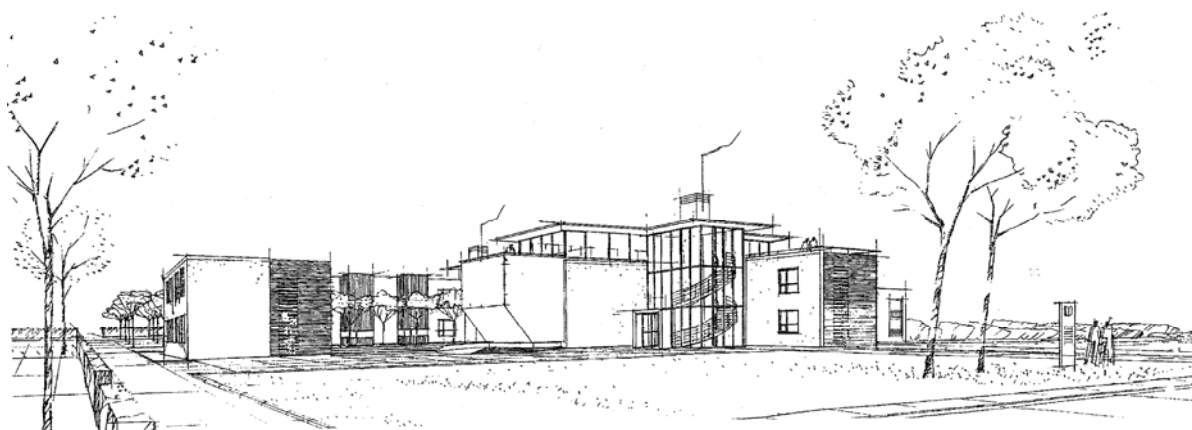


Studieordning for uddannelsen til
MARKEDSFØRINGSØKONOM (AK)

ved



2009/2011
Minerva Randers

Indhold

Fælles del:

1. Uddannelsen	4
1.1. Formål	4
1.2. Omfang.....	4
1.3. Mål for læringsudbytte	4
1.4. Titulatur.....	5
2. Uddannelsens indhold og struktur	5
3. Læringsmål for kerneområderne.....	7
3.1. International markedsføring og salg (30 ECTS)	7
3.2. Økonomi (20 ECTS)	7
3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	8
3.4. Erhvervsret (10 ECTS).....	9
4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:.....	10
4.1 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester..	11
4.1.1 International markedsføring og salg (10 ECTS).....	11
4.1.2 Økonomi (5 ECTS)	11
4.1.3 Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS).....	13
4.1.4 Erhvervsret (5 ECTS).....	14
4.2 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester .	15
4.2.1 International markedsføring og salg (10 ECTS).....	15
4.2.2 Økonomi (5 ECTS)	16
4.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	16
4.2.4 Erhvervsret (5 ECTS).....	18
4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester .	19
4.3.1 International markedsføring og salg (10 ECTS).....	19
4.3.2 Økonomi (10 ECTS).....	20
4.3.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS).....	21
4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer.....	21
4.4.1 Statistik - 2. semester (5 ECTS)	22
4.4.2 Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)	22
5. Praktik (15 ECTS).....	23
6. Prøver	24
6.1. Oversigt over prøver og eksaminer	24
6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer	25
6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer	27
7. Erhvervsakademi Dania, Minerva Randers.....	28
7.1. Erhvervsakademi Dania, Minerva Randers pædagogiske principper	28
7.2. Lektionsplaner, litteratur og semesterplaner.....	28
7.3. Forventninger til dig	29
8. Indstilling til eksamen	29

9. Valgfri uddannelseselementer	29
9.1. Vejledning om valg af valgfag.....	29
9.2. Markedskommunikation, Valgfag 2. semester (5 ECTS).....	30
9.3. Internationalt Salg1, Valgfag 2. semester (5 ECTS).....	31
9.4. Medieproduktion, Valgfag 3. Semester (5 ECTS).....	32
9.5. Internationalt Salg2, Valgfag 3. Semester (5 ECTS)	33
10. Regler for praktikkens gennemførelse	34
11. Prøver i valgfri uddannelseselementer	35
12. Internationalisering	35
13. Krav til skriftlige opgaver og projekter	35
13.1. Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)	35
14. Anvendte undervisnings og arbejdsformer	36
14.1. Obligatoriske opgaver og projekter (Bundne forudsætninger)	37
14.2 Projekter på de 3 første semestre (foruden eksamensprojekt)	37
14.3. Bunden forudsætning.....	38
14.4. Øvrige specielle aktiviteter	39
15. Retningslinjer for differentieret undervisning	39
16. Regler om merit m.v.	39
16.1. Orlov.....	40
16.2. Dispensation fra studieordningen	40
16.3. Klager	40
17. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen	41
18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog	41
19. Ikrafttrædelsesbestemmelser	41
20. Henvisninger til gældende retsregler	41

Fælles del

1. Uddannelsen

1.1. Formål

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

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

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

1.2. Omfang

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

1.3. Mål for læringsudbytte

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

Viden

Den uddannede har viden om

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

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) Foretage en international markedsvurdering.
- 2) Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markeds-mæssige emner,
- 3) Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk,

- 4) På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger
- 5) Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- 7) Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger.

