

Markedsføringsøkonom uddannelsen

Studieordning 2020-2022



ERHVERVS
AKADEMI
SYDVEST

Indhold

Nationale del:

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	4
2. Uddannelsens 6 nationale fagelementer.....	5
2.1. Forretningsforståelse.....	5
2.2. Markedsforståelse.....	6
2.3. Markedsanalyse.....	7
2.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik.....	8
2.5. Markedsføringsplanen - implementering.....	9
2.6. Internationalisering.....	10
2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer.....	11
3. Praktik.....	12
4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt.....	13
5. Regler om merit.....	14
6. Ikrafttrædelse og overgangsordning.....	14

Institutionsdel:

1. Generelt om prøverne.....	15
2. Rammer og kriterier for uddannelsens prøver.....	16
2.1 Eksamen i forretningsforståelse, markedsforståelse og markedsanalyse (1. interne eksamen).....	16
2.2 Eksamen i markedsføringsplanen – strategi, taktik og implementering (1. eksterne prøve).....	17
2.3 Eksamen i Internationalisering (2. interne eksamen).....	18
3. Lokale fagelementer, herunder valgfag.....	19
3.1 Valgfag.....	19
3.2 Eksamen i valgfag.....	26
4. Praktik.....	28
4.1 Krav og forventninger til praktikkens gennemførelse.....	28
4.2 Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen).....	28
5. Det afsluttende eksamensprojekt.....	29
5.1 Forudsætninger for at gå til prøven.....	29
5.2 Eksamen i afsluttende projekt (2. eksterne eksamen).....	29
6. Fagelementer som kan gennemføres i udlandet.....	30
7. Anvendte undervisningsformer.....	30
8. Merit for lokale fagelementer herunder valgfag.....	31
9. Fremmedsprog.....	31
9.1 Eksamenssprog.....	31
10. Kriterier for vurdering af studieaktivitet og deltagelsespligt.....	32
10.1 Definitionen af at være studieaktiv.....	32
10.2 Deltagelsespligt.....	33
10.3 Konsekvenserne ved manglende studieaktivitet.....	34

10.4	Udskrivning af studiet	34
10.5	Kommunikation	35
11.	Syge- og omprøver	36
11.1	Sygeprøve	36
11.2	Omprøve	36
12.	Hjælpe midler	36
13.	Særlige prøvevilkår	36
14.	Eksamenssnyd	37
14.1	Brug af egne og andres arbejde - plagiat	37
14.2	Disciplinære foranstaltninger	37
14.3	Formodning om eksamenssnyd, herunder plagiering under og efter prøven	37
14.4	Processen ved afklaring af eksamenssnyd, herunder plagiering	38
15.	Klager over prøver og anke af afgørelser	39
15.1	Klager over prøver	39
15.1.1	Klage over eksaminationsgrundlaget	39
15.1.2	Klage over retslige forhold	42
16.	Dispensation	42
17.	Ikrafttrædelses- og overgangsbestemmelser	42
Bilag 1:	Beskrivelse af kerneområdeindhold under fagelementer	43
Bilag 2:	ECTS oversigt	49

Nationale del

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte

Denne nationale del af studieordningen for Markedsføringsøkonomuddannelsen er udstedt i henhold til § 18, stk. 1 i bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Denne studieordning suppleres af institutionsdelen af studieordningen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Den er udarbejdet af uddannelsesnetværket for Markedsføringsøkonomuddannelsen og godkendt af alle udbydernes bestyrelse - eller rektor efter bemyndigelse - og efter høring af institutionernes uddannelsesudvalg og censorformandskabet for uddannelsen

Viden

Den uddannede har:

- forståelse for central anvendt teori og metode samt kan forstå erhvervets praksis og anvendelse af teori og metode inden for markedsføring og salg,
- udviklingsbaseret viden om komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring i relation til virksomhedens markedsmæssige, organisatoriske og økonomiske grundlag.

Færdigheder

Den uddannede kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber, samt anvende de færdigheder der knytter sig til beskæftigelse inden for det markedsføringsmæssige område,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller inden for det markedsføringsmæssige område,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag til samarbejdspartnere og brugere inden for det markedsføringsmæssige område.

Kompetencer

Den uddannede kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer, inden for markedsføring og salg, under hensyntagen til erhvervs- og samfundsøkonomiske forhold,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang, i relation til markedsføring og internationalisering,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsføring og salg.

2. Uddannelsens 6 nationale fagelementer

2.1. Forretningsforståelse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder til analyse af virksomhedens interne forhold, herunder årsregnskabet og regnskabsanalyser. Ligeledes beskæftiger fagelementet sig med at identificere virksomhedens udviklingsmuligheder, samt hvilken organiserings- og selskabsform virksomheden kan vælge.

Læringsmål for Forretningsforståelse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om forskellige typer af analyser til vurdering af virksomhedens interne strategiske situation,
- forståelse for praksis og anvendelse af forskellige forretningsmodeller,
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode i relation til, hvordan virksomheden skaber indtjening.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber til at identificere udviklingspotentialer baseret på virksomhedens interne forhold,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i forhold til virksomhedens forretning med det formål at skabe merværdi for kunderne,
- vurdere og analysere virksomhedens organisering, struktur og kultur samt regnskab med henblik på optimering af virksomhedens forretningsprocesser,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmodeller i relation til interne analyser af virksomheden.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til udvikling og optimering af virksomhedens forretningsmodel,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i forhold til virksomhedens interne forhold og forretningsmodel med en professionel tilgang,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens interne forhold.

ECTS-omfang

Fagelementet Forretningsforståelse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.2. Markedsforståelse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder til analyse af virksomhedens eksterne forhold og markedspotentiale. Der er fokus på kunder og konkurrenter, og derudover omhandler fagelementet erhvervs- og samfundsforhold, virksomhedens juridiske forhold samt analyser af virksomhedens forsyningskæde.

Læringsmål for Markedsforståelse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om forskellige typer af analyser til vurdering af virksomhedens eksterne strategiske situation,
- forståelse for teori, metode og praksis i relation til forskellige typer af trendanalyser og deres relevans for virksomheden.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber i relation til ekstern analyse af virksomhedens situation,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation til udarbejdelse af kundeanalyser og konkurrentanalyser samt en vurdering af virksomhedens markedspotentiale,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder af den eksterne situation til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til virksomhedens eksterne strategiske situation,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i relation til analysearbejdet af virksomhedens eksterne strategiske situation,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens strategiske situation på et givent marked.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsforståelse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.3. Markedsanalyse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder i forbindelse med udarbejdelse af markedsanalyser. Der er fokus på dataindsamlingsmetoder og datahåndtering samt juridiske forhold knyttet hertil. Vurdering af data og statistiske begreber og anvendelsen af disse samt metoder og værktøjer til projektledelse og projektstyring.

Læringsmål for Markedsanalyse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om metoder til indsamling og anvendelse af data og håndtering af disse,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i relation til forskellige markedsanalysemetoder.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber i relation til at vurdere markedsanalyseres validitet og reliabilitet,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller ud fra indsamlede primære og sekundære data,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere inden for markedsanalyseområdet.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer ved hjælp af relevante markedsanalyser,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forbindelse med udarbejdelsen og præsentationen af markedsanalysebaserede anbefalinger,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsanalyse.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsanalyse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik

Indhold

Fagelementet indeholder udvikling af markedsføringsstrategier, herunder målgruppevalg, positionering samt udarbejdelse af kommunikations- og salgsstrategi, under hensyntagen til budget og virksomhedens mål for indtjening. Fagelementet indeholder desuden udarbejdelse af strategisk og taktisk markedsføringsplan både på B2C samt B2B markedet. Ligeledes indgår metoder til prisfastsættelse baseret på udbuds- og efterspørgselsforhold, samt virksomhedens omkostningsforhold. Endvidere indeholder fagelementer opstilling af scenarier samt juridiske aspekter inden for markedsføring og salg.

Læringsmål for Markedsføringsplanen – strategi og taktik

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om markedsføringsplans opbygning, herunder relevante markedsføringsstrategier samt markedsføringsplanens taktiske opbygning,
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå markedsføringsplanens indhold og opbygning.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber, samt anvende de færdigheder der knytter sig til at opstille en markedsføringsplan og vurdere denne,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge strategiske og taktiske løsningsmodeller for markedsføringsplanen,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til en given markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til markedsføringsplanlægning for virksomheder, der agerer på B2B og B2C markeder,

- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til udarbejdelse af virksomhedens markedsføringsplan,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsføringsplanlægningen på strategisk og taktisk niveau.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsføringsplanen – strategi og taktik har et omfang på 20 ECTS-point.

