



Markedsføringsøkonom 2009-2011

Indhold

Fælles del:

1. Uddannelsen	4
1.1. Formål	4
1.2. Omfang	4
1.3. Mål for læringsudbytte	4
1.4. Titulatur	5
2. Uddannelsens indhold og struktur	6
3. Læringsmål for kerneområderne	8
3.1. International markedsføring og salg (30 ECTS)	8
3.2. Økonomi (20 ECTS)	8
3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	9
3.4. Erhvervsret (10 ECTS)	10
4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:	12
4.1 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester	12
4.1.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	12
4.1.2 Økonomi (5 ECTS)	13
4.1.3 Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)	14
4.1.4 Erhvervsret (5 ECTS)	15
4.2 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester	17
4.2.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	17
4.2.2 Økonomi (5 ECTS)	18
4.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	19
4.2.4 Erhvervsret (5 ECTS)	20
4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester	21
4.3.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	21
4.3.2 Økonomi (10 ECTS)	22
4.3.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	23
4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer	24
4.4.1 Statistik - 2. semester (5 ECTS)	24
4.4.2 Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)	25
5. Praktik (15 ECTS)	27
6. Prøver	27

6.1. Oversigt over prøver og eksaminer	28
6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer	28
6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer.....	30
Institutionsdel:	
7. Valgfri uddannelseselementer	31
7.1. Oplevelsesøkonomi - 2. semester (5 ECTS).....	31
7.2. Fremmedsprog (tysk) - 2. og 3. semester (10 ECTS)	32
7.3. Markedskommunikation - 3. semester (5 ECTS).....	34
8. Regler for praktikkens gennemførelse	35
9. Indstilling til prøver	35
10. Prøver i valgfri uddannelseselementer	35
11. Internationalisering	36
12. Krav til skriftlige opgaver og projekter.....	36
12.1. Obligatoriske opgaver (Bundne forudsætninger)	36
12.2. Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS).....	37
13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer	37
14. Retningslinjer for differentieret undervisning.....	38
15. Regler om merit.....	38
16. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen.....	38
17. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.....	39
18. Ikrafttrædelsesbestemmelser	39
19. Henvisninger til gældende retsregler	39

Fælles del

1. Uddannelsen

1.1. Formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Markedsføringsøkonomen skal kunne kombinere viden om økonomiske, juridiske, organisatoriske, kulturelle, samfundsmæssige og teknologiske forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.

Endvidere skal den uddannede kunne indgå i samarbejds-mæssige sammenhænge med mennesker med forskellig uddannelsesmæssig, sproglig og kulturel baggrund.

1.2. Omfang

Uddannelsen er normeret til 2 studenterårsværk eller 120 ECTS. Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold, praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i eksaminer. Uddannelsen er en fuldtidsuddannelse og skal være afsluttet senest 4 år efter studiestart.

1.3. Mål for læringsudbytte

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå i uddannelsen, jf. bekendtgørelsen

Viden

Den uddannede har viden om

- 1) Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering,
- 2) Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) Salgets gennemførelse,
- 4) Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- 5) Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) Foretage en international markedsvurdering.
- 2) Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsmæssige emner,
- 3) Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk,
- 4) På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger
- 5) Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- 7) Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger.

Kompetencer

Den uddannede kan:

- 1) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering,
- 2) Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring,
- 3) Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf,
- 4) Tilegne sig færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen,
- 5) Håndtere handlemuligheder for en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår og
- 6) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt

1.4. Titulatur

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, opnår Erhvervsakademigraden AK og er berettiget til titlen Markedsføringsøkonom AK.

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

2. Uddannelsens indhold og struktur

Uddannelsen består af 4 semestre der tilsammen giver den færdige markedsføringsøkonom den kompetenceprofil, der er nævnt under afsnit 1. Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Det er således muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalerende læring og udprøvning fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Ligeledes kan udenlandske studerende gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

Uddannelsen består af 4 kerneområder, 2 valgfri uddannelseselementer, praktik og afsluttende eksamensprojekt. Uddannelsens indhold og ECTS omfang opdelt på kerneområder fremgår af tabellen på følgende side.