Kompetencer

Den uddannede kan:

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

1.4. Titulatur

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

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

2. Uddannelsens indhold og struktur

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

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

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

Uddannelsen struktur fremgår af nedenstående model

	International Markedsføring og Salg	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
1. semester: Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik	5 ECTS A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	10 ECTS A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Ledelse og virksomhedskultur	5 ECTS A: Retskilder B: Aftaleret C: Retlige markedsrelationer D: Virksomhedens retlige forhold	
2. semester: Strategiformulering	10 ECTS A: Markedsanalyse B: Vækststrategi C: Internationalisering D: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS A: Logistik/Supply chain management B: Kulturanalyse C: Innovation	5 ECTS A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Kreditsikring	5 ECTS A: Statistik el. B: Markedskommunikation el. C: Internationalt Salg1
3. semester: Strategiimplementering	10 ECTS A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlingsteknik	10 ECTS A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameteroptimering	5 ECTS A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		5 ECTS A: Driftsøkonomi el. B: Medieproduktion el. C: Internationalt Salg2
4. semester:	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

3. Læringsmål for kerneområderne

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

Indhold

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

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

3.2. *Økonomi (20 ECTS)*

Indhold

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

Den studerende skal have viden om

- Grundlæggende mikroøkonomiske forhold
- Elementerne i virksomheders økonomiske styring

- Det globale økonomiske kredsløb

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til

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

3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)

Indhold

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

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger indenfor kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik
- Metoder og teorier indenfor salgsorganisering
- Elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet
- Teorier og metoder til implementering af organisatoriske og innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale, som non verbale virkemidler samt kulturforskelle

- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og – former

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetence til

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

3.4. Erhvervsret (10 ECTS)

Indhold

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret
- Pant og kaution
- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

Den studerende skal have viden om

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner

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

Den studerende skal have færdigheder i at

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

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

Den studerende skal opnå kompetencer til

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

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

4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:

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

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

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

4.1.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Indhold:

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

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

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier.
- Kunne vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer.
- Identificere virksomhedens stakeholders og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd.
- Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden.
- Formidle virksomhedens stærke og svage sider og trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere.
- Behandle en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer.
- Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet (IMS)
- Udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- Udarbejde test for goodness of fit
- Udarbejde test antalstabeller

Den studerende skal opnå kompetence til at

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

4.1.2 Økonomi (5 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til

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

4.1.3 Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Relevante eksempler fra praksis indenfor fagområdet
- Begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- Aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- Kommunikationsmodeller og teorier
- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier
- Grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde (KOL)

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- at kunne analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- at kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne

- at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- at kunne præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- at kunne tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- At præsentere materiale skriftlig og mundtligt (KOL)

4.1.4 Erhvervsret (5 ECTS)

Indhold:

- Retskilder samt domstolssystemet
- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler
 - Fuldmagt
 - Ugyldighed
 - Forbrugerftaler
- Virksomhedens retlige forhold, herunder
 - Virksomhedsformer
 - Ansættelsesret, herunder ferie
 - Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud
- Kreditsikring, herunder
 - Kautions
 - Ejendomsforbehold
 - Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
 - Fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse

- Individual- og universalforfølgning, herunder
 - Trangsbeneficiet
 - Betalingsstandsning
 - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
 - Prioritetsordenen
 - Sikringsakter
 - Gyldighedsvirkningen
 - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

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

4.2.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetence til at

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

4.2.2 Økonomi (5 ETCS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til

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

4.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)

Indhold:

- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Supply Chain Management
- Innovation og organisationsudvikling
- Kulturanalyse
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer indenfor Supply Chain Management
- De logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- Innovationsmodeller og begreber samt innovative processer i praksis kulturteorier og – modeller, analyse af nationale kulturer
- Kulturforskelle, nationalt og internationalt samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- Begreber som kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- Evnen til at skabe konstruktive relationer til andre (KOL)

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- Kunne analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- Vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- Kunne inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- Identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- Forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhæng
- Anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- Anvende innovationsmodeller og definere innovationstyper i praksis
- Arbejde sammen på tværs af kulturer (KOL)

Den studerende skal opnå kompetence til

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain

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

4.2.4 Erhvervsret (5 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

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

Den studerende skal opnå kompetence til

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

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder
 - Risikoovergang

- Levering
- Misligholdelse
- Misligholdelse i danske forbrugerkøb
- Incoterms 2000

4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester

4.3.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Undervisningen vil foregå på engelsk.