2.5. Markedsføringsplanen - implementering

Indhold

Fagelementet indeholder implementering af markedsføringsplanen i praksis og handlingsplanen for denne, herunder sikring af virksomhedens indtjening og opfølgning på målene, samt budgetkontrol. Fagelementet har fokus på udarbejdelse af markedsføringsmateriale, herunder paramettermiksets anvendelse i praksis. Ligeledes indeholder fagelementet virksomhedens salgsplanlægning og salgets forskellige faser samt risikovurdering af planen og evaluering af dennes effektivitet.

Læringsmål for Markedsføringsplanen - implementering

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om opfølgning og evaluering af markedsføringsplanen, herunder paramettermiksets anvendelse i praksis,
- forståelse for praksis, centralt anvendt teori og metode i relation til udarbejdelse af egentligt markedsføringsmateriale og tilhørende budgetter.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber til udarbejdelse af en praksisnær og detaljeret operationel markedsføringsplan,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation til den operationelle markedsføringsplan,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til den operationelle markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage udviklingsorienterede situationer i relation til implementering af den operationelle markedsføringsplan,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til virksomhedens arbejde med interne og eksterne samarbejdspartnere ved udarbejdelse af en operationel markedsføringsplan,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til at sikre opfyldelse af virksomhedens operationelle markedsføringsplan.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsføringsplanen – implementering har et omfang på 10 ECTS-point.

2.6. Internationalisering

Indhold

Fagelementet indeholder virksomhedens internationalisering og internationaliseringsstrategier, herunder markedsudvælgelse, etableringsformer samt tilpasning af parameterindsatsen. Fagelementet indeholder desuden kultur og dennes betydning for parameterindsatsen. Ligeledes inkluderer fagelementet handelspolitik og makroøkonomiske faktorer, der påvirker virksomhedens internationalisering. Derudover indeholder fagelementet finansierings- og investeringsteori.

Læringsmål for Internationalisering

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om erhvervets praksis og central anvendt teori og metode inden for internationalisering,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i relation til virksomhedens internationalisering.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teorier og begreber, der er af betydning for virksomhedens internationalisering,

- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge markedsføringsorienterede løsningsmodeller i relation til virksomhedens internationalisering,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til virksomhedens internationalisering.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med beslutninger vedrørende virksomhedens internationalisering,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forbindelse med udarbejdelse af virksomhedens internationalisering,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens internationalisering.

ECTS-omfang

Fagelementet Internationalisering har et omfang på 10 ECTS-point.

2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer

Der er 3 prøver i de nationale fagelementer, som i alt udgør i 70 ECTS. Heraf indgår 60 ECTS af disse i den eller de prøver, som udgør førsteårsprøven.

Desuden er der yderligere én prøve i det afsluttende eksamensprojekt. For antallet af prøver i praktikken, henvises til afsnit 3.

For et samlet overblik over alle uddannelsens prøver, henvises til institutionsdelen af studieordningen, idet de nationale fagelementer beskrevet i denne studieordning kan prøves sammen med fagelementer fastsat i institutionsdelen af studieordningen.

3. Praktik

Læringsmål for praktikken på uddannelsen

Praktikken skal sikre praksisnærhed og udvikling af erhvervsrettede faglige og personlige kompetencer mod det selvstændigt udøvende. Den studerende skal kunne løse praktiske problemstillinger på et metodisk grundlag med inddragelse af relevante teorier og modeller og herigennem bidrage til gennemførelsen af værdiskabende aktiviteter i virksomheden.

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praktikvirksomhedens praksis samt central anvendt teori og metode inden for praktikfunktionen og den pågældende branche,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i praktikfunktionens erhverv samt kan forstå praktikfunktionens praksis og anvendelse af teori og metode.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teorier og begreber, der knytter sig til beskæftigelse inden for praktikfunktionens erhverv,
- vurdere praksisnære problemstillinger for virksomheden og opstille løsningsmuligheder i relation til praktikfunktionen,
- formidle praksisnære problemstillinger og begrundede løsningsforslag til kunder, samarbejdspartnere og brugere i relation til praktikfunktionen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i praktikopholdets sammenhænge,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i praktikvirksomheden med en professionel tilgang i relation til praktikfunktionen,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet inden for praktikfunktionen.

ECTS-omfang

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

Antal prøver

Praktikken afsluttes med 1 prøve.

4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt

Læringsmålene for det afsluttende eksamensprojekt er identisk med uddannelsens læringsmål, der fremgår ovenfor under pkt. 1.

Det afsluttende eksamensprojekt dokumenterer sammen med uddannelsens øvrige prøver og praktikprøven, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

Det afsluttende eksamensprojekt skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Institutionen godkender problemstillingen.

For specifikke formkrav til det afsluttende eksamensprojekt henvises til studieordningens institutionsdel.

Prøven i det afsluttende eksamensprojekt

Eksamensprojektet afslutter uddannelsen på sidste semester, når alle forudgående prøver er bestået.

ECTS-omfang

Det afsluttende eksamensprojekt har et omfang på 15 ECTS-point.

Prøveform

Prøven er en mundtlig prøve med udgangspunkt i det afsluttende eksamensprojekt med ekstern censur, hvor der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation.

5. Regler om merit

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer.

Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger. Ved godkendelse efter ovenstående anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse.

6. Ikrafttrædelse og overgangsordning

Ikrafttrædelse

Denne nationale del af studieordningen træder i kraft den 20.08.2019 og har virkning for de studerende, som indskrives efter den 20.08.2019.

Overgangsordning

Studerende som er optaget indtil 20.08.2019 følger studieordning fra juni 2017, hvorefter de overgår til denne studieordning fra 31.01.2021. Prøver påbegyndt før den 31.01.2021 afsluttes efter den studieordning, de er påbegyndt på.

Institutionsdel

1. Generelt om prøverne

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
Eksamen i forretningsforståelse, markedsforståelse og markedsanalyse (1. interne eksamen)	Intern	Fælles	Juni eller Januar Skriftlig/ mundtlig			
Eksamen i markedsføringsplanen - strategi, taktik og implementering (1. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles		Maj/Juni eller December /Januar Skriftlig		
Eksamen i Internationalisering (2. interne eksamen)	Intern	Fælles			Dec./Jan. eller Maj/Juni Skriftlig	
Eksamen i valgfrit uddannelses-elementer (3. interne eksamen)	Intern	Instituti- ons- specifik			Dec./Jan. eller Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)	Intern	Fælles				Forår eller Efterår Skr./mdt.
Eksamen i afsluttende projekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Forår eller Efterår Skr./mdt.

Oplysning om tid og sted for prøverne findes i eksamensorienteringen der offentliggøres på Moodle.

Begyndelsen på semesteret er samtidig en tilmelding til de tilhørende prøver.

Den studerende kan kun framelde sig eksamen med begrundelse i sygdom (ved lægeerklæring), dødsfald i familien eller usædvanlige forhold som har indflydelse på den studerendes almene tilstand. Afmeldingen skal ske til uddannelseschefen senest ved eksamensstart eller snarest muligt derefter. Der skal forelægge skriftlig dokumentation for afmeldingen, før der gives dispensation for det brugte eksamensforsøg, jf. afsnit 11.

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

- Ekstern eksamen – disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikkede censorer
- Intern eksamen i obligatoriske uddannelseselementer – disse er landsdækkende. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk.
- Intern eksamen i valgfag – disse er institutionsspecifikke. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk

Alle prøver skal aflægges i den førstkommande eksamenstermin efter undervisningens afslutning.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen, men ikke nødvendigvis i samme termin.

Alle eksamener skal bestås. Beståede eksamener kan ikke tages om.