Uddannelsen struktur fremgår af nedenstående model

	International Markedsføring og Salg	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
1. semester: Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik	5 ECTS A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	10 ECTS A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS A: Retskilder B: Aftaleret C: Kreditsikring D: Virksomhedens retlige forhold	
2. semester: Strategiformulering	10 ECTS A: Markedsanalyse B: Vækststrategi C: Internationalisering D: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse C: Innovation	5 ECTS A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	5 ECTS A: Statistik el. B: 2. fremmedsprog el. C: Andet
3. semester: Strategi- implementering	10 ECTS A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlingsteknik	10 ECTS A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameteroptimering	5 ECTS A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		5 ECTS A: Driftsøkonomi el. B: 2. fremmedsprog el. C: Andet
4. semester:	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

3. Læringsmål for kerneområderne

3.1. *International markedsføring og salg (30 ECTS)*

Indhold

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik
- Markedsanalyse
- Vækststrategi
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering
- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Den studerende skal have viden om

- Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier
- Kunne vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau
- Kunne anvende forskellige markedsanalysemetoder og anvende statistiske færdigheder til vurdering af data

Den studerende skal opnå kompetencer til at

- Kunne forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft
- Kunne deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnær markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked
- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden

3.2. *Økonomi (20 ECTS)*

Indhold

- Virksomhedsanalyse
- Mikroøkonomi
- Investering og finansiering
- Beskrivende økonomi og handelsteori
- Makroøkonomi
- Budgettering og parameteroptimering

Den studerende skal have viden om

- Grundlæggende mikroøkonomiske forhold
- Elementerne i virksomheders økonomiske styring
- Det globale økonomiske kredsløb

Den studerende skal have færdigheder i at

- Udarbejde mikroøkonomiske analyser på vare- og arbejdsmarked
- Beskrive og analysere investering og finansierings alternativer
- Beskrive og analysere de væsentligste samfundsøkonomiske og demografiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Udarbejde relevante budgetter for en virksomhed og et projekt
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At kunne vurdere en virksomheds økonomiske udvikling og benytte budgettering i den økonomiske styring
- At placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf ved inddragelse af pris – og indkomstelasticiteter
- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til analyse og vurdering af et marked.

3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)**Indhold**

- Analyse af kommunikationsformer og strategier samt kulturel kontekst
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng
- Analyse af virksomhedens struktur, ledelse, værdier, processer, motivationsfaktorer og kultur
- Innovation og organisationsudvikling
- Salgsorganisering
- Projektledelse og styring
- Analyse og vurdering af virksomhedens supply chain
- Analyse og vurdering af supply chain management

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger indenfor kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik
- Metoder og teorier indenfor salgsorganisering
- Elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet

- Teorier og metoder til implementering af organisatoriske og innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale, som non verbale virkemidler samt kulturforskelle
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og – former

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM
- Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- at kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- at planlægge og styre forskellige typer af projekter
- at kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ide udvikling og innovation som konkurrenceparameter
- at præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- at kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

3.4. Erhvervsret (10 ECTS)

Indhold

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret
- Pant og kaution

- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

Den studerende skal have viden om

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- De overordnede ferieregler
- Akkordreglerne
- Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældslovens regler
- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Grundlæggende internationalt privatretlige regler
- Grundlæggende immaterialretlige regler
- Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling

Den studerende skal have færdigheder i at

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder produktansvar
- E-handel
- Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, navnlig funktionærret
- Insolvensret
- Ejendomsforbehold
- Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

Den studerende skal opnå kompetencer til

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2000

4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer, der har et samlet omfang på 95 ECTS-point, valgfri uddannelseselementer, der har et omfang på 10 ECTS-point samt et afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS-point. Fordelingen er således:

<p>1. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS)</p>	<p>2. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS) Valgfri uddannelseselement (5 ECTS)</p>
<p>3. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (10 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) Valgfri uddannelseselement (5 ECTS)</p>	<p>4. semester: Obligatorisk praktik (15 ECTS) Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)</p>

4.1 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester

4.1.1 INTERNATIONAL MARKEDSFØRING OG SALG (10 ECTS)

Indhold:

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk.
- og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier.
- Kunne vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer.
- Identificere virksomhedens stakeholders og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd.
- Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden.
- Formidle virksomhedens stærke og svage sider og trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere.

- Behandle en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer.
- Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- Udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- Udarbejde test for goodness of fit
- Udarbejde test antalstabeller

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- Bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter
- Vurdere selvstændigt en statistisk bearbejdet markedsanalyse.

4.1.2 ØKONOMI (5 ECTS)**Indhold:**

- Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. Break-even analyser
- Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter
- Virksomhedsanalyse
- Markedsforhold, nytte og efterspørgsel
- Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om**

- Virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- Virksomhedens omkostningsforløb herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- Virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- Virksomheders økonomiske styringsområder herunder målsætning og opgaver
- Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- Virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra.
- Virksomhedens pengestrømme
- Virksomheders supplerende rapporteringsformer herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteters betydning
- Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

Den studerende skal have færdigheder i at

- vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika
- analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktierelaterede nøgletal
- kunne formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter
- analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet.

