

STUDIEORDNING

For uddannelsen til

MARKEDSFØRINGSØKONOM (AK)

2008-2010

på



**ERHVERVS
AKADEMI
SYDVEST**

Indholdsfortegnelse

1. UDDANNELSENS FORMÅL, OMFANG OG KOMPETENCEPROFIL	3
1.1 FORMÅL	3
1.2 OMFANG	3
1.3 KOMPETENCEPROFIL	3
1.4 TITULATUR.....	4
2. UDDANNELSENS INDHOLD OG STRUKTUR.....	5
2.1 UDDANNELSESMODEL OG LÆRINGSSTRATEGI.....	5
2.2 LÆRINGSMETODER	7
2.3 MODULERNES INDHOLD OG MÅL	7
2.4 INTERNATIONALISERING	8
2.5 NY KVALIFIKATIONSRAMME	8
3. PRØVER	9
3.1 OVERSIGT OVER PRØVER OG EKSAMINER	9
3.2 EKSAMENSFORSØG	12
3.3 OMPRØVER.....	12
3.4 AFHOLDELSE AF PRØVER I UDLANDET	12
3.5 OBLIGATORISKE OPGAVER (BUNDNE FORUDSÆTNINGER).....	12
3.6 EKSAMENSBEVISET.....	13
4. ALMINDELIGE BESTEMMELSER	14
4.1 MERITOVERFØRSEL	14
4.2 MERITSTUDERENDE	14
4.3 ORLOV	14
4.4 DISPENSATION FRA STUDIEORDNINGEN	14
4.5 KLAGER	14
5. IKRAFTTRÆDELSBESTEMMELSER	15
6. HENVISNINGER TIL GÆLDENDE RETSREGLER	15
7. FAGBESKRIVELSER	16
7.1 INTERNATIONAL MARKEDSFØRING OG SALG (30 ECTS).....	16
7.2 ØKONOMI (20 ECTS)	20
7.3 KOMMUNIKATION, ORGANISATION OG LEDELSE (20 ECTS)	24
7.4 ERHVERVSRET (10 ECTS)	28
7.5 STATISTIK, VALGFAG 2. SEMESTER (5 ECTS).....	31
7.6 OPLEVELSESØKONOMI, VALGFAG 2. SEMESTER (5 ECTS).....	33
7.7 FREMMEDSPROG (TYSK), VALGFAG 2. OG 3. SEMESTER (10 ECTS).....	35
7.8 DRIFTSØKONOMI, VALGFAG 3. SEMESTER (5 ECTS).....	38
7.9 MARKEDSKOMMUNIKATION, VALGFAG 3. SEMESTER (5 ECTS)	40
8. TVÆRGÅENDE PERSONLIGE KOMPETENCER	42
9. PRAKTIK (15 ECTS)	44
10. AFSLUTTENDE EKSAMENSPROJEKT FOR DEN TOÅRIGE UDDANNELSE (15 ECTS).....	45

1. Uddannelsens formål, omfang og kompetenceprofil

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 Kompetenceprofil

Den færdiguddannede markedsføringsøkonom skal evne at kombinere teoretiske og praktiske elementer med et professionsorienteret sigte. I henhold til den nye danske kvalifikationsramme opnår markedsføringsøkonomen følgende kompetencer.

Viden	
	Markedsføringsøkonomen har viden om virksomhedens strategiske og økonomiske organisering.
	Markedsføringsøkonomen har viden om grundlæggende samfundsøkonomiske forhold
	Markedsføringsøkonomen har viden om salgets gennemførelse
	Markedsføringsøkonomen har viden om erhvervsjuridiske forhold
	Markedsføringsøkonomen har viden om anvendt teori og metode indenfor fagområdet
Færdigheder	
	Markedsføringsøkonomen har færdighed i at arbejde i teams og i at arbejde sammen med folk fra fremmede kulturer.
	Markedsføringsøkonomen kan anvende grundreglerne for problemorienteret projektarbejde.
	Markedsføringsøkonomen kan formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og på engelsk

Kompetencer	
	Markedsføringsøkonomen kan kombinere relevante forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.
	Markedsføringsøkonomen kan anvende analytiske metoder til international markedsvurdering.
	Markedsføringsøkonomen kan tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til erhvervet
	Markedsføringsøkonomen har erhvervet sig teoretiske og praktiske forudsætninger for videreuddannelse på bachelorniveau.

1.4 Titulatur

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

Den engelske betegnelse er AP Degree in Marketing Management.

2. Uddannelsens indhold og struktur

2.1 Uddannelsesmodel og læringsstrategi

Uddannelsen består af 4 semestre, der tilsammen giver markedsføringsøkonomuddannelsen den målsatte kompetenceprofil.

Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Det er således muligt for en studerende at gennemføre dele af uddannelsen 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.