2. Rammer og kriterier for uddannelsens prøver

Deltagelse i prøverne på studiet forudsætter, at den studerende har fået godkendt en eller flere læringsaktiviteter i de enkelte kerneområder og obligatoriske uddannelseselementer. De læringsaktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

For at kunne indstille sig til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder fx, at for at kunne indstille sig til eksamener på 3. semester skal man have bestået alle eksamener på 2. semester. Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

2.1 Eksamen i forretningsforståelse, markedsforståelse og markedsanalyse (1. interne eksamen)

1. interne består af 1 prøve og afholdes ved udgangen af 1. semester. Prøven består af et tværfagligt "beslutningsoplæg" og mundtlig eksamen ud fra beslutningsoplæg og spørgsmål til pensum

Det tværfaglige beslutningsoplæg udarbejdes i en gruppe i en periode på 48 timer. Beslutningsoplægget udarbejdes på baggrund af stillede spørgsmål og en udvalgt virksomhed samt marked.

Beslutningsoplægget er en forudsætning for at gå til en individuel mundtlig eksamination. Beslutningsoplægget og den mundtlige eksamen afprøver bredt læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester.

Grundlaget for de 48 timers gruppearbejde er en kort opgavebeskrivelse som omfatter:

- Navnet på den virksomhed og det marked som skal analyseres
- Nogle indledende links til information om virksomheden og/eller det relevante marked

- En konkret problemformulering som skal besvares veldokumenteret og fyldestgørende

Beslutningsoplægget afleveres som udgangspunkt for mundtlig eksamen.

Det udarbejdede beslutningsoplæg skal være udarbejdet på metodisk grundlag, men skal ikke indeholde teorigennemgang. Det forventes at flere kerneområder berøres.

Det afleverede beslutningsgrundlag skal have et omfang på max. 3 sider eksklusiv evt. bilag, samt forside og kildeliste. Omfanget af bilag skal begrænses. En standard side er 2100 anslag inkl. bilag.

Den mundtlige eksamination gennemføres af 2 undervisere, der repræsenterer hver sit fagområde. Underviserne sammensættes tilfældigt og kan variere i løber af eksamensdagen. Eksamen har en varighed af 30 minutter inkl. votering.

Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:

- 5 minutter: Præsentation af gruppens beslutningsoplæg, gerne med egne refleksioner.
- 20 minutter: Præsentation/Eksamination i case og pensum.

2.2 Eksamen i markedsføringsplanen – strategi, taktik og implementering (1. eksterne prøve)

1. eksterne består af 1 prøve og afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af en tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed

Den tværfaglige caseeksamen er en 6 timers prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for uddannelseselementerne på 2. semester. Der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan udvælge og anvende den relevante teori fra flere fagområder i forbindelse med løsning af en konkret problemstilling.

Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse som omfatter:

- Navnet på den virksomhed, som skal analyseres
- Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes
- Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked

På eksamensdagen vil den studerende blive stillet et eller flere spørgsmål, som på et metodisk grundlag skal besvares med udgangspunkt i den indsamlede information og evt. ekstra udleveret information på eksamensdagen.

24 timer før eksamen får de studerende udleveret en virksomhed, et overordnet problemfelt og relevant casemateriale.

Den efterfølgende dag afholdes en 6 timers skriftlig eksamen på akademiet, hvor der med udgangspunkt i det overordnede problemfelt stilles et eller flere mere specifikke spørgsmål, som skal besvares. Der kan udleveres supplerende oplysninger relateret til spørgsmålene på eksamensdagen.

Besvarelsens omfang er max. 24.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

2.3 Eksamen i Internationalisering (2. interne eksamen)

2. interne eksamen er delt op på to 2 timers individuelle skriftlige prøver i de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester.

Den skriftlige prøve i internationalisering er delt op i to delprøver i henholdsvis økonomi og markedsføring, og tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Caseoplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve. Der udprøves først i økonomifaget og efterfølgende i markedsføring. Der er en times pause mellem de to prøver.

Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om

- Virksomhed og produktområder
- Diverse kilder

Opgaverne tager udgangspunkt i læringsmålene for 3. semesters obligatoriske uddannelseselement "Internationalisering" (jf. studieordningen) med særlig vægt på at afprøve færdigheder og kompetencer.

Den skriftlige besvarelse til delprøven i økonomi skal have et omfang af max 9.600 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Den skriftlige besvarelse til delprøve i international markedsføring skal have et omfang af max 14.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Begge delkarakterer anføres på eksamensbeviset. De to deleksaminer skal bestås samlet.

3. Lokale fagelementer, herunder valgfag

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

Der er 20 ECTS valgfag på 3 semester. Den studerende sammensætter sin valgfagspakke, som i alt skal udgøre mindst 20 ECTS.

Der skal vælges 3-4 valgfag. De individuelle karakterer påføres eksamensbeviset.

3.1 Valgfag

Statistik
Omfang: 7,5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none"> • Sandsynlighedsregning • Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger • Hypotesetests for en parameter • Hypotesetests for 2 parametre • Variansanalyse • Regressionsanalyse
Læringsmål: <i>Viden</i> Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"> • Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning. • Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger. • Skalering. • Regressionsanalyse • Variansanalyse • Position og spredningsmåls betydning for hypotesetest • Hypotesetest for én parameter • Hypotesetest for to parametre <i>Færdigheder</i> Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"> • At beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation. • At foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable • At opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable • Beregne og fortolke hypotesetest efter P-værdi- og konfidensintervalmetoden. • Beregne og fortolke hypotesetest ved kendt eller ukendt varians for én middelværdi og forskellen på to middelværdier • Beregne og fortolke hypotesetest for én andel og forskellen på to andele • Beregne og fortolke hypotesetest for én varians og forskellen på to varianser

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- 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
- Selvstændigt at kunne fortolke resultatet af hypotesetests for middelværdi(er), andel(e) og varians(er)
- At kunne vurdere konkrete hypotesetests styrke og anvendelse i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger

Driftsøkonomi

Omfang: 7,5 ECTS

Indhold:

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- 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.

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- At opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret omkostningssystemer (Activity Based Costing)
- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser (LP)
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og udskiftningstidspunkt i forbindelse med investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP)
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med 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.

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Selvstændigt at kunne udvikle mindre analyser i Excel regnearksmodeller
- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at kunne udarbejde lønsomhed ved anvendelse af et forretningsområde budget/-regnskab baseret på et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing)
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

Business Law – Only offered in English

Weighting: 5 ECTS

Content:

- Proactive law and mediation
- International sales contracts including sales- and delivery terms
- International employment law and applications/c.v.
- Insolvency law
- A firm's liability and securing the purchase price
- Data protection law

Learning objectives:

Knowledge

The student must have knowledge about:

- International sales and employment contract
- How to navigate in an insolvency
- How to handle personal information

Skills

The student must have the skills to be able to:

- Understand the process leading up to signing a contract / proactive law
- Analyze sales-and delivery terms
- Understand the rules surrounding employment and employment contracts
- Have a basic understanding of insolvency and its consequences
- Understand when and how to use mediation and arbitration

Competence

The student must acquire competence to:

- Understand the process leading up to signing a contract and the understanding of the different elements in a contract and its consequences. Both sales – and employment contract.
- Legally understand the consequences of a company's construction and how to secure its assets.

Oplevelsesøkonomi
Omfang: 5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none"> • 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
Læringsmål: <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anvende oplevelseskompasset til at klassificere oplevelser • Skelne mellem forskellige oplevelsesdomæner og 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 <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Designe oplevelser i forskellige brancher, fra serviceydelser, der aktivt inddrager forbrugeren til produktionsvirksomheder, der opbygger oplevelsesrum i relation til de fysiske produkter. • 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.