Den studerende skal opnå kompetencer til

- at kunne vurdere hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- at kunne påpege hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- i en struktureret sammenhæng, at kunne analysere en virksomheds økonomiske udvikling med henblik på handlemuligheder
- at placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf
- at inddrage pris- og indkomstelasticiteter i den samfundsøkonomiske analyse

4.1.3 KOMMUNIKATION, ORGANISATION OG LEDELSE (10 ECTS)

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Relevante eksempler fra praksis indenfor fagområdet
- Kommunikationsmodeller og teorier
- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer indenfor Supply Chain Management

- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier
- Grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde

Den studerende skal have færdigheder i at

- kunne analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer indenfor organisationsformer, ledelse, motivation
- Kunne analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- kunne anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder kunne arbejde kreativt med personlig kommunikation
- kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- Sætte sig ind i akademisk materiale
- Anvende metoder til udviklingen af personligheden

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- Kunne analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- Vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- at kunne præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- at kunne tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- At præsentere materiale skriftlig og mundtligt

4.1.4 ERHVERVSRET (5 ECTS)

Indhold:

- Retskilder samt domstolssystemet
- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler
 - Fuldmagt
 - Ugyldighed

- Forbrugeraftaler
- Virksomhedens retlige forhold, herunder
 - Virksomhedsformer
 - Ansættelsesret, herunder ferie
 - Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud
- Kreditsikring, herunder
 - Kaution
 - Ejendomsforbehold
 - Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Retskilderne
- Domstolssystemet
- Konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse, samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- Ugyldighed og fortrydelsesret
- Ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- Tvangsakkord og frivillig akkord
- Kaution
- Pant i løsøre herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- Mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældsbrevslovens regler om sikringsakter.
-

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
 - Fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
- Individual- og universalforfølgning, herunder
 - Trangsbeneficiet
 - Betalingsstandsning
 - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordnen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
 - Prioritetsordnen
 - Sikringsakter
 - Gyldighedsvirkningen
 - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

4.2 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester

4.2.1 INTERNATIONAL MARKEDSFØRING OG SALG (10 ECTS)

Indhold:

- Markedsanalyse
- Vækststrategier
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Og forståelse for og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- Og forståelse for segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- Og forståelse for forskellige vækststrategier
- Og forståelse for internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner
- De grundlæggende teorier om gruppedannelse og teamarbejde

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende forskellige markedsanalyse-metoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- Anvende statistiske færdigheder til vurdering af markedsanalysens validitet og reliabilitet
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- Forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering
- At arbejde i teams/grupper

4.2.2 ØKONOMI (5 ETCS)

Indhold:

- Grundlæggende investeringsteori
- Grundlæggende finansiering og valgkriterier mellem finansieringsformer
- Handelsteori og handelspolitiske indgreb
- Beskrivende økonomi

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- Metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- Kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- Kriterier for valg af finansieringsform
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

Den studerende skal have færdigheder i at

- Vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Sammenligne forskellige finansieringsformer
- Beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- Vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- Beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- Beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- Vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform

4.2.3 KOMMUNIKATION, ORGANISATION OG LEDELSE (5 ECTS)

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden
- Innovation
- Kulturanalyse
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- De logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- Innovationsmodeller og begreber samt innovative processer i praksis kulturteorier og – modeller, analyse af nationale kulturer
- Kulturforskelle, nationalt og internationalt samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- Begreber som kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- Begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- Aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- Evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- Identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- Forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhæng
- at kunne analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- at kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer indenfor organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- Anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- Anvende innovationsmodeller og definere innovationstyper i praksis
- Arbejde sammen på tværs af kulturer

Den studerende skal opnå kompetence til

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- At kunne foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne
- At tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger
- Anvende innovationsmodeller og redskaber til praktisk ide udvikling, identifikation af innovationstyper og vurdere innovation som konkurrenceparameter
- At producere modtagerorienterede budskaber på engelsk, såvel skriftlige som mundtlige

4.2.4 ERHVERVSRET (5 ECTS)**Indhold:**

- Erstatning uden for kontrakt, herunder
 - Erstatningsbetingelserne
 - Arbejdsgiveransvar
 - Produktansvar
- Dansk og international køberet, herunder international privatret
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder
 - Markedsføringsret
 - E-handelsret
 - Immaterialret
 - Konkurrenceret

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om**

- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Lovvalg og værneting i internationale konflikter
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- Designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder
 - Erstatningsbetingelserne
 - Arbejdsgiveransvar
 - Produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- E-handel

Den studerende skal opnå kompetence til

At håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder
 - Risikoovergang
 - Levering
 - Misligholdelse
 - Misligholdelse i danske forbrugerkøb
 - Incoterms 2000

4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester**4.3.1 INTERNATIONAL MARKEDSFØRING OG SALG (10 ECTS)**

Undervisningen vil foregå på engelsk.

