

Fagbeskrivelse: Erhvervsøkonomi (suppleringskursus)

| | |
|---|--|
| ECTS: 0 | Periode: Efterårssemester 2016 |
| Niveau: Kandidat | Semesterplacering: 1. semester |
| Primær uddannelse: Kandidatuddannelsen i informationsteknologi - it, kommunikation og organisation | Undervisningssprog: Dansk |
| Deltagerbegrænsning: Faget udbydes kun til ITKO-studerende. | Kurstype: suppleringskursus |
| Sted: Aarhus | Institut: Institut for Virksomhedsledelse |
| EKA kode: 450162E018 | |

| | |
|---|---|
| <p>Kvalifikationsbeskrivelse</p> | <p>Efter at have fulgt faget vil den studerende kunne forstå, hvilke rammer ledelsen af en virksomhed har for at træffe økonomisk rationelle beslutninger. Endvidere vil den studerende kunne anvende de metoder, modeller og værktøjer en sådan beslutningstagen bygger på. Specifikt bliver den studerende i stand til at:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forstå de generelle og specifikke problemstillinger, som økonomistyring som fagområde bygger på • forstå og kunne anvende begreber og metoder inden for omkostningsstyring og allokering • forstå og kunne anvende begreber og metoder for prisfastsættelse og produktplanlægning • forstå og kunne anvende metoder og begreber til præstationsvurderinger og til præstationstyring – både finansielle og ikke-finansielle • forstå og kunne anvende forskellige budgetteringsmetoder samt metoder til finansiell kontrol. <p>Kompetenceniveauet skal være, således at den studerende efter at have gennemført undervisningen kan udarbejde enkle budgetforslag, deltage i diskussioner vedrørende forskellige omkostningsfordelingsmetoder, forstå prisdannelsens elementer samt foretage økonomiske periodeopfølgninger i en virksomhed eller på et projekt.</p> |
| <p>Indhold</p> | <p>I enhver virksomhedstype er det ledelsens opgave at udvikle mål og planer, allokere ressourcer til forskellige formål, identificere de omkostninger og fordele, der er forbundet med gennemførelse af planer og aktiviteter, evaluere og kontrollere virksomhedens præstationer samt motivere individers og teams' formålsbestemte adfærd. Økonomistyring hører til blandt de værktøjer, en leder på et hvilket som helst</p> |

| | |
|----------------------------------|--|
| | <p>organisatorisk niveau bør kunne anvende i sin opgaveløsning. Økonomistyringen skal ses i tæt sammenhæng med fag såsom ledelse, organisation, projektledelse markedsføring og logistik.</p> <p>Specifikt er det meget relevant at projektledere inden for enhver branche er i stand til at udføre en detaljeret styring- og planlægningsopgave i forbindelse med større projekter, som it-projekter normalt er. Økonomistyring er det fælles tværgående sprog i projekter, hvorfor faget er helt centralt for en ITKO-studerende.</p> <p>Faget fokuserer primært på følgende problemstillinger:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omkostninger og prisfastsættelse i forhold til definition af omkostninger, vurdering af relevans samt allokering vha. forskellige allokeringmetoder • Finansielle og ikke-finansielle præstationsmål i form af f.eks. ROI (forrentning af investeringer) og balanced scorecard • Budgettering og finansiel kontrol • Decentralisering og styring af decentrale enheder i en virksomhed. |
| Underviser | Lars Hedager |
| Timer - Uge - Periode | Gennemsnitligt 4 timer i 5 uger |
| Anbefalede forudsætninger | Det anbefales, at deltagerne behersker de grundlæggende funktioner i Excel før semesterstart. |
| Undervisningsformer | <p>Det tilstræbes at gennemføre faget via dialogbaseret undervisning, hvor gennemgang af pensum kombineres med relevante cases, spørgsmål og opgaveløsning. Ved større hold opdeles holdet i perioder i mindre enheder, der muliggør den dialogbaserede undervisning specielt i de dele der omhandler opgaveløsning og casediskussion.</p> <p>Undervisningen opdeles i lektioner med underviserstyret dialogbaseret undervisning og øvelsetimer med caseløsning, hvor underviseren fungerer som coach og vejleder.</p> |
| Eksamensoplysninger | <p>De studerende skal løse en obligatorisk caseopgave i grupper på 3-4 personer. Casen er ikke karaktergivende, men adgangsgivende til den mundtlige eksamen.</p> <p>Hver studerende eksamineres i fuldt pensum med udgangspunkt i den løste caseopgave. Eksaminationstid: 20 minutter uden censur med bedømmelsen bestået/ikke bestået.</p> <p>En evt. reeksamen eller svøgeeksamen tilrettelægges i samme</p> |

| | |
|-------------------|--|
| | semester. |
| Censur | ingen censur |
| Bedømmelse | Bestået/ikke bestået |
| Litteratur | <p>Management Accounting for Decision Makers with MyAccountingLab access card, 7/E. Peter Atrill, University of Plymouth Business School, Eddie McLaney. 2012. ISBN-10: 0273762265 ISBN-13: 9780273762263©2012 Pearson.</p> <p>Diverse cases og opgaver som offentliggøres via Blackboard.</p> |