Digital Marketing
<p>Omfang: 5 ECTS</p>
<p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baggrund og trends der påvirker digital marketing og social medier • De globale sociale medie platforme • Den digitale makroomverden • Online markedspladsen • Konzeptudvikling til digitale platforme herunder mobile enheder. • Digital marketingstrategi og samspil/tilpasning til virksomhedens andre strategier. • Digitale marketing værktøjer: Søgemaskineoptimering: Google, Yahoo, Bing mv. Adwords • Digital marketing aktiviteter: Bloggere, brugerinvolvering, bannere og banditter (Banditter= AdBlocks) • Viral kommunikation (ikke betalt marketing aktivitet) • Opbygning af community • Kritiske succesfaktorer, måling og værdi og indsats af digital marketing og tilstedeværelse på sociale medier
<p>Læringsmål:</p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Om centrale teorier og metoder til udvikling af digital marketing og sociale medier. • Forskellige teorier og metoder der bidrager til gennemførelse af virksomhedens digitale marketing strategi herunder strategi for sociale medier. • Digital marketing, valg af aktiviteter og adfærd online. • Forudsætninger og muligheder for dialog og engagement i digital marketing herunder på sociale medier. <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opstille mål og nøgleområder for virksomhedens digitale marketing strategi. • Vurdere relevans af digital marketing på platforme og sociale medier i forhold til målgruppens behov og adfærd. • Planlægge og udføre digitale marketings aktiviteter f.eks. brugerinvolvering og brug af social medie platform • Vurdere potentialet og muligheder for salg og service af virksomhedens produkter gennem digital marketing. <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forstå og have indsigt i digital marketing og sociale mediers rolle som kommunikation på tværs af funktionsområder i virksomheden. • Forstå og have indsigt i digital marketing og sociale mediers rolle som kommunikation både eksternt og internt i virksomheden. • Omsætte viden og færdigheder til praksis i forhold til aktiviteter inden for digital marketing og sociale medier. • Deltage i udvikling og implementering af digital marketing strategi

Human Ressource Management
Omfang: 5 ECTS

Indhold:

- Forståelse for elementerne i HR Management, herunder viden om metoder og teorier til rekruttering, udvikling og afvikling af medarbejdere.
- Forståelse for hvilke fysiske og psykiske faktorer der påvirker arbejdsmiljø, herunder medarbejdertilfredshed.
- Forståelse for hvordan ledere kan bidrage til at understøtte motivation, kreativitet, trivsel, performance og læring hos medarbejdere.
- Som deltager i HR Management valgfaget sættes din egen faglige og personlige udvikling i fokus. Den understøttes gennem undervisning, forskellige tests, projektarbejde og gennem deltagelse i et personligt udviklingsforløb.
- Indsigt i nye tendenser inden for HR Management, herunder coaching og arbejdspsykologi.

Læringsmål:
Viden

Den studerende skal have viden om:

- HRs organisering og placering samt samspil med andre funktioner
- HR processer om motivation og ledelse
- Optimal anvendelse af de menneskelige ressourcer
- HR udviklingsprogrammer
- Personlig og faglig kompetenceudvikling
- Hvordan træffes det svære valg – afskedigelser
- Relevante modeller for identificering af egne kompetencer og præferencer
- Relevante modeller for opstilling af personlige udviklingsmål

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Identificere behov for HR tiltag
- Analysere virksomhedens behov og identificere de rette medarbejderkompetencer
- Analysere virksomhedens behov for HR støtte og udvikling
- Udarbejde HR programmer
- Bestride situationsbestemt kommunikation
- Anvende relevante modeller og metoder for identificering af egne kompetencer og præferencer
- Anvende relevante modeller og metoder for opstilling af personlige udviklingsmål

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Udarbejde konkrete løsningsforslag til HR udfordringer i en virksomhed
- Samarbejde med virksomhedens øvrige funktioner omkring HR opgaver
- Implementere HR tiltag i virksomheden
- Identificere egne kompetencer og præferencer
- Opstille personlige udviklingsmål

Event Management
Omfang: 5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none"> • Gantt Chart • Work Breakdown Structure • Marketingplan (baseret på markedsanalyser) • Eventmarketing og positionering • Skelne mellem B2B og B2C events • Risikostyring • Co-creation og autensitet • Bæredygtighed
Læringsmål: <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hvad event management er og hvilken rolle events og event management har i såvel regional som global sammenhæng. • Organisationstyper, der bruges i forskellige eventorganisationer. • Forskellige typer af betydning events kan have for en by, en region eller et land. • Begreberne co-creation, autensitet og bæredygtighed samt hvilken betydning de har for events. <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skelne mellem samt klassificere forskellige typer af events samt deres betydning for samfundet. • Foretage markedsundersøgelser til brug i forbindelse med planlægning af events. • Forklare og udregne centrale økonomiske begreber inden for eventindustrien. • Vurdere risici forbundet med events samt vide hvilke konsekvenser disse vil have for event oplevelsen. • Planlægge udvikling, afvikling samt nedlukning af events ved hjælp af diverse planlægningsværktøjer. <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planlægge samt afvikle diverse events samt vurdere hvilken betydning disse har for samfundet, både økonomisk, politisk, socialt samt som et led i by- og samfundsudviklingen, på baggrund af markedsundersøgelser

Entrepreneurship
Omfang: 5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none"> • Viden om iværksætteri i Danmark og internationalt • Viden om innovationsprocessen • Metoder til at udvikle, analysere, vurdere og præsentere innovative forretningsidéer og forretningsmodeller til start-up-virksomhed • Forretningsplanen • Finansieringskilder – herunder investørsøgning
Læringsmål: <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mulighederne for at starte egen virksomhed i Danmark og internationalt • Innovationsprocessen generelt • Forretningsplanens indhold og opbygning • Investorkriterier og andre muligheder for finansiering <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udvikle innovative forretningsidéer • Skrive forretningsplan • Præsenterer forretningsidéer <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udvikle, analysere, vurdere, beskrive og præsentere innovative forretningsidéer • Samarbejde omkring innovativt projekt med forskellige roller og kompetencer • Skabe netværk omkring et konkret iværksætterprojekt.

Entrepreneurship udbydes som et fælles valgfag. Herudover udbydes valgfagene "Basic Web og hjemmesider" og "Video content production" endvidere som fælles valgfag.

3.2 Eksamen i valgfag

Eksamen i Statistik (3. interne eksamen)

Eksamen i valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

4 timers skriftlig prøve.

Eksamen i Driftsøkonomi (3. interne eksamen)

Eksamen valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

3 timers skriftlig prøve.

Eksamen i Jura (3. interne eksamen)

Eksamen valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

2 timers skriftlig prøve.

Eksamen i Oplevelsesøkonomi (3. interne eksamen)

Eksamen i valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt

Eksamen i Entrepreneurship (3. interne eksamen)

Eksamen i valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset. Karakteren er en kombination af projekt og mundtlig eksamen.

30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt.

Eksamen i Digital Marketing (3. interne eksamen)

Eksamen i valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset. Godkendelse af digital produkt er en forudsætning for at komme til eksamen.

30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt.

Eksamen i Human Ressource Management (3. interne eksamen)

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

30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt.

Eksamen i Event Management (3. interne eksamen)

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

30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i projekt.

4. Praktik

4.1 *Krav og forventninger til praktikkens gennemførelse*

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger inden for uddannelsens kerneområder og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken knyttet til en eller flere virksomheder. Praktikforløbet kan tilrettelægges fleksibelt og differentieret og kan danne grundlag for den studerendes afsluttede eksamensprojekt.

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen og en kontaktperson i 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.

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.

4.2 *Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)*

Der udarbejdes et individuelt praktikprojekt, der tager udgangspunkt i en selvvalgt problemstilling i praktikvirksomheden. Denne problemstilling bearbejdes med både sekundær og primær dataindsamling.

Herudover skal den studerende udarbejde en logbog, som beskriver praktikforløbet. Endvidere skal logbogen indeholde en evaluering og refleksion over om de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet er opnået. Logbogen afleveres som bilag sammen med praktikprojektet. Logbogen tæller ikke med i praktikprojektets omfang (se nedenfor).

Projektet afleveres som en skriftlig rapport (eller anden afleveringsform efter aftale) på max. 25.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Prøven er en intern individuel skriftlig prøve på baggrund af praktikrapporten og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Studiepraktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

5. Det afsluttende eksamensprojekt

For krav til det afsluttende eksamens projekt samt læringsmål henvises til fællesdelen af studieordningen for Markedsføringsøkonomuddannelsen.

5.1 *Forudsætninger for at gå til prøven*

Det skriftlige projekt, som udgør såvel bedømmelses- som eksaminations-/prøvegrundlag, skal:

- opfylde formkravene til det afsluttende eksamensprojekt, jf. nedenfor
- være korrekt afleveret rettidigt, jf. eksamensorienteringen, som findes på Moodle

Ikke korrekt aflevering af det skriftlige projekt, betyder at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg.

Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

5.2 *Eksamen i afsluttende projekt (2. eksterne eksamen)*

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal som hovedregel tage udgangspunkt i praktikopholdet.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab.

Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:

1. studerende: 80.000 -100.000 anslag
- 2 studerende: 120.000 -150.000 anslag
- 3 studerende: 160.000 - 200.000 anslag

Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Det afsluttende projekt er beskrevet nærmere på Moodle.