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om**

- Designbriefets struktur og indhold
- Og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- Og forståelse for markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- Marketing- og salgsbudgetter
- Og forståelse for forskellige salgsstrategier
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Betydningen af internationale kompetencer

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- Anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- Opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere

- Vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- Anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- Gennemføre uddannelseselementer på engelsk

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- kunne arbejde i internationale teams/grupper

4.3.2 ØKONOMI (10 ECTS)**Indhold:**

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller
- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om**

- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- Grundlæggende budgetkontrol
- Arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- Det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- Forskellige former for økonomisk politik
- Forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager.
- Rente- og valutakursdannelsen
- Det monetære samarbejde indenfor EU
- Forskellige økonomiske teoris opfattelse af konjunktursvingninger.

Den studerende skal have færdigheder i at

- Vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- Udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt

- Redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- Udarbejde et balancebudget
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- Anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- Analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- Analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At udarbejde budgetter som et led i virksomhedens økonomiske styring samt at kunne gennemføre af budgetkontrol
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- At benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- At vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder.

4.3.3 KOMMUNIKATION, ORGANISATION OG LEDELSE (5 ECTS)

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- begreber og metoder og IT værktøjer til planlægning og styring af projekter
- teorier om organisationsudvikling og metoder til implementering af organisatoriske udviklingsprojekter
- metoder og teorier indenfor salgsorganisering og -ledelse

Den studerende skal have færdigheder i at

- kunne anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- kunne etablere kontakt til relevante samarbejdsparter i forskellige projekter
- kunne inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

Den studerende skal opnå kompetence til

- at planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter
- at kunne vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
- at kunne analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse
- at etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer

De valgfri elementer ligger på 2. og 3. Semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje. De valgfrie uddannelseselementer består af 2 fag, der udbydes fælles på alle udbudssteder og beskrives i studieordningens fællesdel samt øvrige valgfri uddannelseselementer, der udvikles og udbydes af de enkelte akademier og beskrives i studieordningens institutionsdel.

4.4.1 STATISTIK - 2. SEMESTER (5 ECTS)**Indhold:**

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om**

- Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.
- Skalering.
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Den studerende skal have færdigheder i at

- Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.
- Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable

Den studerende opnår kompetence til

- Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling.
- At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger.
- At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger

4.4.2 DRIFTSØKONOMI - 3. SEMESTER (5 ECTS)

Indhold:

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer
- Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat.
- Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og –typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser
- Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitets-baseret - omkostningssystemer (ABC-costing)
- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og – udskiftningstidspunkt ifm. investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold
- Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prislelsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prislelsomhed

- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver.
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver.
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder

Den studerende skal opnå kompetencer til

- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter.
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

5. Praktik (15 ECTS)

Formålet med praktikken for den toårige uddannelse er at give den studerende mulighed for at kvalificere studie- og erhvervskompetencen gennem specialisering og perspektivering af emner, der bredt relaterer sig til uddannelsens formål.

Praktikken er placeret på 4. Semester af uddannelsen, og det forbinder undervisningen på fællesdelen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt og er derfor præget af individuelle valg og mere selvstændig studieaktivitet. Praktikken udgør 15 ECTS.

Mål for læringsudbyttet

Viden

- Skal have viden om fagområdets anvendte teori og metode samt om praksis
- Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder inden for den valgte problemstilling

Færdigheder

- Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Skal kunne vurdere praksisnære problemstillinger og opstille løsningsmuligheder
- Skal kunne formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag

Kompetencer

- Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet.

6. Prøver

Uddannelsens læringsudbytte dokumenteres undervejs ved prøver, der kan bestå i mundtlige og skriftlige eksaminer, bedømmelse af opgaver og projekter, deltagelse i seminarer, øvelsesrækker m.v.

Prøverne er enten eksterne eller interne. Ved de eksterne prøver medvirker en censor beskikket af undervisningsministeriet. Ved de interne prøver foretages bedømmelsen af en eller flere lærere, udpeget af uddannelsesinstitutionen. Af eksamensbestemmelserne for de enkelte prøver fremgår, hvorvidt prøven er intern eller ekstern, og hvem der medvirker ved bedømmelsen.