I hvert semester tilrettelægges undervisningen på en sådan måde, at der fokuseres på semestrets tema jf. studieoversigten nedenfor. Udover den faglige indlæring arbejdes der i hvert semester også på tværs af fagene med udvikling af de studerendes personlige kompetencer, således den studerende kan indgå i forskellige samarbejdsrelationer. Se afsnittet vedrørende tværgående personlige kompetencer, hvor læringsmålene er beskrevet.

1. semester. Virksomhedens strategiske situation og metode samt personlig udvikling

Første semesters tema relaterer til virksomhedens strategiske situation. Vægten lægges på analyse af virksomhedens nuværende situation, organisation og økonomi m.v. som grundlag for fremtidige strategiske beslutninger. Den studerende lærer også videnskabelig metode og teori, der gør den studerende i stand til at arbejde på akademisk niveau med mere komplekse problemstillinger.

2. semester. Strategiformulering, sociale kompetencer og tværkulturelle samarbejdsrelationer

I andet semester er temaet strategiformulering, hvor den studerende med udgangspunkt i første semesters analyseværktøjer skal kunne formulere strategier for virksomhedens udvikling og vækst på såvel hjemmemarked som på internationale markeder. Herudover fokuseres på udvikling af den studerendes sociale kompetencer i at samarbejde med fremmede kulturer samt metoder til at gennemføre markedsanalyser.

3. semester. Strategiimplementering og internationale kompetencer

Tredje semester fortsætter med strategiimplementering af virksomhedens valgte strategier fra andet semester. Semestret har også til hensigt at bibringe den studerende de nødvendige kompetencer for at kunne begå sig i en globaliseret verden.

4. semester. Praktik og hovedprojekt

Det fjerde semester indeholder praktik-/specialeforløb og det afsluttende eksamensprojekt.

Uddannelsen struktur fremgår af nedenstående model

	International Markedsføring og Salg	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
1. semester: Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS	5 ECTS	10 ECTS	5 ECTS	
	A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik	A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Opbygning og analyse af supply chain	A: Retskilder B: Aftaleret C: Retlige markedsrelationer D: Virksomhedens retlige forhold	
	<i>Tværgående:</i> Personlig udvikling og metode				
2. semester: Strategiformulering	10 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS
	A: Markedsanalyse B: Vækststrategi C: Markedsvalg og indtrængningsstrategi	A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse C: Innovation	A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Kreditsikring	A: Statistik el. B: 2. fremmedsprog el. C: Oplevelsesøkonomi
	<i>Tværgående:</i> Sociale kompetencer og tværkulturelle samarbejdsrelationer				
3. semester: Strategi- implementering	10 ECTS	10 ECTS	5 ECTS		5 ECTS
	A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlingsteknik	A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameteroptimering	A: Organisationsudvikling B: Salgs- og projektledelse		A: Driftsøkonomi el. B: 2. fremmedsprog el. C: Markedskommunikation el. D: Entrepreneurship
	<i>Tværgående:</i> Internationale kompetencer				
4. semester:	Specialeforløb/praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

Første semester er fælles for alle studerende. På andet og tredje semester er det muligt at vælge 2 valgfag svarende til 5 ECTS pr. semester.

Den studerende skal gennem uddannelsens 3 første semestre tilegne sig metoder og teori, således den studerende kan håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studiesammenhænge, der knytter sig til beskæftigelse inden for professionen.

Undervisningen i fagene og i de tværgående temaer har til formål at give den studerende faglige og metodiske kompetencer, således at den studerende kan angribe komplekse problemstillinger i praksis på et teoretisk velfunderet grundlag. Den studerende skal gennem uddannelsen lære at identificere og dække egne uddannelsesbehov. Derudover skal den studerende være i stand til at indgå fleksibelt, målrettet og handlekraftigt i personlige og komplekse tværkulturelle relationer med personer i og udenfor organisationen – kunder, samarbejdspartnere, kolleger, ledere både i og udenfor landets grænser.

Uddannelsens 4. semester består af specialeforløb/praktik og det afsluttende eksamensprojekt. Specialeforløbet kan være i udlandet eller i Danmark og være studieophold på en uddannelsesinstitution eller praktik i en virksomhed.

Praktikken har til formål at sætte den studerende i stand til at anvende de 3 første semestres metoder og redskaber gennem en konkret opgaveløsning på en relevant arbejdsplads. Praktikken skal foregå i en for professionen relevant virksomhed og jobfunktion.

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende får lejlighed til at demonstrere de teoretiske, metodiske og analytiske færdigheder, som i alt er erhvervet på studiet. Det afsluttende eksamensprojekt skal inddrage professionsrelevante problemstillinger fra praksisfeltet.

Gennem projekter, virksomhedspraktik og afsluttende eksamensprojekt opnår den studerende en kontakt med praksis og får samtidig mulighed for at kombinere teori og praksis.

Se nærmere i afsnittet vedrørende praktik og hovedprojekt.

2.2 Læringsmetoder

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.

2.3 Modulernes indhold og mål

Formål, indhold, læringsmål m.v. fremgår nærmere af beskrivelserne i kapitel 7.