Fagbeskrivelse: Systemarkitektur (suppleringskursus)

| | |
|---|--|
| ECTS: 0 | Periode: Efterårssemester 2016 |
| Niveau: Kandidat | Semesterplacering: 1. Semester |
| Primær uddannelse: Kandidatuddannelsen i informationsteknologi – it, kommunikation og organisation | Undervisningssprog: Dansk |
| Deltagerbegrænsning: Faget udbydes kun til ITKO-studerende. | Kurstype: suppleringskursus |
| Sted: Aarhus | Institut: Institut for Virksomhedsledelse |
| EKA kode: 450162E021 | |

| | |
|----------------------------------|---|
| Kvalifikationsbeskrivelse | <p>Efter at have gennemført kurset skal de studerende kunne gøre rede for principperne for it-systemers opbygning. Den studerende skal således kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forklare en typisk Von Neumann arkitektur (CPU, lager, bus, I/O enheder): opbygning, virkemåde og dens indflydelse på it-systemer • forklare lagringsmedier, herunder sekundært lager, Filbegrebet og databaseorganisering • forklare organisering og kodning af data herunder forskellen mellem program og data. • forklare datakommunikation (hard- og software til kommunikation; protokoller) • sammenfatte programmeringssprog (maskinsprog, symbolsk maskinsprog, højniveausprog) • sammenfatte systemsoftware (operativsystemer) • beskrive typiske sikkerhedsrisici for it-systemer |
| Indhold | <p>For at kunne identificere og analysere muligheder for udvikling og anvendelse af it-systemer i fremtidige kontekster, er det nødvendigt med kendskab til muligheder og begrænsninger som it teknologien giver. Man kan ikke arbejde med E-handel eller andre virksomhedsapplikationer uden at kende de teknologier, som løsningerne afvikles på. Faget giver sammen med de andre teknologifag denne viden.</p> <p>Informationssystemers opbygning herunder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - grundlæggende principper for opbygning af computere med hardware og software - samarbejdende computere i netværk - datakommunikation og protokoller - databegrebet |
| Underviser | Jørn Rasmussen |
| Timer – Uge – Periode | 4 timer i 5 uger |

| | |
|----------------------------|--|
| Undervisningsform | <p>Forelæsninger. Diskussioner. Opgaver.</p> <p>Ved meget små hold kan undervisningen tilrettelægges, så undervisningsformen tager hensyn til, at der er få deltagere, og således at ressourcerne udnyttes bedst muligt. Det kan betyde en ændring i undervisningsformen.</p> |
| Eksamensoplysninger | <p>Mundtlig 20 minutters prøve uden censur med bedømmelsen bestået/ikke bestået. En evt. reeksamen tilrettelægges i samme semester.</p> <p>I undervisningsforløbet afleveres desuden en obligatorisk opgave med et omfang svarende til ca. 5 A4-sider. Opgaven løses individuelt og bedømmes bestået/ikke bestået uden censur og er en forudsætning for deltagelse i eksamen. Underviseren kan konvertere opgaven til mindre ugeopgaver.</p> |
| Censur | ingen censur |
| Bedømmelse | Bestået/ikke bestået |
| Litteratur | <p>Grundbog:</p> <p>J. Glenn Brookshear 2015, Computer Science: An Overview" 12/E</p> <p>Larry Long and Nancy Long 2005: "Computers – information technology in perspective" 12/E Kap. 5.1 og 5.2 (gøres elektronisk tilgængelig)</p> |

Fagbeskrivelse: Organisation (suppleringskursus)

| | |
|---|--|
| ECTS: 0 | Periode: Efterårssemester 2016 |
| Niveau: Kandidat | Semesterplacering: 1. semester |
| Primær uddannelse: Kandidatuddannelsen i informationsteknologi - it, kommunikation og organisation | Undervisningssprog: Dansk |
| Deltagerbegrænsning: Faget udbydes kun til ITKO-studerende. | Kurstype: suppleringskursus |
| Sted: Aarhus | Institut: Institut for Virksomhedsledelse |
| EKA kode: 450162E020 | |

| | |
|----------------------------------|--|
| Kvalifikationsbeskrivelse | <p>At de studerende kan identificere, analysere og vurdere den adfærd, der udspiller sig i organisationer, således at de kan udvikle, lede og implementere informationsteknologiske forandringer baseret på diagnoser af organisatoriske og ledelsesmæssige fænomener på makro- (design af organisationsstruktur og ledelses- og styringssystemer) og mikroniveau (organisationsmedlemmers adfærd).</p> <p>De studerende skal således kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• anvende og kritisere basale værktøjer til organisatoriske analyser ud fra forskellige perspektiver• forstå, evaluere og kritisk vurdere organisationsteorier• analysere og tilrettelægge organisationsdesign (formelle strukturer) og organisatoriske samarbejds- og kommunikationsprocesser• fortolke og kritisk vurdere organisationens fysiske og sociale strukturer (Organisations livscyklus, bureaukrati, differentiering, specialisering, størrelse, åben system teori, geografiske placering, organisatorisk identitet, image)• forstå og evaluere teknologiens indflydelse på organisationsdesign, strukturer og processer• forstå og evaluere organisationens kultur og klima (subkulturer, nationale forskelle,)• forstå og evaluere politiske processer, magt og kontrol• forstå og evaluere organisatorisk forandring og læring |
| Indhold | <p>It-systemer anvendes typisk til behandling og udveksling af information mellem personer internt i en organisation og mellem en organisation og dens aktører, fx kunder, i dennes omgivelser. Den organisatoriske forankring af it-løsninger i forhold til organisatoriske og ledelsesmæssige faktorer er ofte helt afgørende for succes.</p> <p>Faget har fokus på bl.a. følgende temaer:</p> <p>Hvilke kræfter påvirker menneskers adfærd og motivation, og hvordan indvirker disse på mulighederne for at skabe en effektiv psykologisk kontrakt mellem virksomheden og medarbejderne?</p> <p>Hvilke faktorer, der er afgørende for en effektiv ledelsesform, og i</p> |

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>hvilken grad er det muligt at afstemme lederstil til forskellige situationer?</p> <p>Hvilke kræfter skaber gruppesynergi i en organisation, og hvad kan en leder gøre for hhv. at fremme positiv gruppesynergi og hæmme eller forhindre negativ synergi?</p> <p>Hvilke organisatoriske designmuligheder findes, og hvilke overvejelser ligger bag et konkret løsningsvalg i forhold til kommunikations- og informationsteknologiske muligheder og begrænsninger?</p> <p>Hvilken indflydelse har organisationens kultur på virksomhedens effektivitet og udviklingsmuligheder, og i hvilken grad kan ledelsen styre ved hjælp af kulturen?</p> |
| Underviser | Jørn Flohr Nielsen |
| Timer - Uge - Periode | 4 timer i 5 uger |
| Undervisningsform | <p>Undervisningen består af 3 forskellige typer aktiviteter:</p> <p>Teorioplæg med diskussion Øvelses-sessioner Præsentation.</p> <p>I teorioplæggene præsenteres de væsentligste teorier og modeller for forståelsen af organisations- og kommunikationsadfærd.</p> <p>I øvelserne arbejdes der med diagnose af praktiske cases, der relaterer sig til de centrale temaer inden for organisations, kommunikations- og ledelsesadfærd.</p> <p>I undervisningsforløbet skal de studerende i grupper forberede og præsentere en case med tværgående problemstillinger.</p> <p>Ved meget små hold kan undervisningen tilrettelægges, så undervisningsformen tager hensyn til, at der er få deltagere, og således at ressourcerne udnyttes bedst muligt. Det kan betyde en ændring i undervisningsformen.</p> |
| Eksamensoplysninger | <p>Mundtlig 20 minutters prøve uden censur med bedømmelsen bestået/ikke bestået.</p> <p>En evt. reeksamen eller sygeeksamen tilrettelægges i samme semester.</p> <p>I undervisningsforløbet afleveres desuden en obligatorisk opgave med et omfang svarende til 3-5 A4-sider. Opgaven løses individuelt og bedømmes godkendt/ikke godkendt uden censur og er en forudsætning for deltagelse i eksamen. Underviseren kan konvertere opgaven til mindre ugeopgaver. Hvis den obligatoriske opgave ikke består, tilbydes den studerende en ny opgave inden den tilknyttede eksamen. Tredje forsøg vil tidligst kunne finde sted i det følgende ordinære undervisningsforløb for samme semester.</p> |

| | |
|-------------------|---|
| Censur | ingen censur |
| Bedømmelse | Bestået/ikke bestået |
| Litteratur | <p>Sinding, Waldstrøm, Kreitner og Kinicki (2014): Organizational behavior, 5th Edition, McGrawHill. Kapitel 1, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16.</p> <p>Kort uddrag fra Daft (2010): Organization Theory and Design, South-Western, Cengage Learning.</p> <p>Enkelte artikler</p> |

Fagbeskrivelse: Marketing (suppleringskursus)

| | |
|---|--|
| ECTS: 0 | Periode: Efterårssemestret 2016 |
| Niveau: Kandidat | Semesterplacering: 1. Semester |
| Primær uddannelse: Kandidatuddannelsen i informationsteknologi – it, kommunikation og organisation | Undervisningsprog: Dansk |
| Deltagerbegrænsning: Faget udbydes kun til ITKO-studerende. | Kurstype: suppleringskursus |
| Sted: Aarhus | Institut: Institut for Virksomhedsledelse |
| EKA kode: 450162E019 | |

| | |
|----------------------------------|---|
| Kvalifikationsbeskrivelse | <p>Med udgangspunkt i grundlæggende marketingteorier, skal de studerende kunne udarbejde en markedsføringsplan for et givent produkt i en eksisterende eller fiktiv virksomhed.</p> <p>De studerende skal således kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• forstå og evaluere grundlæggende marketingteorier• forstå marketing management i en strategisk sammenhæng• forstå forskellige markedsrelationers vigtighed for opnåelse af succes• analysere forbrugeradfærd og industriel købsadfærd i forhold til en given problemstilling• forklare og analysere segmenteringens vigtighed• analysere og vurdere parameter/marketingmix (de 4 P'er) i forhold til en given problemstilling• forstå og vurdere digitaliseringens indflydelse på marketing management - herunder markedskommunikation |
|----------------------------------|---|

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Indhold</p> | <p>Virksomhedens kommunikations- og organiseringsaktiviteter bygger i bred forstand på en forståelse af markedssucces som det fundamentale i langsigtet profitabilitet og kommerciel overlevelse. Markedsforståelse og markeds kommunikationen danner således grundlaget for virksomhedens aktiviteter generelt, og marketing som disciplin skaber rammen for virksomhedens kommunikation internt og eksternt.</p> <p>Den stadig større betydning, som elektroniske medier har i forståelsen af virksomheden, markedet og køberen, betyder blot at grundig indsigt i markedsrelationen bliver endnu mere væsentlig i planlægningen og udførelsen af virksomhedens kommunikationsaktiviteter.</p> <p>Fagets indhold afspejler marketing disciplinens bredde og det særlige fokus på informationsteknologiens betydning:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing som virksomhedsfilosofi • Vigtigste marketingbegreber • Strategi i en marketingkontekst (herunder konkurrence- og vækststrategi) • Forbrugeradfærd og industriel købsadfærd • Segmentering, målgruppevalg og positionering • Produkter og Serviceydelser • Distribution og e-commerce • Prisfastsættelse • Markeds kommunikation • Marketing in the digital age • Distribution og e-commerce • Industriel marketing |
| <p>Underviser</p> | <p>Birger Boutrup Jensen</p> |
| <p>Timer - Uge - Periode</p> | <p>- 4 forelæsninger om ugen i de 2 første uger - 3 forelæsninger om ugen i de 3 sidste uger - 1 virtuel time via Discussion board i de 3 sidste uger</p> |
| <p>Undervisningsform</p> | <p>Der vil være tale om et miks af forskellige undervisningsformer for at tilgodese læringen i et intensivt forløb. Herunder:</p> <p>- Forelæsning og klassediskussion ud fra mindre case eksempler - Gruppepræsentationer af udvalgte emneområder - Virtuel time til casediskussion og opfølgende aktiviteter - Screencasts</p> <p>Ved meget små hold kan undervisningen tilrettelægges, så undervisningsformen tager hensyn til, at der er få deltagere, og således at ressourcerne udnyttes bedst muligt. Det kan betyde en ændring i undervisningsformen.</p> |

| | |
|----------------------------|--|
| Eksamensoplysninger | <p>Det er en forudsætning for at deltage i eksamen, at der afleveres en individuel skriftlig opgave på minimum 7 A4-sider, som udarbejdes sideløbende med undervisningsforløbet. Opgaven består i at udvikle en markedsføringsplan for en virksomhed eller et produkt efter eget valg. Kravene til opgaven vil blive gennemgået i screencast før undervisningen. Hvis den obligatoriske opgave ikke afleveres på det af underviser fastsatte tidspunkt, skal den studerende aflevere en ny opgave inden reeksamen.</p> <p>Mundtlig 20 minutters prøve uden censur med bedømmelsen bestået/ikke bestået. Eksamen tager udgangspunkt i casen fra den studerendes obligatoriske opgave, hvortil der stilles spørgsmål fra pensum.</p> |
| Censur | ingen censur |
| Bedømmelse | Bestået/ikke bestået |
| Litteratur | Freytag, P. et al. (2009). Marketing – en introduktion. Syddansk Universitets Forlag. |