Deltagelse i prøverne på studiet kan forudsætte, at den studerende har fået godkendt en eller flere obligatoriske opgaver/aktiviteter i de enkelte fag og projekter.

6.1. Oversigt over prøver og eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

Eksamensprøver	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret. (1. interne prøve)	Januar Skriftlig			
Tværfaglig projekteksamen i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret. (1. eksterne eksamen)		Juni Mundtlig projekteksamen		
Prøve i valgfag (2. interne eksamen)		Juni Skr. eller mdt.		
International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)			Dec./Jan. Mundtlig	
Økonomi (3. eksterne eksamen)			Dec./Jan. Skriftlig	
Kommunikation, organisation og logistik (3. interne eksamen)			Dec./Jan. Mundtlig baseret på projekter	
Prøve i valgfag (4. interne eksamen)			Dec./Jan. Skr./ mdt.	
Prøve i praktikforløb (5. interne eksamen)				Forår Skr./mdt.
Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)				Juni Skriftlig og mundtlig

Samtlige prøver skal bestås.

6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer

Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret (1. interne prøve)

Ved udgangen af første semester afholdes en 3 timers intern prøve i hvert af nedennævnte fag.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen og gennemsnittet af karaktererne skal være minimum 02. Fagene vægtes ligeligt. Der gives en karakter for 1. semester, som påføres eksamensbeviset.

Er det opnåede karaktergennemsnit 02 eller mere, kan ingen prøve tages om. Er gennemsnittet under 02, kan kun ikke-beståede prøver tages om.

Problemstillingerne ligger indenfor læringsmålene for 1. semester i fagene:

- International markedsføring og salg
- Økonomi
- Kommunikation, organisation og ledelse.
- Erhvervsret

Tværfaglig projekteksamen i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret (1. eksterne eksamen)

Prøven afholdes ved udgangen af 2. semester og har form som en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i et gruppeprojekt udarbejdet og afleveret inden eksamen.

Projektet er tværfagligt og skal indeholde problemstillinger indenfor fagene International markedsføring og salg, Økonomi Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret.

Projektet udarbejdes i grupper på 3-5 personer. Eksaminations-iden er 30 minutter. Karakteren gives på baggrund af den mundtlige præstation ved eksamen. Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, som påføres eksamensbeviset.

Prøven ligger indenfor læringsmålene for 2. semester i fagene International markedsføring og salg, økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret.

International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)

Der afholdes en 30 minutters mundtlig prøve ved udgangen i af 3. semester. Eksamen foregår på engelsk.

Den studerende har en forberedelsestid på 60 minutter.

Prøven ligger indenfor læringsmålene for 3. semester i International markedsføring og salg.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.

Økonomi (3. eksterne eksamen)

Der afholdes en 4 timers skriftlig eksamen i faget Økonomi ved udgangen af 3. semester.

Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Økonomi.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.

Kommunikation, organisation og logistik (3. interne eksamen)

Prøven afholdes ved udgangen af 3. semester og har form som en mundtlig prøve af 20 minutters varighed.

Prøven tager udgangspunkt i 2 opgaver, der er afleveret i 3. semester i faget "Kommunikation, organisation og logistik".

Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Kommunikation, organisation og logistik, dvs. med vægt på projektledelse og organisationsudvikling. Karakteren gives på baggrund af den mundtlige præsentation ved den mundtlige eksamen.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen. Denne karakter påføres eksamensbeviset.

Prøve i praktikforløb (5. interne eksamen)

Forløbet afprøves skriftligt eller mundtligt. Prøven vurderes til bestået/ikke bestået.

Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)

Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3, når den endelige karakter for projektet beregnes. Der oplyses ikke delkarakterer.

Når et gruppefremstillet produkt indgår i bedømmelsesgrundlaget ved den mundtlig prøve, skal det fremgå, hvilke dele eksaminanden selv har udarbejdet. De dele af produktet, som eksaminanden har udarbejdet, danner grundlag for bedømmelse af den skriftlige del af præstationen.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.

6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne eksamen)

Prøven i det ene valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Prøve i valgfag (4. interne eksamen)

Prøven i det andet valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Institutionsdel

7. Valgfri uddannelseselementer

De valgfri elementer ligger på 2. og 3. Semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje.