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. Der oplyses ikke delkarakterer. Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et forbedret projekt med en ny problemformulering med udgangspunkt i den samme virksomhed (med mindre andet aftales) for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.

6. Fagelementer som kan gennemføres i udlandet

Uddannelsesinstitutionen skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse 3. semester eller deltage i kortere uddannelsesforløb på en udenlandsk uddannelsesinstitution, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et eller flere semestre/semestre på uddannelsen. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne henlægges til udlandet. Den studerende kan efter uddannelsens godkendelse af en ansøgt forhåndsmerit gennemføre 3. semester i udlandet.

Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i udlandet har den studerende pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte fagelementer. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse af forhåndsmerit anses fagelementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

7. Anvendte undervisningsformer

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.

8. Merit for lokale fagelementer herunder valgfag

Beståede lokale fagelementer erstatter de tilsvarende fagelementer ved andre uddannelsesinstitutioner, som udbyder denne uddannelse såvel som ved andre uddannelser.

Der søges om forhåndsmerit, hvis der ønskes merit for fagelementer, som ikke udbydes af uddannelsen.

9. Fremmedsprog

Hovedparten af uddannelsens undervisningsmateriale er på dansk/engelsk og dele af undervisningen kan foregå på engelsk.

Der kræves ikke yderlige kendskab til fremmedsprog, udover hvad adgangsbekendtgørelsen angiver.

9.1 Eksamenssprog

Prøverne skal aflægges på forståeligt dansk/engelsk.

Studerende med andet modersmål end dansk/engelsk kan søge om dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringsevne indgår i bedømmelsen af det afsluttede eksamensprojekt, samt de prøver, hvor det af denne studieordning fremgår, at de nævnte evner indgår i bedømmelsen. Ansøgningen sendes til uddannelseschefen/-leder senest 4 uger før prøvens afvikling.

10. Kriterier for vurdering af studieaktivitet og deltagelsespligt

For at den studerende betragtes som studieaktiv, skal den studerende deltage aktivt i undervisningen og overholde de obligatoriske forpligtelser.

10.1 Definitionen af at være studieaktiv

På studiet er der en række tværfaglige obligatoriske læringsaktiviteter i form af projekter og særlige aktiviteter, som skal godkendes for at kunne gå til den efterfølgende eksamen og for at kunne betragtes som studieaktiv.

Alle projekter udarbejdes som udgangspunkt i grupper på 3-5 studerende.

Projekt 1: Projekt i tema 1 – Forretningsforståelse

Et gruppebaseret projekt med fokus på International Markedsføring, Økonomi og Organisation og SCM, der gennemføres i starten af 1. semester. Projektet omhandler intern analyse af en konkret virksomhed valgt af de studerende. Grupperne sammensættes af Akademiet.

Der afleveres ca. 6 sider, der præsenteres under afprøvning. Vurderingen foretages på baggrund af den anvendte præsentationsteknik, samt indholdet i oplæg og præsentation.

Projekt 2: Projekt i tema 2 og 3 – Markedsforståelse og Markedsanalyse

Et projekt baseret på et processuelt forløb med fokus på International Markedsføring, Økonomi, Organisation og SCM samt Erhvervsret, hvor de studerende i grupper gennemfører en markedsundersøgelse med afsæt i en virksomhed, og på basis af indsamlede data præsenterer data ved anvendelse af statistik. Herudover udarbejdes en ekstern analyse af den konkrete virksomhed. Der reflekteres over arbejdet i grupper, herunder brugen af personlighedstyper. Grupperne sammensættes af de studerende.

En afrapportering afleveres i rapportform på ca. 20-25 sider. Resultaterne præsenteres i faglige fora med opponering og forsvar.

Projekt 3: Projekt i tema 4 – Markedsføringsplanen - strategi og taktik

Et projekt med udgangspunkt i en tidligere eksamensopgave (1. eksterne). Alle fag fra temaet indgår. Grupperne sammensættes af de studerende.

En afrapportering afleveres i rapportform på ca. 20 sider. Hver faglærer vurderer sin del af projektet og giver individuel feedback og karakter. Kontaktlærer udregner den samlede karakter for projektet.

Projekt 4: Projekt i tema 5 - Markedsføringsplanen - implementering

Et projekt med udgangspunkt i case beskrivelse med fokus på fagene Økonomi og Salg og Markedskommunikation. Grupperne sammensættes af de studerende.

En afrapportering afleveres i en præsentation på ca. 10 slides i en mundtlig eksamination af en varighed af 30 minutter, hvor 2 undervisere deltager. De studerende fremlægger deres resultater og en salgssituation simuleres.

Projekt 5: Projekt i tema 6 - Internationalisering

Et projekt med udgangspunkt i en tidligere eksamensopgave (2. interne) med fokus på fagene International Markedsføring og Økonomi. Grupperne sammensættes af de studerende.

En afrapportering afleveres i rapportform på ca. 10 sider. Hver faglærer vurderer sin del af projektet og giver individuel feedback og karakter.

Innovation camp

En Innovation camp afholdes i løbet af første år. Den studerende har pligt til at deltage i denne. Enhver form for udeblivelse medfører en skriftlig erstatningsopgave.

Prøveeksaminer

Der afvikles prøveeksaminer på 1. og 2. semester. Den studerende skal deltage i disse for at forberede sig til eksamen.

Den enkelte underviser kan herudover opstille obligatoriske læringsaktiviteter i deres fag i form af afleveringsopgaver. Disse skal dog meldes klart ud i fagplanen, der placeres på Moodle.

10.2 Deltagelsespligt

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der tilknyttet en deltagelsespligt, i form af:

- aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og
- mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse

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 den studerende forstår at prioritere både klasseundervisning med mindre øvelser og projekter højt.

Undervisningsformen skal sikre, at den studerende bliver aktiv i forhold til sine omgivelser, tager ansvar og deltager i ordets egentlige betydning.

Der er derfor mødepligt på studiet, og fravær vil blive registreret. Når fravær når et uacceptabelt niveau vil den studerende blive indkaldt til en samtale med klassekoordinatoren. Den studerende vil modtage en advarsel og blive afkrævet en forklaring og en efterfølgende vurdering af sine muligheder for at gennemføre studiet.

Hvis den studerende efter gentagne advarsler fortsat øger sit fravær, indkaldes vedkommende til en samtale med Uddannelseschefen, og konsekvensen kan blive at man erklæres studieinaktiv, hvilket kan betyde at SU bliver inddraget og den studerende ikke

får lov til at gå til eksamen. Længerevarende sygdomsforløb skal dokumenteres og vil medføre en subjektiv vurdering af den studerendes muligheder for at gennemføre semestret.

Før den studerende kan aflægge en eksamen eller prøve, skal de aktiviteter på semestret som er omfattet af deltagelsespligt (obligatoriske læringsaktiviteter) være godkendt.

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en eksamen, ligestilles den manglende opfyldelse med udeblivelse fra eksamen, og den studerende har brugt et forsøg.

De obligatoriske læringsaktiviteter betragtes ikke som udprøvning eller eksamen, men som en del af læringsprocessen, der skal dokumentere, at den studerende er studieaktiv.

Tværfaglige aktiviteter med deltagelsespligt:

Forudsætningskrav for 1. eksterne eksamen.

1. semester: Projekt 1 og 2 samt prøveeksamen i 1. interne
 2. semester: Projekt 3 og 4 samt prøveeksamen i 1. eksterne
- Herudover skal den studerende deltage i Innovation camp.

Forudsætningskrav for 3. semester eksamen i obligatoriske fag: Projekt 5

10.3 Konsekvenserne ved manglende studieaktivitet

Hvis ét eller få af kriterierne i definitionen af studieaktivitet ikke overholdes, kan det føre til ophør af SU.

Ved manglende overholdelse af ét eller flere kriterier kan dette medføre udskrivning af studiet jf. nedenfor.

Perioder, hvor den studerende ikke har været studieaktiv på grund af orlov, barsel, adoption, dokumenteret sygdom eller værnepligt, medtælles ikke. Den studerende skal på forlangende for egen regning fremskaffe dokumentation for disse forhold.

Uddannelsen kan dispensere fra disse bestemmelser, hvis der foreligger usædvanlige forhold. Dispensationsansøgningen sendes til uddannelseschefen.

