

# Kompetenceprofil for HA i markeds- og kulturanalyse (HA MAK)

---

HA i markeds- og kulturanalyse er interdisciplinær og forskningsbaseret, og bygger på CBS stærke forskningsmiljøer inden for tre fagblokke:

- Erhvervsøkonomi
- Kulturstudier, forbrugerstudier og sociologi
- Marketing, kommunikation og innovation

Viden og forståelse:

- Viden om kulturelle, økonomiske og sociale aspekter af forbrugsprocesser på teoretisk, analytisk og strategisk niveau
- Viden om erhvervsøkonomi
- Veludviklet forståelse for den strategiske værdi af forbrugerindsigt inden for forretningsudvikling, markedsføring, produktudvikling og markedsinnovation
- Viden om interdisciplinære kvalitative og kvantitative metoder inden for forbrugerstudier

Færdigheder:

- Analysere, fortolke, kommunikere og anvende forbrugerindsigt strategisk inden for forretningsudvikling, markedsføring, produktudvikling og markedsinnovation
- Designe, udføre og evaluere kvalitative og kvantitative undersøgelser
- Arbejde med og reflektere over forskellige kultur- og forbrugeranalytiske metoder
- Argumenter for vidensgrundlaget af organisatoriske, strategiske og erhvervsøkonomiske beslutningsprocesser

Kompetencer:

- Kan anvende kvalitative og kvantitative forbrugerstudiemetoder som grundlag for organisationers tiltag, beslutninger og strategier
- Kan gøre brug af forbrugerindsigt strategisk i ledelses- og beslutningsprocesser
- Kan effektivt formidle undersøgelsesresultater til et bredt publikum