2.4 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 studieophold/praktikopholdet i 4. semester kunne ske i udlandet.

2.5 Ny kvalifikationsramme

Beskrivelsen af uddannelsens mål og indhold er i overensstemmelse med den nye kvalifikationsramme. Det er også ud fra den ny kvalifikationsramme, at modulernes indhold, læringsudbytte, niveau m.m. er struktureret og beskrevet.

3. 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.

3.1 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 ledelse samt Erhvervsret. (1. interne prøve)	Januar Skriftlig			
Tværfaglig projektexamen i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret. (1. eksterne eksamen)		Juni Mundtlig projektexamen		
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 ledelse (3. interne eksamen)			Januar Mundtlig baseret på projekter	

Prøve i valgfag (4. interne eksamen)			Januar Skr./ mdt.	
Prøve i specialeforløb (5. interne eksamen)				Forår Skr./mdt.
Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)				Juni Skriftlig og mundtlig

Samtlige prøver skal bestås.

Beskrivelse af prøver på uddannelsen

Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse 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 ledelse 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. Eksaminationstiden 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.

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.

2. fremmedsprog 3 timers skriftlig prøve

International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)

Der afholdes en 30 minutters mundtlig prøve ved udgangen 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 ledelse (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 ledelse. Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Kommunikation, ledelse og organisation. 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 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.

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

Prøve i specialeforløb (5. interne eksamen)

For studerende der har været i praktik har prøven form som en skriftlig rapport om det valgte specialeforløb. Rapporten bedømmes med bestået / ikke bestået.

Alternativt kan den studerende indlevere dokumentation for specialeforløbet, beståede prøver eller praktisk uddannelse ved andre institutioner.

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.

3.2 Eksamensforsøg

Den studerende kan 3 gange indstille sig til samme prøve, hvis den ikke er bestået. Institutionen kan efter ansøgning tillade indstilling til et 4. og 5. forsøg, hvis det findes begrundet i usædvanlige forhold.

3.3 Omprøver

En studerende, som har deltaget i den senest afholdte eksamen, og som har opnået karakteren 00 eller derunder efter 7-trins skalaen, alternativt bedømmelsen ”ikke bestået”, har adgang til at deltage i en omprøve.

Adgangen til omprøve forudsætter:

- At den pågældende prøve ikke indgår som en delprøve i en prøve, som den studerende forinden samlet har bestået.
- At den studerende ikke forinden samlet har bestået den del af uddannelsen, hvori den pågældende prøve er bestået.

3.4 Afholdelse af prøver i udlandet

En studerende kan, når særlige forhold begrundet dette, få tilladelse til at aflægge en prøve i udlandet på en dansk repræsentation (ambassade, konsulat) eller uddannelsesinstitution, når vedkommende repræsentation er indforstået hermed. Eventuelle omkostninger kan forlanges dækket af den studerende.

3.5 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 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, evt. med afsæt i projekt C.

Projektet fremlægges mundtligt under anvendelse af præsentationsteknik.

3.6 Eksamensbeviset

Eksamensbeviset indeholder nedenstående fagområder og karakterer.

Prøve	Bedømmelse
Flerfaglig prøve efter 1. semester (1. interne)	Karakter
Tværfaglig projekteksamen efter 2. semester (1. eksterne)	Karakter
Valgfag, skriftlig eller mundtlig efter 2. semester (2. interne)	Karakter
Mdt. eksamen i International markedsføring og salg efter 3. semester (2. eksterne)	Karakter
Skr. eksamen i Økonomi efter 3. semester (3. eksterne)	Karakter
Mdt. eksamen i Kommunikation, organisation og ledelse efter 3. sem. (3. interne)	Karakter
Valgfag, skriftlig eller mundtlig efter 3. semester (4. interne)	Karakter
Specialedel efter 4. semester (5. interne)	Bestået
Afsluttende eksamensprojekt efter 4. semester (4. eksterne)	Karakter

4. Almindelige bestemmelser

4.1 Meritoverførsel

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".

4.2 Meritstuderende

Institutionen kan godkende, at studerende fra andre videregående uddannelser følger dele af uddannelsen og aflægger prøve efter gældende retningslinjer. Det er en forudsætning, at det er et godkendt led i deres egen uddannelse.

4.3 Orlov

En studerende kan få orlov fra uddannelsen begrundet i personlige forhold. Om de nærmere regler for at få orlov samt de bestemmelser, der er gældende for studerende på orlov, henvises til institutionens retningslinjer og bekendtgørelse nr. 167 af 22. februar 2007 om adgang, indskrivning og orlov.

4.4 Dispensation fra studieordningen

Institutionen kan, når særlige forhold begrundet det, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget.

4.5 Klager

Klager over afgørelser i henhold til denne studieordning indgives til institutionen. Fristen for indgivelse af klager er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Institutionens afgørelser efter denne studieordning kan af studerende indbringes for Undervisningsministeriet, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klagen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Klagen stiles til Undervisningsministeriet, men afleveres til institutionen. Denne afgiver en udtalelse, som klageren har lejlighed til inden for en frist af én arbejdsuge at kommentere.

