



Oplysninger om semesteret

Skole: Økonomi og Ledelse

Studienævn: Erhvervsøkonomisk studienævn

Studieordning: HA 2017: https://www.fak.samf.aau.dk/digitalAssets/307/307476_studieordning-for-bacheloruddannelsen-i-erhvervsøkonomi--2017.06.29-.pdf

2017.06.29-.pdf

Semesterets temaramme

4. semesters temaramme er virksomheden og organisationens virke i eksterne omgivelser og omfatter de enkelte moduler: Kvantitativ metode (10 ECTS) og strategi og marketing inklusiv projekt (20 ECTS). De to moduler fokuser på analyse af omgivelserne samt samspillet mellem organisationer og deres omgivelser.

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 kvantitative metoder, 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. Denne viden kombineres med den strategiske disciplin, hvor de studerende stifter bekendtskab med grundlæggende strategiske begreber, som sætter dem i stand til at udarbejde en markedsorienteret strategi.

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 læringsprocesserne på dette semester.

Det er vigtigt at de studerende i forbindelse med deres projekter arbejder med problemstillinger i spændingsfeltet mellem teori og praksis. I modulet kvantitativ metode skal der laves et mini-projekt, hvor der analyseres et datasæt ud fra modeller og metoder fra modulet. I modulet strategi og marketing laves et projekt på max. 80 sider

omhandlende en praktisk case, hvor den enkelte gruppe identificerer en problemstilling der bearbejdes. Underviserne vil præsentere forskellige virkelighedsnære problemer, som udfordrer virksomheder og organisationer i samspillet med deres omgivelser. Disse problemstillinger er, i sammenhæng med det teoretiske pensum, udgangspunkt for en læreproces, som skal gøre 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 teorier og begreber fra undervisningen anvendes til at belyse og analysere relevante problemstillinger, der identificeres i virksomhederne/organisationerne eller i deres kontekst.

Semesterets organisering og forløb

HA 4. semester indeholder følgende moduler:

Kvantitativ metode, 10 ECTS, 23 dobbeltforelæsninger + 17 øvelsesgange.

Strategi og marketing 20 ECTS, 23 dobbeltforelæsninger + 3 gæsteforelæsninger, samt projektarbejde.

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Semesterkoordinator: Ole Friis, Lektor

Sekretariatsdækning: Karina Knudsen, karknud@business.aau.dk