

# Valgfag

Gældende fra efteråret 2024

Entrepenørskab og Design 3. semester

## Forord

I dette hæfte beskrives de valgfag, som IBA udbyder i forbindelse med Entreprenørskab og Design 3. semester

IBA forbeholder sig retten til kun at udbyde det fag, der har størst tilslutning blandt de studerende.

Fagene præsenteres og vælges på uddannelsens 2. semester

## 10 ECTS Projektledelse

### Formål:

*På valgfaget arbejdes med projektetablering, rapportering og kvalitetssikring. Der arbejdes med forskellige projekttyper, opdeling af projekt i hovedmål og delmål, og gennem praksisnære problemstillinger gives et indblik i projektstyrings faser. Der vil endvidere skulle anvendes værktøjer til estimering, prioritering, ressourcestyring, interessenter, deadlines og omkostninger, og en grundlæggende forståelse for samspillet mellem projekt og organisation, hvor estimering, opfølgning, rapportering og økonomi er væsentlige faktorer.*

### Den studerende skal have viden om:

- Skal have viden om projektstyrings områdets praksis og centralt anvendte teorier og metoder
- Skal have viden om og forståelse for organisationens situation og omgivelser

### Den studerende skal have færdigheder i at:

- Skal kunne kombinere og anvende teorier og metoder indenfor projektstyringsområdet
- Skal have overblik over forskellige projekttyper
- Skal kunne vurdere praksisnære problemstillinger og justere arbejdsgange og arbejdsprocesser i relation til projektmål og delmål
- Skal kunne formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder inden for projektstyringsområdet til projektets interessenter
- Skal kunne indsamle empiri fra projektstyringsområdet og relatere denne til egen organisation og egne ledelsesmæssige forhold, udfordringer og tiltag på relevant måde
- 

### Den studerende skal opnå kompetencer i:

- Skal kunne indgå naturligt i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser indenfor projektstyringsområdet
- Skal kunne udvikle egen ledelsespraksis indenfor projektstyringsområdet, som udgangspunkt for at identificere egne læringsbehov

### Eksamensform

Se i Projektbeskrivelsen ved studiestart

## 10 ECTS Forbrugeradfærd

### Formål:

Den studerende skal i dette fag kigge ind i forskellige psykologers viden om, hvordan mennesker træffer beslutninger, og hvordan man som virksomhed via analyser af forbrugeradfærd, med dertilhørende tiltag, kan øge virksomhedens forretning.

Denne viden kan de studerende bruge til at designe kommunikation og kundeoplevelser, så der opnås en ønsket adfærd. I dette fag kigger vi på hvordan forbrugere tænker, og hvordan man med forskellige metoder og værktøjer kan påvirke forbrugeradfærden.

Den studerende vil i dette fag få forståelse for og viden om hvilke faktorer der influerer forbrugeradfærd, samt relevansen af forbrugeradfærd i forhold til marketing og salg. Derudover til den studerende opnå forståelse for hvordan detail butikker og webshops kan influere forbrugeradfærd, og via analyser og værktøjer, være i stand til at skabe produktkampagner der kan påvirke forbrugerne

Den studerende vil også opnå kendskab til hvordan man som forbruger bliver påvirket af grupper og sociale medier, samt forbruger kulturer, og i sidste ende Bruge den opnåede viden om forbrugeradfærd.

Den studerende skal i faget analysere sammenhængen mellem brands og forbrugeradfærd, og opnå forståelse for, og viden om, branding og brandværdi, samt brand anatomi og arkitektur.

### Den studerende skal have viden om:

- Forståelse for og viden om hvilke faktorer der influerer forbrugeradfærd
- Forståelse for forbrugeradfærd og dens relevans i forhold til marketing og salg
- Detail butikkers indflydelse på forbrugeradfærd
- Grupper og sociale mediers påvirkning af forbrugeradfærd
- Forbruger kulturer og globale forbrugere
- Online forbrugere – hvordan adskiller de sig fysiske forbrugere
- Faktorer der influerer den fremtidige forbruger
- Forståelse for og viden om den online forbrugerkultur

### Den studerende skal have færdigheder i at:

- Anvende fagområdets centrale metoder og redskaber til at identificere udviklingspotentialer baseret på forbrugeradfærd
- Bruge viden om forbrugeradfærd til at øge virksomhedens forretning
- Analysere forbruger online og offline
- Forstå hvordan man kan influere forbrugeradfærd.
- Analysere sammenhængen mellem indholdet på de digitale platforme og forbrugeradfærd
- Evaluere indflydelsen af online medier på forbrugeradfærd

### Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Udarbejde produktkampagner baseret på analyse og viden om forbrugeradfærd, online og offline.

- Være en kritisk forbruger online og offline.
- Bruge branding som et aktivt marketingværktøj
- Opbygge og fastholde et brand
- Evaluere indflydelsen af brands på forbrugeradfærd

Eksamensform

Se i Projektbeskrivelsen ved Studiestart

## 10 ECTS Portfolio

### Formål:

Den studerende skal i forløbet arbejde med at præsentere sig selv igennem port folien, hvor den potentielle arbejdsgiver (eksaminator) ikke kender projekterne på forhånd. Det er derfor vigtigt, at portfolien ikke blot præsenterer, men også klart og tydeligt formidler de kompetencer, som den studerende har opnået igennem sit studie. Valgfaget skal betragtes som et redskab, der har til formål at gøre den studerende i stand til bedre at sælge sig selv til en potentiel arbejdsgiver efter endt studie.

### Den studerende skal have viden om:

- Viden om Personlig branding og kommunikation.
- Viden om eget talent
- Viden om design af fysisk/digital portfolio.

### Den studerende skal have færdigheder i at:

- At kunne præcisere og præsentere kompetencer opnået på studiet samt egen faglige profil kort og præcist.
  - Anvendelse af InDesign, 2D computerprogram i relation til design af en fysisk printet eller digital portfolio.
- At præsentere sig selv i forhold til en mulig arbejdsgiver og et potentielt job.

### Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- At præsentere sig selv og sine faglige kompetencer gennem en fysisk eller digitalportfolio.
- At arbejde i 2D programmer på basisniveau. •
- At skabe offline eller online præsentationsmateriale på basisniveau.

Eksamensform

Se i projektbeskrivelsen ved studiestart

## - 10 ECTS Digital Markedsføring

### Formål:

Undervisningens emner/temaer kommer i en på hinanden følgende progression. Først udarbejdelse af strategi, målgruppe samt kommunikationsmål. Herefter oprettelse af hjemmeside/blog, SEOoptimering, Google adwords, Google Analytics, SoMe Kampagne, opfølgning Google analytics samt analyse redskaber SoMe, evaluering af strategi, mål og effekt.

### Den studerende skal have viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og den digitale strategis betydning og relevans.
- Strategisk anvendelse af digital marketing i relation til virksomhedens kommunikationsstrategi.
- Centrale begreber i relation til brugervenlighed og designteori ved konstruktion af hjemmesider/blogs.

### Den studerende skal have færdigheder i at:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online
- SEO optimere en hjemmeside/blog
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder
- Vurdere og begrunde behov samt og udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier
- Analysere og udvikle relevant "content" til virksomhedens digitale kommunikation
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi
- Udarbejde en kampagne på sociale medier med relevans for en valgt målgruppe
- Anvende forskellige analytics og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen

Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater

### Den studerende skal opnå kompetencer i:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring.
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter.
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsførings-indsats.

## Eksamensform

Se i projektbeskrivelsen ved studiestart