10.4 Udskrivning af studiet

Indskrivningen kan bringes til ophør for studerende, der ikke har overholdt kravene til studieaktivitet i studieordningen. Der kan dispenseres fra dette, hvis der foreligger usædvanlige forhold. Dispensationsansøgningen sendes til uddannelseschefen.

Forinden indskrivning bringes til ophør, adviseres den enkelte studerende skriftligt herom. Den studerende gøres i den forbindelse opmærksom på reglerne ovenfor. I brevet til den studerende skal det fremgå, at vedkommende har 14 dage til at indsende dokumentation

for, at perioder med manglende studieaktivitet ved uddannelsen ikke skal medtælle samt en frist for ansøgning om dispensation.

Hvis den studerende ikke har reageret inden for den fastsatte frist, udskrives vedkommende.

Hvis den studerende anmoder om, at indskrivningen ikke bringes til ophør, har anmodningen opsættende virkning, indtil sagen er afgjort af uddannelseschefen. Den studerende kan klage til uddannelseschefen over den trufne afgørelse senest 2 uger efter modtagelsen af afgørelsen. Klagen har opsættende virkning. Hvis afgørelsen fastholdes, kan den studerende klage til Ministeriet for inden for 2 uger efter modtagelse af afgørelsen for så vidt angår retlige spørgsmål.

10.5 Kommunikation

På Erhvervsakademi SydVest anvendes Moodle som webbaseret konferencesystem. Moodle er et vigtigt kommunikationsforum. Dokumenter, noter, opgaver m.m. i relation til klasseundervisningen og projekterne findes på konferencen. Derudover kan den studerende på konferencen også finde vigtige informationer.

Skulle den studerende gå glip af udleverede dokumenter eller mundtlig information vil vigtige dokumenter, beskeder, noter m.m. komme til at ligge på Moodle. Så tjek konferencen regelmæssig. Underviserne gør informationen tilgængelig – ansvaret for at læse informationen er den studerendes.

11. Syge- og omprøver

11.1 Sygeprøve

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en prøve på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)prøven snarest muligt. Er det en prøve, der er placeret i uddannelsens sidste eksamenstermin, får den studerende mulighed for at aflægge prøven i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf.

Sygeprøven kan være identisk med næste ordinære prøve. Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår (syge)prøven afvikles.

Orientering om tid og sted for sygeprøver findes i eksamensorienteringen på Moodle.

Sygdom skal dokumenteres ved lægeerklæring. Institutionen skal senest have modtaget lægeerklæring tre hverdage efter prøvens afholdelse. Studerende, der bliver akut syge under en prøves afvikling, skal dokumentere, at vedkommende har været syg på den pågældende dag.

Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et prøveforsøg. Den studerende skal selv afholde udgiften til lægeerklæring.

11.2 Omprøve

Ved ikke bestået prøve eller ikke fremmøde ved prøve er den studerende automatisk tilmeldt omprøve, så længe der resterer prøveforsøg. Omprøven kan være identisk med næste ordinære prøve.

Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår omprøve afholdes. Orientering om tid og sted for omprøver findes i eksamensorienteringen på Moodle.

Uddannelsen kan dispensere fra den fortsatte tilmelding, når det er begrundet i usædvanlige forhold, herunder dokumenteret handicap.

12. Hjælpemidler

Eventuelle regler for indskrænkning af brug af hjælpemidler, vil fremgå af beskrivelsen af den enkelte prøve.

13. Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om særlige prøvevilkår. Ansøgningen skal indgives til uddannelseschefen/-leder senest 4 uger før prøven afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opståede helbredsmæssige problemer. Ansøgningen skal ledsages af en lægeattest, udtalelse fra fx tale-, høre-, ordblinde eller blindeinstitut eller anden dokumentation for helbredsmæssige forhold eller relevant specifik funktionsnedsættelse.

14. Eksamenssnyd

En eksaminand skal ved aflevering af en skriftlig besvarelse med sin underskrift bekræfte, at opgaven er udfærdiget uden uretmæssig hjælp.

14.1 Brug af egne og andres arbejde - plagiat

Eksamenssnyd ved plagiering omfatter tilfælde, hvor en skriftlig opgave helt eller delvist fremtræder som produceret af eksaminanden eller eksaminanderne selv, selv om opgaven:

- omfatter identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller værker, uden at det gengivne er markeret med anførelstegn, kursivering, indrykning eller anden tydelig markering med angivelse af kilden, jf. institutionens krav til skriftlige arbejder på Moodle.
- omfatter større passager med et ordvalg, der ligger så tæt på et andet værk eller lignendes formuleringer m.v., at man ved sammenligning kan se, at passagerne ikke kunne være skrevet uden anvendelse af det andet værk.
- omfatter brug af andres ord eller idéer, uden at disse andre er krediteret på behørig vis.
- genbruger tekst og/eller centrale idéer fra egne tidligere bedømte arbejder uden iagttagelse af bestemmelserne i punkt. 1 og 3.

14.2 Disciplinære foranstaltninger

En eksaminand, der utvivlsomt under en prøve:

- uretmæssigt skaffer sig hjælp eller
- giver en anden eksaminand hjælp til besvarelse af en opgave, eller
- benytter ikke tilladte hjælpemidler
- udviser forstyrrende adfærd

kan uddannelseschefen eller den, som uddannelseschefen bemyndiger hertil, eller bedømmerne i enighed bortvise eksaminanden fra prøven, mens den stadig pågår. I sådanne tilfælde vurderes berettigelsen af bortvisningen i forbindelse med den efterfølgende afgørelse.

I mindre alvorlige tilfælde af forstyrrende adfærd gives først en advarsel.

14.3 Formodning om eksamenssnyd, herunder plagiering under og efter prøven

Hvis der under eller efter en prøve opstår formodning om, at en eksaminand:

- uretmæssigt har skaffet sig eller ydet hjælp,
- har udgivet en andens arbejde for sit eget (plagiat), eller
- har anvendt eget tidligere bedømt arbejde eller dele heraf uden henvisning (plagiat)

indberettes det til uddannelseschefen.

14.4 Processen ved afklaring af eksamenssnyd, herunder plagiering

Udsættelse af prøven

Vedrører indberetningen af eksamenssnyd som plagiering i en skriftlig opgave, som er bedømmelsesgrundlag ved en senere mundtlig prøve udsætter uddannelseschefen prøven, hvis det ikke er muligt at afklare forholdet inden den fastsatte prøvedato.

Indberetningens form og indhold

Indberetningen skal ske uden unødigt forsinkelse. Med indberetningen skal følge en skriftlig fremstilling af sagen, der omfatter oplysninger, der kan identificere de indberettede personer, samt en kort redegørelse og den foreliggende dokumentation for forholdet. Er der tale om gentagelsestilfælde for én eller flere af de indberettede personer, skal dette oplyses.

Ved indberetning af plagiering skal de plagierede dele markeres med tydelig henvisning til de kilder, der er plagieret fra. Den plagierede tekst skal ligeledes markeres i kildeteksten.

Inddragelse af eksaminanden – partshøring

Uddannelseschefen afgør, om høringen af den studerende skal ske mundtligt, skriftligt eller en kombination heraf.

Ved den mundtlige partshøring indkaldes eksaminanden til en samtale til nærmere belysning af sagsforholdet med henblik på at præsentere vedkommende for dokumentationen for formodningen af eksamenssnyd og for at høre den eksaminandens opfattelse. Eksaminanden har ret til at møde med en ledsager.

Ved den skriftlige partshøring fremsendes dokumentationen for formodningen af eksamenssnyd med henblik på at anmode om den studerendes skriftlige opfattelse.

Sanktioner ved eksamenssnyd og forstyrrende adfærd under prøven

Hvis uddannelseschefen efter belysning af sagsforholdet får bekræftet formodningen om eksamenssnyd, og handlingen har fået eller ville kunne få betydning for bedømmelsen, bortviser uddannelseschefen eksaminanden fra prøven. I mindre alvorlige tilfælde gives først en advarsel.

Under skærpende omstændigheder kan uddannelseschefen bortvise i kortere eller længere perioder. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelser kan medføre varig bortvisning. En bortvisning medfører, at en eventuel karakter for den pågældende prøve bortfalder, og at eksaminanden har brugt et prøveforsøg.

Eksaminanden kan ikke deltage i syge-/omprøve, men kan først deltage i prøven ved uddannelsens næstkommende ordinære udbud af prøven.