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- Anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- Opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- Vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- Anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- Gennemføre uddannelseselementer på engelsk (IMS)

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag

- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- kunne arbejde i internationale teams/grupper

4.3.2 Økonomi (10 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

4.3.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetence til

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

4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer

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

beskrives i studieordningens fællesdel samt øvrige valgfri uddannelseselementer, der udvikles og udbydes af de enkelte akademier og beskrives i studieordningens institutionsdel.

4.4.1 Statistik - 2. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

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

Den studerende skal have færdigheder i at:

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

Den studerende opnår kompetence til:

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

4.4.2 Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold
- Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisfølsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver.
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver.
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder

Den studerende skal opnå kompetencer til:

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

5. Praktik (15 ECTS)

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

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

Mål for læringsudbyttet

Viden

- Skal have viden om 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.

6. Prøver

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

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

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

6.1. Oversigt over prøver og eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

Eksamensprøver	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret. (1. interne prøve)	Januar Skriftlig			
Tværfaglig projekteksamen i International markedsføring og salg, Økonomi,		Juni Mundtlig projekteksamen		

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

Samtlige prøver skal bestås.

6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer

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

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

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

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

Problemstillingerne ligger indenfor læringsmålene for 1. semester i fagene:

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

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

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

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

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

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

International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)

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

Den studerende har en forberedelsestid på 60 minutter.

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

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

Økonomi (3. eksterne eksamen)

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

Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Økonomi.

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

Kommunikation, organisation og logistik (3. interne eksamen)

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

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

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

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

Prøve i praktikforløb (5. interne eksamen)

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

Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)

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

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

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

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

6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne eksamen): STATISTIK

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

Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Prøve i valgfag (4. interne eksamen): DRIFTSØKONOMI

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

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Institutions del:

7. Erhvervsakademi Dania, Minerva Randers

Uddannelsens institutionsspecifikke del indeholder særlige uddannelseselementer samt beskrivelse af en række lokale rammer for praktik, prøver, deltagelse i undervisningen med videre. Enkelte afsnit kan være udarbejdet i fællesskab af flere institutioner.

7.1. Erhvervsakademi Dania, Minerva Randers pædagogiske principper

Det er Erhvervsakademi Dania, Minerva Randers politik, at underviseren skal tilrettelægge og gennemføre undervisningen ud fra følgende pædagogiske principper:

- Akademiets værdier - HANG
 - Handlekraft
 - Ansvarlighed
 - Nærhed
 - Gensidig respekt
- Tværfaglighed
- Projekt- og procesorienteret
- Kreativitet og innovation
- Selvstændighed
- It-baseret
- Motivation

Underviseren har følgende roller rettet mod undervisningen:

- Formidling (forelæsninger, klasseundervisning, dialogundervisning, cases, præsentationer, gøre brug af gæstelærere eller foredragsholdere m.v.)
- Vejleder/facilitator (understøtte de studerende ved projekter, praktikophold, gruppearbejde m.v.)

I undervisningen inddrages nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejde fra de enkelte fagspecifikke discipliner.

7.2. Lektionsplaner, litteratur og semesterplaner

Det er fagets underviser, der tilrettelægger fagets lektioner, indhold, måde at formidle faget på samt litteratur. På Akademiets intranet, studynet, kan den studerende finde en oversigt fra hvert fag indeholdende:

- Litteratur
- Antal lektioner
- Undervisningsform (inkl. eventuelle bundne forudsætninger og projekter)
- Eventuelle dele af pensum som forventes, at den studerende selv læser

7.3. Forventninger til dig

Markedsføringsøkonomuddannelsen er en koncentreret uddannelse på 2 år, og det forventes, at den studerende deltager aktivt i rollen som studerende. Det er op til den studerende selv at være ansvarlig for, at opstille rammer for egen læringsproces, så den studerende får optimalt udbytte af sin uddannelse.

Den gode studerende vil derfor:

- Møde til hver undervisningsaktivitet (i bred forstand)
- Være forberedt til hver lektion
- Være aktiv i hver lektion

Forventningerne til den studerende er uddybet i afsnit 13 vedrørende krav til skriftlige opgaver, afsnit 13 vedrørende undervisnings- og arbejdsformer samt afsnit 17 vedrørende de studerendes mødepligt til al undervisning.