7.1. Oplevelsesøkonomi - 2. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Forståelse for forbrugernes nye behovsmønstre
- Forståelse for hvordan forbrugere engageres og inddrages i en oplevelse, der skaber merværdi
- Forståelse for elementerne i en oplevelse
- Fastlægge en brugbar oplevelsesstrategi
- Få ideer til at udbygge eksisterende oplevelser og/eller udvikle nye oplevelser

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Udviklingen i den samfundsmæssige udvikling fra landbrugsøkonomi, over produktion og service til oplevelses- og transformationsøkonomi
- Væsentlige trends i samtiden, der har resulteret i øget fokus på oplevelser
- Anvendelsen af sanser, temaer, cues og memorabilias i forbindelse med design af oplevelser
- Relevante trin i udviklingen af nye oplevelser
- Relevante kreative teknikker til at få ideer til nye oplevelser
- Den forventede udvikling indenfor transformationsøkonomi
- Sammenhængen til traditionelle markedsføringsbegreber som branding og værdiskabelse

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende oplevelseskompasset til at klassificere oplevelser
- Skelne mellem forskellige oplevelsesrum
- Skelne mellem oplevelse og erfaring i relation til oplevelsesprocessen
- Kunne forstå virksomhedens mulighed for at skabe oplevelser via story telling og events
- kunne forklare de organisatoriske og økonomiske konsekvenser af virksomhedens fokus på at skabe oplevelser

Den studerende opnår kompetencer til

- Kunne designe oplevelser i forskellige brancher, fra serviceydelser, der aktivt inddrager forbrugeren til produktionsvirksomheder, der opbygger oplevelsesrum i relation til de fysiske produkter.
- Kunne fastlægge en brugbar forretningsstrategi som forbedring og /eller forandring i forbindelse med planlægningen, tilrettelæggelsen og gennemførelsen af konkrete salgsopgaver indenfor oplevelser med det formål at skabe en stærk markedsposition.

7.2. Fremmedsprog (tysk) - 2. og 3. semester (10 ECTS)**2. fremmedsprog (tysk) 2. semester (5 ECTS)****Forhandlings- og eksportsprog (tysk). Basalt niveau (5 ECTS)****Indhold:**

- Forhandlingsøvelser inden for salgets og købets forskellige faser
- Skriftlige opgaver til indøvelse af relevant forretningsterminologi
- Tekster og øvelser til at illustrere forskellen på dansk forretningskultur og forretningskulturen i det pågældende sprogområde.
- Tekster der beskriver de aktuelle forhold i det pågældende sprogområde

Mål for læringsudbyttet:**Den studerende skal have viden om:**

- Forhandlingsterminologi på fremmedsproget.
- Terminologi i enkle skriftlige meddelelser på fremmedsproget i forbindelse med salg og køb..
- Terminologi til beskrivelse af samfundsforhold, normer og omgangsformer sprogområdet.
- Samfundsmæssige og kulturelle forhold i sprogområdet.

Den studerende skal have færdigheder i:

- At forhandle i praksisnære situationer om køb og salg, rabatter, betalings- og leveringsbetingelser og reklamationer på fremmedsproget.
- At udfærdige enkle praksisnære skriftlige fremmedsproglige meddelelser angående køb og salg, rabatter, betalings- og leveringsbetingelser og reklamationer.
- At anvende erhvervet viden om normer og omgangsformer i sprogområdet i mundtlig og skriftlig kommunikation.

Den studerende opnår kompetence i:

- At kunne deltage i mundtlige og skriftlige fremmedsproglige kommunikationsopgaver i forbindelse med markedsføring og salg i en internationalt agerende virksomhed
- At kunne indgå i et samarbejde med kunder og leverandører med anden sproglig og kulturel baggrund.

2. fremmedsprog (tysk) 3. semester. (5 ECTS)

Forhandlings- og eksportsprog (tysk). Udvidet niveau

Indhold:

- Forhandlingsøvelser inden for salgets og købets forskellige faser
- Skriftlige opgaver til indøvelse af relevant forretningsterminologi
- Tekster og øvelser til at illustrere forskellen på dansk forretningskultur og forretningskulturen i det pågældende sprogområde.
- Tekster der beskriver de aktuelle forhold i det pågældende sprogområde
- Indsamling af information til at kunne vurdere mulighederne på det pågældende marked for danske varer og/eller firmaer

Mål for læringsudbytte:

Den studerende skal have viden om:

- Forhandlingsterminologi på fremmedsproget.
- Terminologi i enkle skriftlige meddelelser på fremmedsproget i forbindelse med salg og køb.
- Markedsføringsterminologi på fremmedsproget.
- Terminologi til beskrivelse af samfundsforhold, virksomheder og markedsforhold på fremmedsproget.
- Normer og omgangsformer i sprogområdet.
- Erhvervsmæssige, samfundsmæssige og kulturelle forhold i sprogområdet.