Uddannelseschefen kan, hvor der er tale om skærpende omstændigheder, beslutte at eksaminanden skal bortvises fra institutionen i en kortere eller længere periode. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelser kan medføre varig bortvisning. Den studerende kan ikke deltage i undervisning eller prøver i bortvisningsperioden.

Klage

Afgørelse om at have brugt et eksamensforsøg og bortvisning på grund af eksamenssnyd er endelig og kan ikke indbringes for en højere administrativ myndighed.

Klage over retlige spørgsmål (fx inhabilitet, høring, klagevejledning, om eksamensbekendtgørelsen er fortolket korrekt m.v.) kan indbringes for Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte. Klagen indgives til Institutionen og stiles til uddannelseschefen, der afgiver en udtalelse, som klageren skal have lejlighed til at kommentere inden for en frist på normalt en uge. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte. Klagefristen til institutionen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

15. Klager over prøver og anke af afgørelser

15.1 Klager over prøver

Det anbefales, at eksaminanden søger vejledning hos studievejleder i forbindelse med klageprocedure og udarbejdelse af klage.

Reglerne om klager over eksamen fremgår af bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser (Eksamensbekendtgørelsen).

I bekendtgørelsen skelnes mellem klager over:

- eksaminationsgrundlaget mv., prøveforløbet og/eller bedømmelsen samt
- klager over retlige forhold.

De to former for klage behandles forskelligt.

15.1.1 Klage over eksaminationsgrundlaget

En eksaminand kan indsende en skriftlig og begrundet klage inden for en frist af 2 uger efter, at bedømmelsen af prøven er bekendtgjort på sædvanlig måde over:

- prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende, samt dets forhold til uddannelsens mål og krav
- prøveforløbet
- bedømmelsen

Klagen kan vedrøre alle prøver, herunder skriftlige, mundtlige samt kombinationer heraf samt praktiske.

Klagen sendes til uddannelseschefen.

Klagen forelægges straks for de oprindelige bedømmere, dvs. eksaminator og censor ved den pågældende prøve. Udtalelsen fra bedømmerne skal kunne danne grundlag for

institutionens afgørelse vedrørende faglige spørgsmål. Institutionen fastsætter normalt en frist på 2 uger for afgivelse af udtalelserne.

Umiddelbart efter at bedømmernes udtalelse foreligger, får klageren lejlighed til at kommentere udtalelserne inden for en frist af normalt en uge.

Afgørelsen træffes af institutionen på grundlag af bedømmernes faglige udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til udtalelsen.

Afgørelse skal være skriftlig og begrundet, og kan gå ud på:

- tilbud om en ny bedømmelse (ombedømmelse) – dog kun ved skriftlige prøver
- tilbud om en ny prøve (omprøve)
- at den studerende ikke får ikke medhold i klagen

Beslattes det, at der skal gives tilbud om en ombedømmelse eller omprøve, udpeger uddannelseschefen nye bedømmere. Ombedømmelse kan alene tilbydes i skriftlige prøver, hvor der foreligger materiale til bedømmelse, da nye bedømmere ikke kan (om)bedømme en allerede afholdt mundtlig prøve, og da de oprindelige bedømmers notater er personlige og ikke udleveres.

Går afgørelsen ud på tilbud om ombedømmelse eller omprøve, skal klageren informeres om, at ombedømmelse eller omprøve kan resultere i lavere karakter. Den studerende skal, inden for en frist af 2 uger efter at afgørelsen er afgivet, acceptere tilbuddet. Der er ikke mulighed for at fortryde sin accept. Hvis den studerende ikke accepterer inden for fristen gennemføres ombedømmelse eller omprøve ikke.

Ombedømmelse eller omprøve skal finde sted snarest muligt. Hvis beviset for uddannelsens færdiggørelse er udstedt, skal det inddrages indtil bedømmelsen foreligger endeligt, hvorefter et nyt bevis udstedes.

Ved ombedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter: Opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmers udtalelser med klagers bemærkninger hertil samt institutionens afgørelser.

Bedømmerne meddeler institutionen resultatet af ombedømmelsen vedlagt en skriftlig begrundelse og bedømmelsen. Omprøve og ombedømmelse kan resultere i lavere karakter.

Hvis det besluttes at foretage en ny bedømmelse eller give tilbud om omprøve, gælder beslutningen alle de eksaminander, hvis prøven lider af samme mangel, som den der klages over.

Klagen skal sendes til uddannelseschefen senest 2 uger (14 kalenderdage) efter, bedømmelsen ved den pågældende prøve er meddelt. Hvis udløbet af fristen falder på en helligdag, er det den første hverdag derefter, som er fristudløbsdagen. Der kan dispenseres fra fristen, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

Anke

Klageren kan indbringe institutionens afgørelse vedrørende faglige spørgsmål for et ankenævn. Ankenævnets virksomhed er omfattet af forvaltningsloven, herunder om inhabilitet og tavshedspligt.

Anken sendes til uddannelseschefen.

Fristen for at anke er to uger efter eksaminanden er gjort bekendt med afgørelsen. De samme krav som ovenfor nævnt under klage (skriftlighed, begrundelse osv.) gælder også ved anke.

Ankenævnet består af to beskikkede censorer, der udpeges af censorformanden, en eksamensberettiget lærer og en studerende inden for fagområdet (uddannelsen), som begge udpeges af uddannelseschefen.

Ankenævnet træffer afgørelse på grundlag af det materiale, som lå til grund for institutionens afgørelse og eksaminandens begrundede anke.

Ankenævnet behandler anken, og afgørelsen kan gå ud på:

1. tilbud om ny bedømmelse ved nye bedømmere, dog kun ved skriftlige prøver
2. tilbud om ny prøve (omprøve) ved nye bedømmere eller
3. at den studerende ikke får medhold i anken

Går afgørelsen ud på tilbud om ombedømmelse eller omprøve, skal klageren informeres om, at ombedømmelse eller omprøve kan resultere i lavere karakter. Den studerende skal indenfor en frist af 2 uger efter at afgørelsen er afgivet, acceptere tilbuddet. Der er ikke mulighed for at fortryde sin accept.

Hvis den studerende ikke accepterer inden for fristen gennemføres ombedømmelse eller omprøve ikke.

Ombedømmelse eller omprøve skal finde sted snarest muligt.

Ved ombedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter: Opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmeres udtalelser med klagers bemærkninger hertil samt institutionens afgørelser.

Ankenævnet skal have truffet afgørelse senest 2 måneder ved vintereksamen – ved sommereksamen 3 måneder – efter at anken er indgivet.

Ankenævnets afgørelse er endelig, hvilket betyder, at sagen ikke kan indbringes for højere administrativ myndighed for så vidt angår den faglige del af klagen.

15.1.2 Klage over retslige forhold

Klage over retlige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af bedømmerne i forbindelse med ombedømmelse eller omprøve eller ankenævnets afgørelse kan indbringes for Erhvervsakademi SydVest inden for en frist af 2 uger fra den dag afgørelsen er meddelt klageren.

Klage over retslige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af institutionen efter reglerne i bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser (fx inhabilitet, høring, om gældende bekendtgørelse er fortolket korrekt mv.) kan indgives til institutionen, der afgiver en udtalelse, som klageren skal have mulighed for at kommentere inden for en frist på normalt en uge. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen for Videregående uddannelse. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til styrelsen. Fristen for indgivelse af klage til institutionen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

16. Dispensation

Institutionen kan dispensere fra reglerne, i denne institutionsdel af studieordningen, når det findes begrundet i usædvanlige forhold. Institutionerne samarbejder om en ensartet dispensionspraksis.

17. Ikrafttrædelses- og overgangsbestemmelser

Denne institutionelle del af studieordningen træder i kraft den 01.08.20 og har virkning for alle studerende, som påbegynder uddannelsen fra 25.08.20 og senere.

Studerende indskrevet på uddannelsen før 01.08.20 færdiggør deres uddannelse ved den studieordning, der var gældende på starttidspunktet, medmindre andet er beskrevet på Moodle. Dog med undtagelse af orlov eller barsel, efter endt orlov eller barsel genoptages studiet på den daværende gældende studieordning.