8. Indstilling til eksamen

For at kunne indstille sig til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder, at for at kunne indstille sig til eksamener på 2. semester skal man have bestået alle eksamener på 1. semester, ligesom man, for at kunne indstille sig til eksamen på 3. semester skal have bestået alle eksamener på 1. og 2. semester. Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 1., 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

9. Valgfri uddannelseselementer

9.1. Vejledning om valg af valgfag

For at sikre at alle studerende vælger det valgfag, som har den enkelte studerendes interesser og ønsker om fremtidig karriereforløb er der forskellige muligheder for vejledning om valg af valgfag.

På hjemmesiden www.eadania.dk er der en meget konkret beskrivelse af de enkelte fags indhold samt en beskrivelse af, hvilke stillinger dette valgfag typisk går i retning af. Alle kommende studerende har mulighed for at deltage i akademiets "åbent hus" arrangementer, hvor der vil være undervisere og studerende til stede til at fortælle om de nærmere detaljer i valgfaget.

Der er altid mulighed for at ringe eller maile og høre nærmere om de enkelte valg, og vi yder også den service overfor kommende studerende, som har søgt ind på uddannelsen, at de alle bliver tilbudt at komme til en personlig samtale med en underviser inden selve uddannelsen starter, således du kan være sikre på, at du bl.a. har valgt det valgfag, som passer bedst til dig.

I forbindelse med vejledning om valg af valgfag, vil der også være information om jobmuligheder samt muligheder for at læse videre og tage en bachelor afhængigt af de enkelte valgfag.

I introduktionsugen er der information om alle valgfag for alle studerende ved de respektive undervisere, og der er mulighed for at stille spørgsmål og høre nærmere om valgfaget. Valgfaget startet på 2. semester og er studerende i tvivl om de har valgt det rigtige valgfag, er der altid mulighed for at tale med den uddannelsesansvarlige om netop denne problematik.

9.2. Markedskommunikation, Valgfag 2. semester (5 ECTS)

Indhold

- Planlægning og udarbejdelse af virksomheders markedskommunikationen
- Valg af kommunikationsstrategi, media og budskabsudformning
- Anvendelse af integreret markedskommunikation
- Idégenerering og konceptvisualisering
- Analyse og effektmåling

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Markedskommunikationens historie og særtræk
- Kommunikationsteori
- Kampagnestrategiske tilgange
- Grundtræk ved international markedskommunikation
- Branding og storytelling
- Strategisk kommunikationsplanlægning.
- Identificering og anvendelse af markeds- og kommunikationsmål
- Segmentering, målgruppevalg og positionering i relation til markedskommunikation
- Design af kommunikationsbudskaber og valg af kommunikationskanaler
- Medievalg, mediestrategi og medieplanlægning
- Integreret markedskommunikation
- Massekommunikation og interpersonel kommunikation
- Marketing Public Relations
- Nyere og ukonventionelle kommunikationsformer, f.eks. trade marketing, product placement, viral markedsføring og guerillamarkedsføring
- Markedskommunikationens juridiske og etiske rammer
- Mediekonvergens og centrale forandringer i medie- og kommunikationsbilledet

Den studerende skal have færdigheder i at

- Planlægge og udarbejde markedskommunikationen
- Kunne vælge kommunikationsstrategi, media og budskabsudformning
- Implementere integreret markedskommunikation
- Anvende metoder til idégenerering og konceptvisualisering
- Anvende analysemetoder og effektmålinger
- Analysere og vurdere de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Deltage i udarbejdelse og planlægning af virksomheders markedskommunikation
- Planlægge kommunikationsstrategier afstemt efter virksomhedens idégrundlag, budskab og målgruppen
- Anvende segmentering, målgruppevalg og positionering i relation til markedskommunikation
- Designe kommunikationsbudskaber og vælge kommunikationskanaler
- Benytte teknikker til idégenerering og konceptvisualisering
- Anvende analysemetoder og effektmålinger som redskaber i virksomheders markedskommunikation

Eksamen:

Mundtlig eksamen på grundlag af skriftligt eksamensprojekt. Eksamenstiden er 30 minutter.

9.3. Internationalt Salg¹, Valgfag 2. semester (5 ECTS)

Indhold

- Personlige salgs betydning i relation til virksomhedens øvrige parametre
- Planlægning af salgsprocessen nationalt som internationalt
- Gennemførelse af salgets faser

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige salgsbegreber og salgsmodeller samt hvorledes de kan anvendes i praksis.
- Salgsorganisationen og det personlige salg.
- Hvordan det personlige salg indgår i virksomhedens strategi og planlægning.
- Forståelsen for afdelingens salgsstøttende aktiviteter
- Salgets betydningen afhængigt af branche, produkt, firma og kundens købsadfærd.
- Betydningen af salgspsykologi.