Den studerende skal have færdigheder i at:

- At forhandle i praksisnære situationer om køb og salg, rabatter, betalings- og leveringsbetingelser og reklamationer på fremmedsproget.
- At udfærdige enkle praksisnære skriftlige fremmedsproglige meddelelser angående køb og salg, rabatter, betalings- og leveringsbetingelser og reklamationer.
- At anvende erhvervet viden om normer og omgangsformer i sprogområdet i mundtlig og skriftlig kommunikation.
- At fremskaffe og udvælge information om virksomheder i sprogområdet.
- At fremskaffe og udvælge information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold, politiske forhold.
- At analysere og vurdere information om virksomheder i sprogområdet.
- At analysere og vurdere information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold, politiske forhold.
- At præsentere information om virksomheder i sprogområdet på fremmedsproget.
- At præsentere information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold, politiske forhold mm. på fremmedsproget.
- At beskrive, vurdere og præsentere et produkts afsætningsmuligheder og strategierne herfor i sprogområdet på fremmedsproget.

7.3. Markedskommunikation - 3. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Valg af en kommunikationsstrategi, der er afstemt efter den aktuelle målgruppe.
- Målgruppen kan være både eksterne kunder og samarbejdspartnere og intern, dvs. intern virksomheds- og ledelseskommunikation.
- Kunne udlede væsentlige betydningsbærende værdier eller elementer i den kulturelle baggrund for kommunikationen og kunne tilpasse sit budskab i overensstemmelse med denne.
- Vælge retoriske virkemidler der dokumenterer kendskab til målgruppens interesser og baggrund.

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige kommunikationsteorier og modeller som udgangspunkt for markedskommunikationen.
- Den semiotiske grundtanke om tegn og betydningsproduktion.
- Forskellige IT-baserede medier (fx multimedier, markedsorienterede databaser og web-sider).

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Vælge og vurdere grundlæggende markedskommunikative genrer (f.eks. reklame, pressemeddelelse, direct mail, websites, bannerreklamer etc.).
- Vurdere retoriske virkemidler og strategier.
- Udlede betydningen af den kulturelle kontekst under udarbejdelse og analyse af kommunikationsmateriale

Den studerende opnår kompetence i:

- At kunne planlægge en kommunikationsstrategi, der er afstemt efter virksomhedens idégrundlag, strategier og målgruppen.
- At kunne udlede de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed, og kunne inddrage disse i den overordnede kommunikationsstrategi
- At kunne udforme et kommunikationsprodukt i forlængelse af det mediavalg og den kommunikationsplanlægning, der er arbejdet med i faget "International Markedsføring & salg" samt "Kommunikation, organisation og ledelse".

8. Regler for praktikkens gennemførelse

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen og en supervisor virksomheden. Den studerende og vejlederen fastlægger i fællesskab mål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden afsluttes med en evalueringssamtale, der tager udgangspunkt i en skriftlig rapport, hvor den studerende og vejlederen i fællesskab vurderer den studerendes læringsudbytte af praktikken holdt op mod de opstillede mål. Den studerendes læringsudbytte skal godkendes, for at denne kan indstilles til eksamen.

Op til 3 studerende kan være i praktik i samme funktion og samme virksomhed.

Virksomhedspraktikken er at sidestille med et fuldtidsjob med de krav til arbejdstid, indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede markedsføringsøkonom må forventes at møde i sit første job.

9. Indstilling til prøver

For at kunne indstille sig til prøver er det en forudsætning, at alle prøver på det foregående semester er bestået.

Det betyder, at for at kunne indstille sig til prøver på 2. semester skal man have bestået alle prøver på 1. semester, ligesom man, for at kunne indstille sig til prøver på 3. semester skal have bestået alle prøver på 1. og 2. semester.

Endelig skal alle prøver på uddannelsens 1., 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

10. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne eksamen)

Prøven i det ene valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

2. fremmedsprog: 3 timers skriftlig prøve

Oplevelsesøkonomi: 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt

Prøve i valgfag (4. interne eksamen)

Prøven i det andet valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

2. fremmedsprog: 30 minutters mundtlig prøve med 1 times forberedelse.

Markedskommunikation: 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt

11. Internationalisering

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse et semester i udlandet, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et semester på uddannelsen. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne ske i udlandet.

12. Krav til skriftlige opgaver og projekter

12.1. Obligatoriske opgaver (Bundne forudsætninger)

I studiet er der en række bundne forudsætninger i form af projekter, afleveringsopgaver m.v., som skal opfyldes for at kunne gå til den efterfølgende eksamen.

Projekt A: Metodeprojekt

Et gruppebaseret projekt i september/oktober på 1. semester.

