



#### 4. semester HA

##### Oplysninger om semestret

Skole: Økonomi og Ledelse  
Studienævn: 'Erhvervsøkonomiske Studienævn'  
Studieordning: Bachelor i Erhvervsøkonomi 2013  
Semesterkode og studieordningskode: ???

##### Semestrets temaramme

4. semesters temaramme er virksomheden og organisationens virke i eksterne omgivelser og omfatter de enkelte moduler: Dataanalyse og statistik, marketing og markedsanalyse og strategi og strategiprojekt. Modulerne sætter fokus på analyse af omgivelserne samt samspillet mellem virksomheder og organisationer og deres omgivelser.

4. semester vil i lighed med de øvrige semestre på HA uddannelsen blive gennemført med udgangspunkt i en PBL pædagogik. Det betyder, at aktiviteterne på semestret gennemføres ud fra en række overordnede principper, der er beskrevet nedenfor og som er styrende for opbygningen af: Det samlede semester, de enkelte moduler der udgør semestret, samt i enkelte undervisningsgange, der er relateret til de enkelte moduler. Principperne indeholder følgende elementer. Kurser og projekter er begge centrale elementer i den PBL læring, der foregår på dette semester. Der vil i forbindelse med undervisningen være en præsentation af forskellige virkelighedsnære problemer, som kan identificeres i virksomheder og organisationer i deres samspil med de eksterne omgivelser. Disse problemstillinger er, i sammenhæng med den teoretiske undervisning, udgangspunkt for en læreproces, som gør det muligt for de studerende, at anvende og iværksætte de begreber, teorier, færdigheder og den grundlæggende viden, som de opnår inden for de enkelte fag.

Det er vigtigt, at de begreber der er udgangspunktet i undervisningen knyttes til relevante problemstillinger, der kan identificeres i virksomheder eller i virksomhedernes kontekst. Det er også vigtigt at de studerende i forbindelse med deres projekter arbejder med problemstillinger i spændingsfeltet mellem teori og praksis.

For at projektet kan identificeres som PBL orienteret, skal det som minimum indeholde en central problemformulering, der udspringer af en reel undren over empiriske og/eller teoretiske problemstillinger. Der opfordres til, at der arbejdes med tværfaglige problemstillinger i relation til projektmodulet.

De studerende skal i forbindelse med kurserne og projektarbejdet udvikle færdigheder i at tilegne, organisere, sammenstille og konstruere viden således, at de også vil være i stand til at vurdere, integrere og anvende viden, som ikke er eksplicit inkluderet i studieordningen.

Det er på 4. semester, at de studerende første gang møder virksomhedens eksterne omgivelser i form af markeder, kunder og eksterne interessenter, samt hvilken betydning dette har for virksomhedens strategiske aktiviteter. Det er også her de studerende skal stifte bekendtskab med de kvantitative metoders brug og betydning i virksomhedens processer. Semestrets fag understøtter hinanden i en teoretisk og metodisk kombination. De studerende møder for første gang dataanalyse og statistik, som giver en forståelse af hvorledes statistiske analyser fungerer og kan anvendes i virksomhedens beslutninger. I forlængelse af dette møder de studerende også for første gang, marketing, som i sammenhæng med markedsanalyse giver et teoretisk og metodisk indspil til, hvad kunderne betyder for virksomheden og hvordan virksomheden kan indsamle og bruge viden om kunderne. Endelig virker studiefagsmodulet strategi og strategiprojekt samlende for semestret, hvor strategi samler på tværs af erhvervsøkonomiske discipliner, både marketing som er indbefattet i 4. semester men også erhvervsøkonomiske fag fra 2. og 3. semester., f.eks. organisation, økonomi og innovation samt de metodiske fag: 2. og 3. sem., dataanalyse og statistik og markedsanalyse. I de tre studiefagsmoduler skal de studerende tilegne sig konkret viden i forhold til studiefagsmodulernes læringsmål, ligesom de skal være understøttede i forhold til semestrets centrale PBL orienterede projektforbøb.

### **Semestrets organisering og forløb**

HA 4. semester indeholder følgende moduler:

- Dataanalyse og statistik, 10 ECTS, 23 dobbeltforelæsninger + 22 øvelsesgange
- Marketing og markedsanalyse, 10 ECTS, 24 dobbeltforelæsninger
- Strategi og strategiprojekt, 10 ECTS, 15 dobbeltforelæsninger + 2 seminarer + projektarbejde

### **Semesterkoordinator og sekretariatsdækning**

Semesterkoordinator: Jens Holmgren, Lektor

Sekretariatsdækning: Karina Knudsen