Institutionen fremsender herefter klagen, skolens udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til Undervisningsministeriet.

5. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. sep. 2008.

6. Henvisninger til gældende retsregler

Skal tilrettes når vi kender de endelige bekendtgørelser

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

Institutionens eksamensreglement

Bekendtgørelse nr. 766 af 26. juni 2007 om prøver og eksamen i Erhvervsrettede uddannelser

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

Bekendtgørelse nr. 167 af 22. februar 2007 om adgang, indskrivning og orlov.

7. Fagbeskrivelser

7.1 *International markedsføring og salg (30 ECTS)*

Faget giver de studerende redskaber til at analysere, planlægge, realisere og evaluere salg- og markedsføringsopgaver. De studerende får en holistisk synsvinkel på salg- og markedsføringsopgaven på såvel nationale som internationale markeder, således at den studerende kan indgå i et tværfagligt samarbejde i virksomheden med planlægningen af virksomhedens fremtidige udvikling.

International markedsføring og salg. 1. semester (10 ECTS)

Indhold

- Marketing koncepter og begreber
- Virksomhedens strategiske platform
- Virksomhedens stakeholders
- Virksomhedens mikro- og makroomverden
- Beskrivende statistik, konfidensintervaller og hypotesetest

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.
- 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
- lave selvstændig vurdering af en statistisk bearbejdet markedsanalyse.

International markedsføring og salg. 2. semester (10 ECTS)**Indhold**

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

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
- danske og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner.

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 markedscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

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

International markedsføring og salg. 3. semester (10 ECTS)

Undervisningen vil foregå på engelsk.

Indhold

- Designbrief
- Markedsføringsplanen
- Handlingsparameter anvendelse
- Marketing- og salgsbudgettering
- Salgsstrategier
- Forhandling

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

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

Den studerende skal opnå kompetence til at

- deltage i et tværfagligt samarbejde med designere på baggrund af et designbrief
- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft

Generelt gælder

Evaluering

Evaluering ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende med en sikker udvælgelse og præcis anvendelse af metoder, teorier og modeller, hvorved der demonstreres et stort fagligt overblik og selvstændighed i besvarelsen.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med stor sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende med en vis rimelig udvælgelse og anvendelse af metoder, teorier og modeller, hvorved der demonstreres et vist fagligt overblik og en mindre grad af selvstændighed.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med rimelig sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler.

Karakter 2: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelsen af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte faglige aspekter inddrages og anvendes med en mindre præcis udvælgelse og anvendelse af metoder, teorier og modeller, hvorved der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik og selvstændighed.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med nogen usikkerhed i behandlingen af informationer ligesom enkelte observerede problemstillinger analyseres men med en del væsentlige mangler.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.2 Økonomi (20 ECTS)

Faget giver de studerende en bred indsigt i og forståelse for forskellige typer af virksomheder, deres økonomiske forhold og de markedsforhold de agerer i. Desuden opnår de studerende forståelse for både virksomhedsøkonomiske og samfundsøkonomiske forhold, der har betydning for markedsføringsmæssige beslutninger nationalt og internationalt.

Økonomi 1. semester (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 forbrugers overskud.
- 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, indtjeningssevne, 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

Økonomi 2. semester (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

Økonomi 3. semester (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 teories 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.

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med stor sikkerhed i behandlingen af relevante informationer. Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende. Analyserede problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få uvæsentlige mangler. Der demonstreres stort fagligt overblik.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Metodiske og metodiske færdigheder anvendes med rimelig sikkerhed til behandling af de fleste relevante informationer.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende. Analyserede problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler. Der demonstreres et vist fagligt overblik.

Karakter 2: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelsen af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte væsentlige faglige aspekter inddrages. Der foretages en usikker udvælgelse og anvendelse af økonomiske modeller, begreber, teorier og metoder. Der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik. Analyserede problemstillinger analyseres og vurderes med en del væsentlige mangler.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.3 Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)

Faget giver de studerende en bred indsigt i og forståelse for forskellige typer af virksomheder, deres organisatoriske, kommunikative og logistiske forhold. Desuden opnår de studerende forståelse for centrale værdier indenfor kultur og innovation, som har betydning for salgs- og markedsføringsmæssige beslutninger nationalt og internationalt. Endelig får de studerende forståelse for betydningen af både form og indhold i formidlingen af budskaber samt praktisk evne til at kommunikere effektivt på engelsk.