Projektet baseres på et processuelt forløb, der inddrager uddannelsens fag.

Projekt B: Projekt i virksomhedsanalyse

Et praktisk projekt i slutningen af 1. semester, som tager udgangspunkt i semestrets fag og fælles tema.

De studerende udarbejder i grupper en projektrapport. Der udpeges en opponentergruppe og et bedømmelsespanel.

Projektet skal indeholde både beskrivende, kommunikative og analytiske elementer.

Projektet fremlægges mundtligt under anvendelse af præsentationsteknik.

I forbindelse med fremlæggelsen bør dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse.

Projekt C: Projekt i markeds- og omverdensanalyse

Et projekt baseret på et processuelt forløb i relation til semestrets hovedtema "Marked og samfund".

Der arbejdes med analyser af internationale markeder og samfund. Resultaterne præsenteres i faglige fora.

Projekt D: Projekt i planlægning og gennemførelse

Et projekt baseret på et processuelt forløb, der tager udgangspunkt i eksamensformen for 2. Eksterne. Den studerende udarbejder en markedsføringsplan, eventuelt med afsæt i projekt C.

Projektet fremlægges mundtligt under anvendelse af præsentationsteknik.

12.2. Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende skal dokumentere evne til på et metodisk grundlag at kunne bearbejde en kompleks og praksisnær problemstilling i relation til en konkret opgave inden for forvaltningsområdet.

Forudsætninger

For at kunne indstilles til den afsluttende projekteksamen, skal den studerende have bestået samtlige eksaminer på uddannelsens tre tidligere semestre samt praktikforløbet på 4. semester.

Indhold

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal indeholde elementer fra studieopholdet.

Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Projektets problemstilling skal godkendes af skolen.

Forløb

De enkelte skoler udarbejder en projektbeskrivelse, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af to, højst tre personer i fællesskab.

13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer, gæstelærere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

I undervisningen inddrages endvidere erfaringer fra praksis og viden fra centrale tendenser i professionen og metoder til at udvikle professionsfaget samt udføre kvalitets- og udviklingsarbejde.

14. Retningslinjer for differentieret undervisning

Det tilstræbes at undervisningen tilrettelægges, så der er mulighed for at studerende kan få opfyldt individuelle læringsmål.

15. Regler om merit

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt fag i nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som "bestået".

16. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen

Undervisningen

Undervisningen vil ofte foregå som arbejde i grupper - suppleret med "traditionel" klasseundervisning, hvor relevante emner bearbejdes via undervisning og løsning af konkrete opgaver. Det er derfor vigtigt, at du forstår at prioritere både klasseundervisning med mindre øvelser og projekter højt.

Undervisningsformen skal sikre, at du bliver aktiv i forhold til dine omgivelser, tager ansvar og deltager i ordets egentlige betydning.

Der er ikke mødepligt på studiet, men det skal understreges at du ved større fravær vil blive kontaktet af uddannelseslederen med henblik på en forklaring og en efterfølgende vurdering af dine muligheder for at gennemføre studiet.

Det er vigtigt ved gruppedannelsen, at de enkelte gruppemedlemmer har fælles mål (såvel faglige som sociale), fælles betingelser (eller forståelse for hinandens betingelser) samt fælles normer. Det vil blandt andet sige, at ambitionsniveauet bør være det samme i gruppen, at man har den samme opfattelse af mødedisciplin mv.

Kommunikation

På Erhvervsakademi SydVest har vi en web-baseret konference. Konferencen er et vigtigt kommunikationsforum. Dokumenter, noter, opgaver m.m. i relation til klasseundervisningen og projekterne findes på konferencen. Derudover kan du på konferencen også finde vigtige informationer fra bl.a. skolens administration.

Skulle du gå glip af udleverede dokumenter eller mundtlig information vil vigtige dokumenter, beskeder, noter m.m. komme til at ligge på konferencen. Så tjek konferencen regelmæssig. Vi gør informationen tilgængelig – ansvaret for at læse informationen er dit eget.

17. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelseselementer der helt eller delvist vil foregå på engelsk.

18. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. sep. 2009.

19. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

Lov nr. 207 af 31. marts 2008 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Bekendtgørelse nr. 636 af 29. juni 2009 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Bekendtgørelse nr 689 af 3. juli 2009 om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Bekendtgørelse nr. 106 af 9. februar 2009 om adgang, indskrivning og orlov mv. ved visse videregående uddannelser (Undervisningsministeriets adgangsbekendtgørelse)

Bekendtgørelse nr. 782 af 17. august 2009 om prøver og eksamen i Erhvervsrettede uddannelser

Bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse