	Individuel mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt arbejde	En samlet ka- rakter efter 7- trinsskalaen
	2. interne (intern)	Customer Expe- rience, Metode og videnskabs- teori	10	Mundtlig eksamen på baggrund af et grup- peprojekt	En samlet ka- rakter efter 7- trinsskalaen

2. semester	3. interne (intern)	Dataanalyse, Creative Content og Projektledelse	20	Mundtlig eksamen på baggrund af et gruppeprojekt	Karakter efter 7-trinsskalaen
	4. interne (intern)	Valgfag	5	<i>Fremgår af valgfagskatalog</i>	<i>Fremgår af valgfagskatalog</i>
	2. eksterne (ekstern)	Advanced Digital Marketing	10	Individuel mundtlig eksamen på baggrund af case, med forberedelse	En samlet karakter efter 7-trinsskalaen
3. semester	Praktikprøve (intern)	Praktik	15	Individuel mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt arbejde	En samlet karakter efter 7-trinsskalaen
	Eksamen i bachelorprojekt (ekstern)	Bachelorprojektet	15	Individuel mundtlig eksamen på baggrund af bachelorprojekt	En samlet karakter efter 7-trinsskalaen

5.3. Øvrige krav om gennemførelse af aktiviteter

Ud over førnævnte eksaminer stilles der på uddannelsen en række krav om gennemførelse af obligatoriske aktiviteter, som den studerende skal indfri for at kunne gå til eksamen og fortsætte uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 5, stk. 3 og § 10.

5.3.1. Obligatoriske læringsaktiviteter: Deltagelsespligt og aflevering

Det er et krav på flere uddannelseselementer, at den studerende skal have gennemført en række obligatoriske læringsaktiviteter for at kunne deltage i eksamen. Er de obligatoriske læringsaktiviteter ikke gennemført, kan den studerende ikke deltage i eksamen og har brugt et eksamensforsøg. Den studerende er automatisk tilmeldt den næste eksamen og skal fortsat opfylde betingelserne for at kunne gå til eksamen.

De obligatoriske læringsaktiviteter varierer fra uddannelseselement til uddannelseselement og kan bestå i eksempelvis deltagelsespligt, præsentationer eller afleveringer. De obligatoriske læringsaktiviteter på e-handel er beskrevet som adgangskrav til eksamen og fremgår af de eksamenskataloger for uddannelsen.

5.3.2. Studiestartprøven

Cphbusiness afvikler studiestartsprøver på alle uddannelser. En studerende skal bestå studiestartsprøven for at kunne fortsætte på uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen § 11.

Studiestartsprøven
Tidsmæssig placering: Studiestartsprøven afholdes senest to måneder efter uddannelsens start
Form: Studiestartsprøven er beskrevet i uddannelsens eksamenskatalog
Bedømmelse: Godkendt/ikke godkendt
Adgangsgrundlag: Intet
Konsekvenser af manglende beståelse: Er prøven ikke bestået i første forsøg, har den studerende endnu et forsøg, der afholdes senest tre måneder efter uddannelsens start. Bestås prøven ikke i andet forsøg, kan den studerende ikke fortsætte på uddannelsen og udmeldes, jf. eksamensbekendtgørelsens § 11 og adgangsbekendtgørelsens § 36, nummer 2.
Særligt for studiestartsprøven: Studiestartsprøven er ikke omfattet af reglerne om klager over prøver, jf. eksamensbekendtgørelsen § 11, stk. 4. Cphbusiness kan for den enkelte studerende dispensere fra de tidspunkter, der er fastsat for at bestå studiestartsprøven, hvis det er begrundet i sygdom, barsel eller usædvanlige forhold. Disse forhold skal være dokumenterede.

5.4. Krav til bachelorprojektet

Bachelorprojektet på e-handel skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og centralt anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der således skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Cphbusiness godkender problemstillingen.

Eksamen i bachelorprojektet afvikles som en ekstern prøve, som sammen med den sidste prøve efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Prøven består i et skriftligt projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at den sidste prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået. For yderligere information om det afsluttende eksamensprojekt henvises til manualen for bachelorprojektet.

Bachelorprojekt
Omfang: 15 ECTS
Tidsmæssig placering: 3. semester
Formål: Bachelorprojektet skal dokumentere den studerendes forståelse af og evne til at reflektere over professionens praksis og anvendelse af teori og metode i relation

til en praksisnær problemstilling. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og professionen, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Institutionen godkender problemstillingen.

Læringsmål: Læringsmålene for bachelorprojektet er identisk med uddannelsens læringsmål, der fremgår ovenfor under uddannelsens samlede mål for læringsudbytte i afsnit 1.1.

Bedømmelse:

Prøven er en mundtlig og skriftlig prøve med ekstern censur, hvor der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation

5.4.1. Hvad betyder formulerings- og staveevner for bedømmelsen?

Ved bedømmelse af bachelorprojektet indgår den studerendes stave- og formuleringsevne i bedømmelsesgrundlaget, uanset hvilket sprog projektet er skrevet på, idet det faglige indhold dog vægter tungest, jf. eksamensbekendtgørelsen § 37, stk. 4.

5.5. Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er som udgangspunkt tilladt, med mindre andet er fastlagt i uddannelsens eksamenskatalog.

5.6. Det anvendte sprog ved prøverne

Eksamenssproget er det samme som undervisningssproget på de enkelte uddannelseselementer, dvs. enten dansk eller engelsk. Ved dansksprogede eksaminer er det muligt at aflægge prøverne på svensk eller norsk, med mindre prøvens formål er at dokumentere den studerendes færdigheder i dansk, jf. eksamensbekendtgørelsen § 20.

6. ANDRE REGLER FOR UDDANNELSEN

6.1. Merit

Det er muligt at få meriteret uddannelsesdele fra andre institutioner eller lignende til en uddannelse på Cphbusiness.

Cphbusiness godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele på uddannelsen på Cphbusiness. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Et meriteret uddannelseselement fra et udlandsophold anses for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne for den pågældende uddannelse. Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der er relevant for en meritvurdering. Cphbusiness behandler endvidere denne ansøgning om merit efter disse bestemmelser.

6.2. Studieskift

Skift til ny uddannelse på samme eller anden uddannelsesinstitution sker efter reglerne for den nye uddannelse. Overflytning til samme uddannelse ved en anden institution kan, medmindre der foreligger særlige forhold, tidligst ske, når den studerende har bestået prøver svarende til første studieår på den modtagende uddannelse, jf. adgangsbekendtgørelsen § 34, stk.2. Overflytning forudsætter, at der er ledige uddannelsespladser på det pågældende uddannelsesstrin af uddannelsen.

Jf. adgangsbekendtgørelsen § 34 kan en studerende ansøge om studieskift. Dette skal ske til den uddannelse og institution, som den studerende ønsker at skifte til. Overflytning til samme uddannelse ved en anden institution kan, medmindre der foreligger særlige forhold, tidligst ske, når den studerende har bestået prøver svarende til første studieår på den modtagende uddannelse. Det forudsættes endvidere, at der er ledige pladser på den modtagende uddannelse.

6.3. Dispensationsregler

Cphbusiness kan fravige, hvad institutionen eller institutionerne selv har fastsat i denne studieordning, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold.

En studerende skal søge om dispensation og dokumentere de særlige forhold, der er årsag til behovet for dispensation. Cphbusiness vil behandle sagen og meddele afgørelse, når den foreligger.