Kommunikation, organisation og ledelse 1. Semester (10 ECTS)

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders opbygning
- 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

- relevante aktører i praksis indenfor fagområdet
- aktuelle globale problemstillinger - politisk, økonomisk og kulturelt
- kommunikationsmodeller og teorier
- begreber og teorier vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse og individ
- forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- strategiske muligheder indenfor Supply Chain Management
- interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og -former
- mødestrategier

Den studerende skal have færdigheder i at

- kunne vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer
- kunne anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- kunne analysere en organisations opbygning internt
- kunne analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- anvende relevante IT værktøjer til Kommunikation, organisation og ledelse
- kunne arbejde kreativt med personlig kommunikation
- kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på engelsk
- at kunne etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at kunne præsentere budskaber med stor personlig gennemslagskraft og selvstændighed på engelsk
- at kunne tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

Kommunikation, organisation og ledelse, 2. semester (5 ECTS)**Indhold:**

- Kulturanalyse
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster
- Innovation
- Virksomhedens centrale værdier
- Ledelse af forsyningskæden.

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

- kulturteorier og – modeller, både analyse af nationale kulturer og organisationskulturer
- kultur som konkurrenceparameter, herunder optimal udnyttelse af forskellige kulturers styrker
- kulturforskelle, nationalt og internationalt samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- modeller og begreber indenfor innovation
- innovative processer i praksis
- begreber som kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd

Den studerende skal have færdigheder i at

- vurdere praksisnære, organisatoriske og logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag
- identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhæng
- anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- anvende innovationsmodeller i praksis
- vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer

Den studerende skal opnå kompetence til

- at deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- at producere modtagerorienterede budskaber på engelsk såvel skriftlige som mundtlige
- at etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

Kommunikation, organisation og ledelse, 3. semester (5 ECTS)**Indhold:**

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

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

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

Den studerende skal have færdigheder i at

- formidle ideer, forslag, projekter i organisation og ledelse således at disse tilpasses modtageren
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- etablere kontakt til relevante samarbejdsparter
- vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer

Den studerende skal opnå kompetence til

- at planlægge og styre udviklingsorienterede projekter
- at præsentere produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med stor personlig gennemslagskraft og selvstændighed
- at deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- at etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

Generelt gælder:**Evaluerings:**

Evaluerings sker efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier:

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende med en sikker udvælgelse og præcis anvendelse og koordinering af metoder, teorier og modeller indenfor kommunikation, organisation,

forsyningskædeledelse, kultur, innovation og salg hvorved der demonstreres et stort fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med stor sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende med en vis rimelig udvælgelse og anvendelse af metoder, teorier, modeller og sammenhænge indenfor kommunikation, organisation, forsyningskædeledelse, kultur, innovation og salg, hvorved der demonstreres et vist fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med rimelig sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler.

Karakter 2: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelsen af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte faglige aspekter inddrages og anvendes med en mindre præcis udvælgelse og anvendelse af metoder, teorier, modeller og sammenhænge indenfor kommunikation, organisation, forsyningskædeledelse, kultur, innovation og salg, hvorved der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med nogen usikkerhed i behandlingen af informationer ligesom enkelte observerede problemstillinger analyseres men med en del væsentlige mangler.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.4 Erhvervsret (10 ECTS)

Faget giver de studerende en bred indsigt i og forståelse for forskellige erhvervsretlige begreber, metoder og regler, således at de kan identificere, beskrive og analysere juridiske problemstillinger. Desuden opnår de studerende færdigheder til at løse eksisterende juridiske konflikter og til at forebygge fremtidige juridiske konflikter.

Erhvervsret 1. semester (5 ECTS)

Indhold

- Juridiske retskilder samt domstolenes hierarkiske opbygning.
- Aftaleret, herunder aftalers indgåelse og ugyldighed, fuldmagt, forsikring og forbrugeraftaler.
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder markedsføringsret, immaterialret og konkurrenceret.
- Virksomhedens retlige forhold, herunder virksomhedsformer, funktionærret, ferie og virksomhedssammenbrud.

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- retskildernes hierarkiske opbygning.
- domstolenes hierarkiske opbygning.
- urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om fremkaldelse af forsikringsbegivenheden.
- Forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret.
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler samt misbrug af dominerende stilling.
- Ferielovens regler, herunder optjening og afholdelse af ferie.

Den studerende skal have færdigheder i

- aftalers indgåelse, herunder tilbud og accept samt tilbagekaldelse.
- ugyldighedsgrunde, herunder stærke og svage.
- Aftalelovens fuldmagtsregler.
- designret, ophavsret, patentret og varemærkeret.
- hæftelse ved de forskellige virksomhedsformer.
- Funktionærlovens regler, herunder opsigelsesvarsler, bortvisning samt godtgørelsesmuligheder.
- Konkurslovens regler om betalingsstandsning, insolvens, omstødelse, konkursordenen, tvangsakkord samt i frivillig akkord.

Den studerende skal opnå kompetence i

- Markedsføringslovgivningen på baggrund af viden om og færdigheder i god markedsføringsetik; regler om adfærd på markedet; markedsføring til børn og unge, salgsfremmende foranstaltninger, rabatkuponer og mærker, lodtrækning og præmiekonkurrencer og garanti; regler vedrørende erhvervsdrivende; retsmidler, forbrugerombudsmandens virksomhed, E-handelsloven samt retsforfølgning, forbud, påbud og erstatning.