Denne studieordning bygger på:

- Gældende Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser (eksamensbekendtgørelsen)
- Gældende bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- Gældende bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Kan findes på: <https://www.retsinformation.dk/>

Bilag 1: Beskrivelse af kerneområdeindhold under fagelementer

1. Forretningsforståelse

International Markedsføring (2 ECTS)

- Forretningsmodeller
- Markedsorientering vs. produktorientering
- Virksomhedens mission og vision
- Virksomhedens kernekompetencer og værdiskabelse
- Produktvurdering og udvikling
- Strategi og vækststrategi

Økonomi (3 ECTS)

- Indtægter
- Omkostninger (variable og faste)
- Årsregnskab (Resultatopgørelse og Balance)
- Regnskabsanalysens indhold
- Rentabilitetsanalyse
- Likviditetsopgørelse
- Analyse af indtjeningsevne
- Analyse af kapitaltilpasning
- Analyse af soliditet og likviditet

Organisation/SCM (4 ECTS)

- Forretningsmodeller
- Innovation
- Individ/personprofiler
- Motivationsteorier
- Ledelsesteorier
- Organisationsstruktur
- Organisationskultur

Erhvervsret (1 ECTS)

- Juridisk metode og retskilder, herunder EU's retsskabende virksomhed, samt domstolssystemet
- Selskabsformer og deres betydning for hæftelsen

Husk at arbejde med "udarbejde rapporter med problemformulering, begrundet metode, samt analyser, der er tilpasset modtageren" under dette tema. Dette arbejde fortsættes der med under kommende temaer, da det er noget den studerende skal forbedre undervejs i studiet.

2. Markedsforståelse

International Markedsføring (5 ECTS)

- Omverdensanalyse
- Brancheanalyse
- Konkurrentanalyse
- Benchmarkanalyse
- Kundeadfærd herunder kunderejsen
- Forbrugertrends
- Markedspotentiale
- Analyse af virksomhedens styrker, svagheder, muligheder og trusler

Økonomi (2 ECTS)

- Nationalregnskabet (værditilvækst, forsyningsbalancen og betalingsbalancen)
- Konjunkturanalyse og følsomhed
- Befolkningsudvikling
- Arbejdsmarked samt erhvervsstruktur

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Forsyningskædens opbygning
- Optimering af forsyningskæden (værdiskabelse, logistisk effektivitet/strategi/styring)
- Værktøjer til optimering i SCM
- Styling af vareflow (planlægningsprincipper, lager, transport mm)
- Relationer, partnerskaber, valg af partnere i SCM

Erhvervsret (1 ECTS)

- Aftaleret og forbrugerftaler

3. Markedsanalyse

International Markedsføring (4 ECTS)

- Markedsanalyseprocessen
- Primære og sekundære dataindsamlingsmetoder og analysetyper
- Analyseproblem og analysedesign
- Interne kilder (fx Google Analytics) og eksterne kilder (fx databaser)
- Kvantitative og kvalitative dataindsamlingsmetoder
- Interviewmetoder
- Reliabilitet og validitet
- Udvikling af spørgeskema/spørgeramme
- Dataanalyse
- Anvendelse og præsentation af indsamlede data
- Metodetriangulering

Statistik (2 ECTS)

- Beskrivende statistik
- Goodness of Fit
- Test af uafhængighed (analyse af antals-/krydstabeller)
- Konfidensintervaller

Økonomi (1 ECTS)

- Makroøkonomiske nøgletal (ingen makroøkonomiske modeller – er på 3. semester)
- Økonomiske rapporter vedr. makroøkonomien fra sekundære kilder herunder databaser
- Generelt vil det være oplagt, at de studerende bruger tid på at søge i sekundære kilder og databaser

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Projektstyring
- Projektplan
- Værktøjer til projektledelse (Risikoanalyse, interessentanalyse m.fl)
- Projektledelse i praksis
- Grupper/Teams/teamudvikling

Erhvervsret (1 ECTS)

- Erstatningsret, herunder arbejdsgiveransvar og produktansvar
- Persondatalovgivning

4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik

International Markedsføring (6 ECTS)

- Markedsføringsplanens opbygning
- Virksomhedens mål
- Segmentering (b2b og b2c)
- Målgruppevalg
- Positionering
- Branding
- Produkt vs. Service
- Prisstrategier
- Distributionsstrategier
- Marketing-mix

Økonomi (6 ECTS)

- Udbud og efterspørgsel
- Markedsformer
- Forbrugeren (inkl. forbrugers overskud)
- Producenten (inkl. producentoverskud)
- Elasticiteter
- Virksomhedens omkostningsforhold
- Markedsindgreb (maksimalpris, minimalpris og stykafgift)
- Prisfastsættelsesmetoder (praksisnære, teoretiske og matematiske)
- Budgettering (resultat- og markedsføringsbudget)

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Design og optimering af distributionskanaler (opgaver, værdiskabelse, kanalstruktur)
- Konceptstyring
- Optimering i detailhandel (koncept, opgaver, værdiskabelse)
- Offline, online, omnichannel

Salg (1 ECTS)

- Salgsstrategi
- Salgsplanlægning

Markedskommunikation (3 ECTS)

- Kommunikationsstrategier
- Målgruppens medievaner og touchpoints
- Kommunikationsmålsætning
- Budskab
- Medielandskabet
- Medieplanlægning

Erhvervsret (2 ECTS)

- Markedsføringsret, herunder forbud mod uanmodet henvendelse til forbrugere
- Varemærkebeskyttelse
- E-handelsret
- Køberet, herunder sikring af købesummen ved ejendomsforbehold

5. Markedsføringsplanen - implementering

International Markedsføring (2 ECTS)

- Implementering af markedsføringsplanen
- Briefing af interne og eksterne leverandører
- Evaluering og effektmåling
- Værktøjer til implementering af virksomhedens digitale tiltag

Økonomi (3 ECTS)

- Budgettering (likviditetsbudget og balancebudget)
- Budgetkontrol

Salg (3 ECTS)

- Kommunikationsværktøjer (herunder CRM)
- Persontypologier
- Salgs- og forhandlingsteknik
- Salgspsykologi
- Social selling

Markedskommunikation (2 ECTS)

- Udformning af (minimum) et konkret kommunikationselement og/eller produkt
- Kommunikationsbudget (Budget og priser for medier/clicks mv)
- Effektmåling af kommunikationsindsats (herunder opfyldelse af kommunikationsmålsætning inden for budgettet)

6. Internationalisering

International Markedsføring (4 ECTS)

- Internationaliseringsmotiver
- Markedsscreening og markedsvalg
- Indtrængningsstrategier
- Etableringsformer
- Identifikation af samarbejdspartnere
- International markedsføringsstrategi
- Tilpasning af parameterstrategien

Markedskommunikation (1 ECTS)

- Kulturforståelse
- Kulturanalyser og sammenligning af kulturer

Økonomi (5 ECTS)

- Investering (herunder kritisk værdi og følsomhedsanalyser)
- Finansiering (herunder balancestruktur, kapitalbehov og lånetyper)
- De makroøkonomiske mål (med henblik på markedsvurdering)
- Makroøkonomiske modeller (varemarkedet, pengemarkedet, valutamarkedet og arbejdsmarkedet)
- Økonomiske politikker
- Klassiske handelsteorier og international handelspolitik (handelshindringer og handelssamarbejder)

Bilag 2: ECTS oversigt

	1. sem			Total	2. sem		Total	3. sem	Total	Total	kerne områder
	Forretnings forståelse	Markeds forståelse	Markeds analyse		Marketing planen - strategi og taktik	Marketing planen - Implementering		Internationalisering			
International Marketing											
Markedsføring	2	5	4	11	6	2	8	4	4	23	
Statistik			2	2						2	
Total	2	5	6	13	6	2	8	4	4	25	
Salg og Markedskommunikation											
Salg					1	3	4			4	
Markedskommunikation					3	2	5	1	1	6	
Total					4	5	9	1	1	10	
Økonomi											
Erhvervsøkonomi	3			3	3	3	6	2	2	11	
Global økonomi		2	1	3	3		3	3	3	9	
Total	3	2	1	6	6	3	9	5	5	20	
Erhvervsret	1	1	1	3	2		2			5	
Total	1	1	1	3	2		2			5	
Organisation og SCM											
Org/innovation/projekt	4		2	6						6	
SCM		2		2	2		2			4	
Total	4	2	2	8	2		2			10	
Total ialt	10	10	10	30	40	20	60	20	20	70	



ERHVERVS
AKADEMI
SYDVEST