

Kompetenceprofil for BA i Interkulturel Markedskommunikation (IMK)

Uddannelsen sætter bacheloren i stand til at tænke interkulturel markedskommunikation på dansk og engelsk ind i en samlet strategisk marketingplan, som er baseret på metodisk stringente analyser af virksomhedens interne og eksterne forhold.

Bacheloren kan, på baggrund af videnskabsteoretisk refleksion, analysere kulturelle, sproglige og økonomiske betingelser samt forholde sig til juridiske forhold ved tilstedeværelse på danske og udenlandske markeder. De enkelte faglige analyser samles til tværfaglige anbefalinger og handlinger.

Bacheloren kan således arbejde produkt- og procesorienteret med interkulturelle marketing- og kommunikationsstrategier og omsætte disse strategier til kommunikative handlinger, fx i forbindelse med rådgivning om og udarbejdelse af markedsføringsmateriale, ansvar for webtekster, mundtlig og skriftlig kommunikation generelt om virksomheden samt kunde- og leverandørkontakt.