Erhvervsret 2. Semester (5 ECTS)**Indhold**

- Erstatning uden for kontrakt, herunder erstatningsbetingelserne, arbejdsgiveransvar og produktansvar.
- Dansk og international køberet, herunder lovvalg og værneting.
- Kreditsikring, herunder kaution og ejendomsforbehold samt pant i løsøre, fordringer og fast ejendom.

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

- de domstolsfaste regler, der gælder uden for Produktansvarslovens område.
- valg af domstolsland samt om valg af lovregler ved internationale konflikter.
- kaution, herunder simpel kaution og selvskyldnerkaution.
- Kreditaftalelovens regler om køb med ejendomsforbehold.
- pantformer ved løsøre, herunder motorkøretøjer samt sikringsakter.
- mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder Gældslovens regler om sikringsakter ved simple fordringer og omsætningsgældsbreve.

Den studerende skal have færdigheder i

- erstatningsbetingelserne.
- arbejdsgiverens ansvar for de ansattes handlinger.
- Produktansvarslovens regler.
- Købelovens regler, herunder risikoens overgang, levering samt misligholdelse i handelskøb og forbrugerkøb.
- Den studerende skal have færdigheder i Den Internationale Købelovs regler, herunder risikoens overgang, levering og misligholdelse i handelskøb samt i Incoterms 2000.
- Den studerende skal have færdigheder i finansiering af fast ejendom ved køb samt i pantsætning, herunder Tinglysningslovens regler om prioritetsorden, sikringsakter, gyldighedsvirkningen og tilbehørspant.

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende med en sikker udvælgelse af retskilder og en præcis anvendelse af juridisk metode og juridiske begreber, hvorved der demonstreres et stort fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med stor sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Karakter 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål, med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende med en vis rimelig udvælgelse af retskilder og en vis rimelig anvendelse af juridisk metode og juridiske begreber, hvorved der demonstreres et vist fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med rimelig sikkerhed i behandlingen af relevante informationer ligesom observerede problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler.

Karakter 2: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte faglige aspekter inddrages og anvendes med en mindre præcis udvælgelse af retskilder og en mindre præcis anvendelse af juridisk metode og juridiske begreber, hvorved der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik.

Metodiske og begrebsmæssige færdigheder anvendes med nogen usikkerhed i behandlingen af informationer ligesom enkelte observerede problemstillinger analyseres men med en del væsentlige mangler.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.5 Statistik, Valgfag 2. semester (5 ECTS)

Målet er at den studerende får teoretisk og praktisk viden om anvendelse af sandsynlighedsregning i forbindelse med markedsanalyse. Den studerende skal selvstændigt og ud fra statistisk teori kunne indsamle og vurdere markeds- og salgspotentiale for en given afsætningsmæssig problemstilling.

Indhold

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 i:

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

Generelt gælder:

Evaluerings

Evaluerings vil ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier:

Karakteren 12: Den fremragende præsentation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Den studerende skal demonstrere grundigt kendskab til de gennemgåede teknikker og skal på en overbevisende måde kunne anvende dem til bearbejdning af et givet talmateriale. Den studerende viser stor sikkerhed i forbindelse med tolkning på de fundne resultater.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål, med en del mangler

Den studerende skal demonstrere nogen kendskab til de gennemgåede teknikker og skal kunne anvende dem til bearbejdning af et givet talmateriale. Den studerende viser nogen sikkerhed i forbindelse med tolkning på de fundne resultater.

Karakteren 2: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Den studerende skal demonstrere mindre kendskab til de gennemgåede teknikker og skal i begrænset omfang anvende dem til bearbejdning af et givet talmateriale. Den studerende viser mangel på sikkerhed i forbindelse med tolkning på de fundne resultater.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.6 Oplevelsesøkonomi, Valgfag 2. semester (5 ECTS)

Målet er, at den studerende har forståelse for forbrugernes nye behovsmønstre, der medfører at forbrugerne engageres og inddrages i en oplevelse, der skaber merværdi. Den studerende skal kunne fastlægge en brugbar oplevelsesstrategi i denne sammenhæng.

Indhold

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 kompetence i:

- 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.

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering vil ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier:

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante modeller, begreber, teorier og metoder sker med stor sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få væsentlige mangler. Der demonstreres et stort fagligt overblik.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante modeller, begreber, teorier og metoder sker med en rimelig sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler. Der demonstreres herigennem et vist fagligt overblik.

Karakteren 02: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte væsentlige faglige aspekter inddrages. Der er usikkerhed i udvalgelse og anvendelse af modeller, begreber, teorier og metoder. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med den del væsentlige mangler. Der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik.

Opgaver (defineres af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.7 Fremmedsprog (tysk), Valgfag 2. og 3. semester (10 ECTS)

Målet er, at de studerende opnår kommunikativ kompetence på fremmedsproget og kan deltage i en virksomheds internationale opgaver inden for køb, salg og markedsføring samt, at de studerende opnår et interkulturelt beredskab. Endvidere er målet, at de studerende kan samarbejde med mennesker og virksomheder med forskellig sproglig og kulturel baggrund og, at de opnår viden om sprogområdet. På det udvidede niveau opnås endvidere en sådan viden om markedsforhold i sprogområdet, at de kan deltage i undersøgelse af og udvælgelse af nye markeder.

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

Forhandlings- og eksportsprog (tysk). Basalt niveau.

Indhold

- Forhandlingsøvelser inden for salgets og køkets 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 i 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.

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 deltage i metodiske overvejelser om konkrete markedsføringsopgaver.
- At kunne indgå i et samarbejde med kunder og leverandører med anden sproglig og kulturel baggrund.
- At kunne deltage i beslutninger om udvikling af nye markeder og nye forretningsforbindelser.

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering vil ske efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier.

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Præstationen demonstrerer en sikker evne til at løse den stillede opgave på et varieret og korrekt sprog med kun få og mindre væsentlige fejl og med høj grad af sikkerhed i anvendelse af relevant fagterminologi.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Præstationen demonstrerer god evne til at løse den stillede opgave på et rimeligt varieret og korrekt sprog med nogle mangler. Desuden demonstreres en god sikkerhed i anvendelse af relevant fagterminologi dog med nogle mangler.

Karakteren 02: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Præstationen demonstrerer kun i begrænset omfang evne til løse den stillede opgave. Sproget er præget af en noget usikker sprogbeherskelse, herunder et smalt ordforråd og usikker anvendelse af relevant fagterminologi.

Opgaver (udarbejdes af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.8 Driftsøkonomi, Valgfag 3. semester (5 ECTS)

Formålet med valgfaget er at kvalificere den studerende til at identificere, analysere og løse drifts- og virksomhedsøkonomiske problemstillinger så der opnås forståelse for betydningen heraf i forbindelse med driften af en virksomhed. Den studerende skal kunne anvende virksomhedsøkonomiske modeller og løsningsmetoder samt kunne vurdere resultaterne.

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 tidshorison.
- 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 opnår kompetencer i:

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

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering sker efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante driftsøkonomiske modeller, begreber, teorier og metoder sker med stor sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få væsentlige mangler. Der demonstreres et stort fagligt overblik.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante driftsøkonomiske modeller, begreber, teorier og metoder sker med en rimelig sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler. Der demonstreres herigennem et vist fagligt overblik.

Karakteren 02: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte væsentlige faglige aspekter inddrages. Der er usikkerhed i udvælgelse og anvendelse af driftsøkonomiske modeller, begreber, teorier og metoder. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med den del væsentlige mangler. Der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik.

Opgaver (udarbejdes af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

7.9 Markedskommunikation, Valgfag 3. semester (5 ECTS)

Formålet med undervisningen i markedskommunikation er at give den studerende forståelse for sammenhængen mellem virksomhedens idégrundlag, budskabets udformning og målgruppen. Derudover skal den studerende kunne deltage aktivt i sparringen omkring udarbejdelsen af en virksomheds markedskommunikation, både med interne og eksterne samarbejdspartnere (eks. reklamebureauer, intern marketing og reklameafdeling, kommunikationsledelsen etc.). Ligeledes skal den studerende kunne give enkle forslag på skitse niveau og/eller anvende IT-baserede medier.

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”.

Generelt gælder:**Evaluering**

Evaluering sker efter 7-trins skalaen.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen er systematisk struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante modeller, begreber, teorier og metoder sker med stor sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med ingen eller få væsentlige mangler. Der demonstreres et stort fagligt overblik.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen er i rimelig grad struktureret og udtømmende. Udvalgelse og anvendelse af relevante modeller, begreber, teorier og metoder sker med en rimelig sikkerhed. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med en del mangler. Der demonstreres herigennem et vist fagligt overblik.

Karakteren 02: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Besvarelsen er løsere struktureret og enkelte væsentlige faglige aspekter inddrages. Der er usikkerhed i udvalgelse og anvendelse af modeller, begreber, teorier og metoder. Relevante problemstillinger analyseres og vurderes med den del væsentlige mangler. Der demonstreres et mangelfuldt fagligt overblik.

Opgaver (udarbejdes af skolen)

Obligatoriske opgaver

Øvelser

Eksamen

Se afsnit 3.1

✓

8. Tværgående personlige kompetencer

Som nævnt under uddannelsens indhold og struktur arbejdes der i hvert semester på tværs af fagene med udvikling af de studerendes personlige kompetencer, således den studerende kan indgå i forskellige samarbejdsrelationer.