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne analysere og vurdere salgets virkemidler og strategier.
- Kendskab til den psykologiske betydning for salget.
- Kunne analysere forskellige former for salg.
- Udføre praktiske øvelser og blive fortrolig med de forskellige former for salg.
- Den studerende skal med udgangspunkt i en given virksomhed og branche kunne tilrettelægge og integrere det personlige salg såvel strategisk, taktisk som operationelt på en hensigtsmæssig måde.
- Opnå forståelse for de styringsmæssige aspekter under skiftende markedsvilkår.
- Kendskab til forskellige salgsteknikker og salgskanaler samt salgspsykologi
- Forståelse for de styringsmæssige aspekter under skiftende markedsvilkår.

Den studerende opnår kompetence i:

- Selvstændigt at kunne planlægge en salgsproces, der er afstemt efter virksomhedens idégrundlag, virksomhedens målgruppe og salgsledelse.

- Selvstændigt at kunne planlægge, tilrettelægge og gennemføre konkrete salgsopgaver på et internationalt marked.
- Tilpasse sin salgsstrategi efter projektsalgets udvidede krav til research, etablering af netværk, planlægning og tætte relationer med kunden

Eksamen: Den skriftlige eksamen varer 3 timer og alle hjælpemidler må medbringes.

9.4. Medieproduktion, Valgfag 3. Semester (5 ECTS)

Indhold

- Løsning af mindre layout- og designopgaver med anvendelse af professionelle værktøjer og computerprogrammer til bearbejdning af billeder, grafik og tekst.
- Udarbejdelse af en virksomheders visuelle identitet.
- Udarbejdelse af en designmanual for en virksomheds visuelle identitet

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Den visuelle identitets betydning for virksomheden
- Centrale processer, begreber og problemstillinger i trykt og netbaseret medieproduktion fra idé til færdigt produkt.
- Workflowet i den grafiske branche.
- Typografisk fagterminologi
- Fagterminologi forbundet med elektronisk bearbejdning af billeder og grafik.
- Grundlæggende farvelære og
- Farvesystemer og farvestyring i grafiske produktion
- Grundbegreber i digital billedproduktion
- Elektroniske filformater i den grafiske branche.
- Typografiens grundlæggende begreber og konventioner
- Konventioner for visuel komposition og opsætning
- Dtp-workflowets hovedelementer fra idé til færdigt tryk
- Elementær opbygning og vedligeholdelse af et websted
- Grundprincipper for brugervenligt design.
- Designmanualers indhold, opbygning og anvendelse

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne anvende professionelt programmel til fremstilling og bearbejdning af vektorbaseret og pixelbaseret grafik
- Anvende professionelt dtp-programmel til opsætning og ombrydning af tryksager og andre publikationer
- Nydesigne grafiske objekter samt viderebearbejde eksisterende grafik.
- Selvstændigt løse mindre grafiske design- og billedbehandlingsopgaver
- Udarbejde centrale elementer af en virksomheders visuelle identitet.
- Udarbejde designmanualer

Den studerende opnår kompetence i:

- Selvstændig løsning af mindre layout- og designopgaver med anvendelse af professionelle værktøjer og computerprogrammer
- Udarbejdelse af en grafisk linje med designmanual for en virksomhed
- Deltagelse i planlægning, koordinering, udformning af en virksomheds medieproduktion
- At kunne fungere som kontaktperson i forhold til aktører i mediebranchen.
- At kunne kommunikere på kvalificeret grundlag med samarbejdspartnere om typografiske og grafiske spørgsmål.
- At kunne vurdere og træffe valg i forbindelse med udformning af kommunikation.

Eksamen

Casebaseret, individuel praktisk / skriftlig projektopgave, som danner grundlag for en efterfølgende mundtlig eksamen. Mundtlig eksamen varer 30 minutter.

9.5. Internationalt Salg2, Valgfag 3. Semester (5 ECTS)

Indhold

- Sælgers rolle ved projektsalg nationalt og internationalt
- Skitsere en forretningsplan ud fra customer relationship management
- Forstå betydningen af KAM og bruge begrebet i praksis
- Vurdere brugen af de forskellige landes kulturparametre ved eksportsalg

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Sælgerens rolle ved projektsalg
- Kunne opstille en plan for projektsalgets forløb.
- Forstå betydning af KAM

Den studerende skal have færdigheder i:

- Kunne skitsere en forretningsplan bygget på elementerne i customer relationship management.
- Fortrolig med de grundlæggende strategimuligheder i forbindelse med projektsalg og eksportsalg
- Kunne skitsere en forretningsplan bygget på elementerne i customer relationship management.
- Bruge begrebet KAM i en praktisk salgssituation

Den studerende opnår kompetencer i:

- Forståelse for møde- og forhandlingsteknikker
- Analyse og vurdering af eksportsalg med inddragelse af de forskellige landes kulturparametre og etik
- Udarbejde og vurdere et projektsalgs forløb.

Eksamen: 30 minutters mundtlig eksamen med 30 minutters forberedelse.

10. Regler for praktikkens gennemførelse

Formålet med praktikforløbet er at bibringe den studerende erhvervskompetencer inden for uddannelsens formål samt relatere den indlærte teori til praksis i en specifik erhvervskontekst, hvor den studerendes erhvervskompetence underbygges. Dette samtidig med, at der sker en indlæringsmæssig progression i forhold til uddannelsens overordnede formål. Progressionen sikres blandt andet gennem vejlederkontakt, eksaminer og det afsluttende eksamensprojekt, der - så vidt det er muligt - afvikles i relation til den virksomhed, hvor den studerende har afviklet sit praktikforløb.

I forbindelse med søgning af praktikvirksomhed udbydes der et kursus i studieopholdssøgning, således de studerende bliver helt fortrolige med at skrive en ansøgning til en virksomhed vedrørende et praktikophold.

I forbindelse med at finde interessante praktikvirksomheder arrangeres en årlig Praktik Dating event medio september, hvor både studerende og virksomheder møder hinanden med henblik på et muligt praktikophold.

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen. 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. Der vil løbende være møder i praktikperiode mellem den studerende og vejlederen, hvilket typisk også vil foregå i den enkelte virksomhed i forbindelse med et af møderne.

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

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

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

Der underskrives en kontrakt mellem den studerende og praktikvirksomheden som endvidere gives til Erhvervsakademiet Dania. For at sikre et stort udbytte af praktikophold for både den studerende og virksomheden vil der i forbindelse med afslutningen af praktikforløbet ligeledes være en evaluering af praktikforløbet for både den studerende og virksomheden.

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer ved praktikforløbet, herunder:

- Praktikperiodens længde
- Erhvervsakademiets ansvar og rammer for vejledning
- Forventninger til studerende
- Forventninger til virksomheden

- Krav til handlingsplan og udarbejdelse af procesbeskrivelse
- Rammer for dialog mellem parterne
- Kontrakt og ansættelsesforhold
- Evaluering.

11. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne efter 2. semester)

Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

Statistik	3 timers skriftlig prøve
Internationalt salg 1	3 timers skriftlig prøve
Markedskommunikation	30 min. mundtlig prøve uden forberedelse og med udgangspunkt i et projekt

Prøve i valgfag (4. interne eksamen efter 3. semester)

Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi	3 timers skriftlig prøve.
Internationalt salg 2	30 minutters forberedelse og 30 minutters mundtlig prøve
Medieproduktion	30 minutters mundtlig prøve

En nærmere beskrivelse af, hvorledes den enkelte eksamen afvikles og kan ses i afsnit 8 under hvert valgfag.

12. Internationalisering

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

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

13. Krav til skriftlige opgaver og projekter

13.1. Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

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

afslutter uddannelsen ved udgangen af 4. semester. Ved eksamen indgår såvel en skriftlig som mundtlig del.

Forudsætninger

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

Indhold

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

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

Forløb

De enkelte skoler udarbejder en projektbeskrivelse, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår. Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af to, højst tre personer i fællesskab.

Vurdering

Prøven er med ekstern censur, og der gives én samlet karakter for det afsluttende eksamensprojekts skriftlige og mundtlige del. Selve eksaminationen har en varighed på 45 minutter.

I den samlede vurdering vægtes således:

Den skriftlige del:	80 %
Den mundtlige del:	20 %

Såfremt den studerende ikke består det afsluttende eksamensprojekt, skal der udarbejdes et nyt projekt med udgangspunkt i en helt ny problemformulering.

14. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

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

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

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

14.1. Obligatoriske opgaver og projekter (Bundne forudsætninger)

I studieforløbet stilles krav om, at nogle elementer i form af projekter, specialdage, studietur, specialeuger samt øvrige aktiviteter, der skal være gennemført, for at man kan stilles til eksamen. Dette gælder både for de nedenfor nævnte projekter samt øvrige aktiviteter.

Sammen med de egentlige eksamensprøver udgør disse elementer det samlede bedømmelsesgrundlag for eksamen.

14.2 Projekter på de 3 første semestre (foruden eksamensprojekt)

Projekt SPSS samt metode

Det gruppebaserede projekt har fokus på at træne metode samt anvendelse af programmet SPSS på en praksisnær problemstilling. Evaluering er efter 7-trinsskalaen.