Personlig udvikling og metode (1. semester):

Området gennemføres på 1. semester på tværs af de øvrige fagelementer, og formålet er at få de nystartede markedsføringsøkonomer til at flytte sig fra at arbejde som elever til at fungere som studerende på en videregående uddannelse.

Den studerende skal have viden om:

- grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde

Den studerende skal have færdigheder i at

- sætte sig ind i akademisk materiale
- benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- anvende metoder til udviklingen af personligheden

Den studerende skal opnå kompetence til

- at præsentere materiale skriftlig og mundtligt

Undervisningsform:

Gennemføres på tværs af de øvrige fag gennem korte kursusforløb og projektarbejde.

Sociale kompetencer og tværkulturelle samarbejdsrelationer (2. semester)

Området gennemføres på 2. semester på tværs af de øvrige fagelementer, og formålet er at lære de studerende om teamsamarbejde på tværs af kulturer og nationaliteter.

Den studerende skal have viden om

- de grundlæggende teorier om gruppedannelse og teamarbejde
- evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

Den studerende skal have færdigheder i at:

- arbejde sammen på tværs af kulturer
- forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde

Den studerende skal opnå kompetence til

- at arbejde i teams/grupper

Undervisningsform:

Gennemføres på tværs af de øvrige fag gennem korte kursusforløb og projektarbejde.

Internationale kompetencer (3. semester)

Området gennemføres på 3. semester på tværs af øvrige fagelementer, og formålet er at inddrage den internationale dimension og opøve de sproglige kompetencer, der er nødvendige for at arbejde globalt.

Den studerende skal have viden om

- betydningen af internationale kompetencer

Den studerende skal have færdigheder i at:

- gennemføre forhandlinger på engelsk
- gennemføre uddannelseselementer på engelsk

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne arbejde i internationale teams/grupper

Undervisningsform:

Gennemføres på tværs af de øvrige fag gennem korte kursusforløb og projektarbejde. Endvidere gennemføres udvalgte elementer på engelsk. Området kan også gennemføres gennem udlandsophold.

9. 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.

Forløbet forbinder undervisningen på fællesdelen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt og er derfor præget af individuelle valg og mere selvstændig studieaktivitet.

Mål for læringsudbyttet

Viden

- skal have viden om fagområdet 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.

Prøveformer og bedømmelse

Udprøvningsform

Læringsudbyttet udprøves via en skriftlig rapport, som bedømmes ved intern censur med bestået / ikke bestået.

Evalueringskrav

Rapporten skal være praksisnær og indeholde en koncentreret beskrivelse af det eller de behandlede emner og problemstillinger i praktikperioden, samt hvordan den studerende praktisk arbejdede med disse i sin praktik.

Praktikken/specialet er obligatorisk og skal bestå, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

Ansvarlig for studieophold på uddannelsesinstitutionen

Uddannelsesinstitutionen skal udpege en praktikansvarlig, som kan fungere som kontaktperson til praktikvirksomheden og den studerende. Blandt den praktikansvarliges opgaver er at yde relevant information til virksomheden, godkende den studerendes uddannelsesplan for praktikforløbet samt at bistå den studerende i tilfælde af vanskeligheder i praktikken. Det er den praktikansvarlige, som skal vurdere og godkende den studerendes uddannelsesplan for praktikforløbet.

10. Afsluttende eksamensprojekt for den toårige uddannelse (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 tidligere eksaminer på uddannelsens tre tidligere semestre samt specialeforløbet 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.

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 indenfor projektets fagområde kunne håndtere udviklingsorienterede situationer
- skal kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til erhvervet

Prøveformer og bedømmelse

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.

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 med en ny problemstilling.

Vejledende bedømmelseskriterier

Karakteren 12: Den fremragende præstation, der demonstrerer udtømmende opfyldelse af fagets mål, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

Besvarelsen har en klar og præcis praksisnær problemformulering. Problemstillingen er behandlet fyldestgørende, og der er inddraget relevante teorier og modeller, der er begrundede. Der er udarbejdet realistiske og begrundede løsningsforslag. Den studerende udviser i den skriftlige opgave og det mundtlige forsvar en sikker præstation.

Karakteren 7: Den gode præstation, der demonstrerer opfyldelse af fagets mål med en del mangler.

Besvarelsen har en rimelig struktureret og brugbar problemformulering. Problemstillingen er i rimelig grad behandlet fyldestgørende. Relevante teorier og modeller er anvendt og behandlet tilfredsstillende. Den studerende udviser i den skriftlige opgave og det mundtlige forsvar en rimelig sikker præstation.

Karakteren 02: Den tilstrækkelige præstation, der demonstrerer den minimalt acceptable grad af opfyldelse af fagets mål.

Besvarelsen har en struktur med en acceptabel problemformulering. Problemstillingen er behandlet med en vis usikkerhed. Anvendelsen af teorier og modelvalg viser usikkerhed. Behandlingen af modeller og teorier er acceptabel. Den studerende viser i den skriftlige opgave og det mundtlige forsvar usikkerhed i præstationen.