¹Projekt 1 – Projekt med fokus virksomhedens strategiske situation samt metode

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at træne metode ved udarbejdelse af skriftlige projekter samt træne brugen i at anvende det projektorienterede værktøj: Kubus. Projektet tager udgangspunkt i semestrets overordnede tema, som er virksomhedens strategiske situation hovedsageligt fra fagene kommunikation, organisation og ledelse samt økonomi. Der afsættes en skemafri uge til projektet, hvor der både forinden denne uge og under ugen er vejledning til projektet.

Projektet fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation under anvendelse af semestrets teknikker til dette formål. I forbindelse med fremlæggelsen bør der dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse. Præsentationen efterfølges af en individuel mundtlig prøve med afsat i projektet og inddragelse af pensum fra de 2 fag på semestret.

Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen for den mundtlige præstation.

Projekt 1 er en bunden forudsætning for deltagelse i projekt 2.

Projekt 2 – Projekt med fokus på strategiformulering samt markedsanalyse

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at arbejde med markedsanalyser på praktiske problemstillinger på danske eller internationale markeder. Der afsættes en skemafri uge til projektet, hvor der både forinden denne uge og under ugen er vejledning til projektet.

Projekt afsluttes med præsentation, forsvar og opponering. Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning.

¹ Der udarbejdes særskilt projektoplæg med krav til indhold, form ect. for hvert enkelt projekt

Projekt 2 er en bunden forudsætning for deltagelse i eksamensprojekt i slutningen af 2. semester.

Projekt 3 – Projekt med fokus på planlægning, gennemførelse og strategiimplementering

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at arbejde med planlægning, gennemførelse og strategiimplementering af en markedsføringsstrategi på en praktisk problemstilling på danske eller internationale markeder. Projektet indeholder desuden en tilgang fra den enkelte studerendes specialefag. Der afsættes en skemafri uge til projektet, hvor der både forinden denne uge og under ugen er vejledning til projektet.

Projekt fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation. I forbindelse med fremlæggelsen bør der dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse. Præsentationen efterfølges af en individuel mundtlig prøve med afsat i projektet og inddragelse af pensum fra de internationale markedsføring og salg samt specialefaget på semestret.

Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen for den mundtlige præstation.

Projekt 3 er en bunden forudsætning for deltagelse i efterfølgende eksaminer.

14.3. Bunden forudsætning

Når en opgave eller aktivitet af erhvervsakademiet kaldes "en bunden forudsætning" er det ensbetydende med, at opgaven/aktiviteten skal bestås/godkendes som grundlag for indstilling til det efterfølgende projekt eller eksamen. Bundne forudsætninger ligger udover de krævede projekter og eksaminer og vil fremgå af uddannelsens aktuelle aktivitetsplan.

Eksempler på bundne forudsætninger er afleveringsopgaver og præsentationer samt deltagelse i forhandlings- og salgsteknikaktiviteter, virksomhedsbesøg, temadage m.v.

Definition:

En BF skal bestå for at kunne blive indstillet til førstkommande interne eller eksterne eksamen. Den svarer typisk til omfanget af en eksamensopgave, men kan have meget forskellig karakter afhængig af formålet med opgaven.

Omfang af opgaven:

Omfanget af opgaven vil typisk svare til en forventet arbejdsindsats på 5 - 7 timer. Undervisere i enkelte fag kan efter aftale vælge at dele en BF op i mindre delopgaver eller vælge at have den som en gruppeopgave, og dermed lade størrelsen på opgaven blive tilsvarende større.

Aflevering:

Opgaverne afleveres på en dato, som fastsættes af den ansvarlige underviser. Afleveringsform og sted aftales med den enkelte underviser, og det skal klart fremgå til hver BF, hvilke krav der er til omfang, afleveringsdato og tidspunkt og sted – typisk i forbindelse med egen undervisning.

- Overskrides den 1. frist er frist for 2. aflevering senest 3 (tre) hverdage efter direkte til underviser. Den oprindelige opgave udbygges med et ekstra spørgsmål, som offentliggøres den dag, hvor opgaven oprindeligt skulle være afleveret.
- Overskrides 2. frist er frist for 3. og sidste aflevering sat til senest 3 (tre) hverdage efter direkte til underviser. Opgaven fra 2. aflevering udbygges med yderligere et ekstra spørgsmål den dag 2. afleveringsfrist er.

Opgaverne skal som hovedregel løses som individuelle opgaver. Det er selvfølgelig tilladt at diskutere opgaverne, men det skal tydeligt fremgå, at besvarelsen er individuel.

Underviseren er forpligtet til at gøre status over afleveringer på dagen og tidspunktet for aflevering og give besked til koordinator på uddannelsen angående mødeaktivitet og fravær.

Afviste opgaver skal forbedres efter undervisers anvisning og vil typisk være en forbedring af samme opgave. Hver studerende har 3 forsøg. Afvises sidste forsøg har den studerende efter en samtale med uddannelseslederen mulighed for at søge dispensation hos uddannelseslederen.

Evaluering:

Der gives karakter samt kommentarer til alle opgaver. Såfremt en opgave ikke består afgør den ansvarlige underviser, efter en vejledende samtale med den studerende, hvorvidt den studerende skal forbedre opgaven eller løse en helt ny opgave.

14.4. Øvrige specielle aktiviteter

I studieforløbet foregår der mange andre aktiviteter ifølge den udleverede aktivitetsplan ved studiestart, som ligeledes er at betragte som en bunden forudsætning, idet disse aktiviteter er medvirkende til, at den studerende får den tidligere omtalte kompetenceprofil.

15. Retningslinjer for differentieret undervisning

Som udgangspunkt er undervisningen ens for alle studerende med mindre andre specielle aftaler indgås med uddannelseslederen. Der kan forekomme en mindre differentiering i den daglige undervisning i form af feedback på præsentationer, projekter o. lign. samt ved fællesundervisning af de danske og internationale studerende.

16. Regler om merit m.v.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf består ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trinsskalaen 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".

Den studerende bedes kontakte studievejledningen for aktuel information, da der løbende kan dukke nye muligheder op. Den studerende skal sende en skriftlig ansøgning med de relevante bilag til uddannelsesinstitutionen, såfremt der skal være mulighed for at give merit. Dette gælder ligeledes for Erasmus-studerende, der ønsker at få merit for et semester på 30 ectspoint.

I Danmark findes der mange overbygningsuddannelser, hvor man med en markedsføringsøkonomuddannelse kan erhverve sig en professionsbacheloruddannelse på 1-1,5 år. Det anbefales at kontakte dit erhvervsakademi for yderligere information om, hvor og hvordan du kan søge information. Vi kan desuden henvise til Uddannelsesguiden (Undervisningsministeriet) samt særligt professionshøjskolerne.

Man kan også vælge at videreudanne sig i udlandet, hvor man med en overbygningsuddannelse på et eller to år kan erhverve sig en international bachelorgrad, hvilket normalt er en 3-årig uddannelse.

16.1. 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. 106 af 9. februar 2009 om adgang, indskrivning og orlov.

16.2. Dispensation fra studieordningen

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

16.3. 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.

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

På Erhvervsakademiet Dania er det en forudsætning for at være *studieaktiv*, at den studerende møder op til alle undervisningslektioner, deltager i alle obligatoriske *Bundne Forudsætninger*, deltager i eksamen samt i andre studierelevante aktiviteter.

Med kravet om studieaktivitet ønsker vi at bidrage til at skabe et udviklende og berigende læringsmiljø for hver enkelt studerende.

I praksis betyder det, at der er *mødepligt* til al undervisning og undervisningsrelaterede aktiviteter og at der føres protokol til alle lektioner og alle arrangementer.

Studieaktivitet er i sig selv en obligatorisk *Bunden Forudsætning*.

For at den studerende kan indstilles til studiets eksaminer (ekstern censur), er det en forudsætning, at den studerende har været studieaktiv. Den studerende har været studieaktiv, når han/hun har afleveret de obligatoriske *Bundne Forudsætninger* og har bestået de tilhørende mundtlige prøver og evalueringer, samt overholdt reglerne om *mødepligt*.

Såfremt den studerende er fraværende, skal der senest dagen efter gives skriftlig besked til den ansvarlige på den *Bundne Forudsætning: Studieaktivitet*. Fravær kan ikke meddeles gennem en medstuderende. Ved sygdom af længere tids varighed end en uge, skal den studerende på eget initiativ sende en lægeerklæring til den ansvarlige på den *Bundne Forudsætning: Studieaktivitet*.

En studerende, der gentagende gange registreres som fraværende, indkaldes til en samtale, hvor studieaktiviteten vurderes. Hvis studieaktiviteten på sigt ikke forbedres, vil den studerende blive bedt om at lave en afløsningsopgave, med det formål at vurdere om det faglige niveau er tilfredsstillende.

Som afslutning på studieåret, vil der blive foretaget en samlet vurdering af, om den *Bundne Forudsætning: Studieaktivitet* er bestået.

18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.

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

19. Ikrafttrædelsesbestemmelser

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

20. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

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

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

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

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

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

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