

1. september 2017

Revideret 01. august 2018

Markedsføringsøkonom

**Erhvervsakademiuddannelse indenfor international handel og markedsføring
(Markedsføringsøkonom AK)**

Academy Profession Degree Programme in Marketing Management

2017-2019

Revideret 01. august 2018

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	2
1. Fælles del af studieordningen.....	4
1.1 Studieordningens rammer og ikrafttrædelse	4
1.2 Overgangsordninger	4
1.3 Studieordningens lovmæssige rammer	5
1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom.....	6
2. Uddannelsens indhold	7
2.1 Uddannelsens opbygning	7
2.2 Kerneområder.....	9
2.3 Obligatoriske uddannelseselementer	14
2.4 Praktik.....	24
2.5 Krav til det afsluttende eksamensprojekt	25
3. Merit og regler for uddannelsen	26
3.1 Merit og studieskift	26
3.1.1 Forhåndsmerit.....	26
3.1.2 Dispensationsregler.....	26
Institutionel del af studieordningen.....	27
4. Tidsmæssig placering af prøverne	27
5. Rammer og kriterier for uddannelsens prøver	28
5.1 Prøven i de obligatoriske uddannelseselementer: "Forretningsforståelse", "Metode" og "Markedsforståelse" (1. interne eksamen).....	28
5.1.1 Forudsætninger for at gå til delprøverne i "Metode" og "Markedsforståelse", herunder deltagelsespligt.....	28
5.1.2 Prøvens tilrettelæggelse.....	29
5.2 Prøven i de obligatoriske uddannelseselementer: "Taktisk og operationel markedsføring BtC" og "Taktisk og operationel markedsføring BtB" (1. eksterne prøve).....	33
5.2.1 Forudsætninger for at gå til 1. eksterne prøve, herunder deltagelsespligt.....	33
5.2.2 Prøvens tilrettelæggelse.....	34
5.3 Prøven i det obligatoriske uddannelseselement: "Internationalisering" (2. interne eksamen)	35
5.3.1 Forudsætninger for at gå til 2. interne prøve – "Internationalisering", herunder deltagelsespligt.....	35
5.3.2 Prøvens tilrettelæggelse.....	36
5.4 Prøverne i de valgfrie uddannelseselementer (3. og 4. interne eksamen).....	37
5.4.1 Forudsætninger for at gå til prøven, herunder deltagelsespligt	38
5.4.2 Prøvernes tilrettelæggelse	38
5.5 Prøven i Praktik (5. interne eksamen).....	38
5.5.1 Krav og forventninger til praktikken gennemførelse	39

Studieordning for Markedsføringsøkonom 2017-2019

5.5.2	Forudsætninger for at gå til prøven	39
5.5.3	Prøvens tilrettelæggelse.....	40
5.6	Prøven i det afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne prøve)	40
5.6.1	Forudsætninger for at gå til prøven	40
5.6.2	Formkrav til det afsluttende projekt	41
5.6.3	Prøvens tilrettelæggelse.....	41
6.	Uddannelseselementer, som kan gennemføres i udlandet.....	42
7.	Afmelding fra prøver.....	42
8.	Anvendte undervisningsformer	42
9.	Merit for de valgfrie uddannelseselementer	43
10.	Deltagelsespligt	43
11.	Kriterier for vurdering af studieaktivitet	43
12.	Fremmed- og eksamenssprog.....	44
13.	Afholdelse af syge- og omprøver	44
14.	Hjælpe midler.....	44
15.	Særlige prøvevilkår	45
16.	Eksamenssnyd	45
16.1	Brug af egne og andres arbejde – plagiat.....	45
16.2	Disciplinære foranstaltninger i tilfælde af eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen.....	45
17.	Klager over prøver og anke af afgørelser.....	45
18.	Dispensation	45
19.	Ikrafttrædelsesdato og overgangsordninger.....	45

1. Fælles del af studieordningen

1.1 Studieordningens rammer og ikrafttrædelse

Studieordningen (både fælles og institutionel del) gælder for studerende med studiestart 01.09.2017

1.2 Overgangsordninger

Overgangsordning fra gammel studieordning (både fælles og institutionel del) til andet semester på ny studieordning:

Da der er væsentlige ændringer i indhold og opbygning, anbefales det at studerende som har gennemført 1. semester eller 2. semester på tidligere studieordning og som er blevet forsinket, følger studieforløbet som det er beskrevet for denne studieordning.

Studerende som har gennemført 1. semester på tidligere studieordning:

Det anbefales, at studerende overflyttes til den ny studieordning.

Alternativt studieforløb: Ønsker studerende optaget på en af de tidligere studieordninger at gennemføre uddannelsen efter denne, er der følgende særligt tilrettelagte studieforløb omfattende nedenstående fag.

	Studieforløb for studerende på 2. semester på gammel studieordning	Studieforløb for studerende på 3. semester på gammel studieordning
Modul på gammel studieordning	International markedsføring	International markedsføring
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Analysemetoder, -dataindsamling og databehandling	Parametermix og servicemarketing
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Segmentering, positionering og målgruppevalg	Marketingplanen, B2B og B2C
Modul på gammel studieordning	Organisation og SCM	Økonomi
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Kulturteorier og metoder	Budgettering og parameteroptimering
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	-	Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
Modul på gammel studieordning	Økonomi	Salg og projektledelse og organisationsudvikling
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Investeringsteori og metode	Projektledelse

Studieordning for Markedsføringsøkonom 2017-2019

Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	-Makroøkonomi	Organisation
Modul på gammel studieordning	Erhvervsret	-
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Juridisk metode	-
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Regler for indsamling og behandling af persondata	-
		NB! Følgende fag på tredje semester skal den studerende ikke følge:
		Investering og finansiering
		Handelsteori og handelspolitiske indgreb
		Internationalisering

Genindskrivning

Studerende, der genindskrives på markedsføringsøkonomuddannelsen, indskrives på den nyeste studieordning.

1.3 Studieordningens lovmæssige rammer

Studieordningen er udarbejdet efter retningslinjerne i Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og Professionsbacheloruddannelser – BEK nr. 1047 af 30/06/2016 samt Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK) - BEK nr. 829 af 04/07/2015.

Desuden gælder følgende bekendtgørelser og love:

- LBK nr. 935 af 25/08/2014: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 1147 af 30/06/2016: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 107 af 27/01/2017: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 1500 af 02/12/2016: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2017: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 597 af 08/03/2015: Bekendtgørelse om talentinitiativer på de videregående uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område (talentbekendtgørelsen)

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

1.4 **Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom**

Formålet med erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at kunne varetage arbejde med at analysere, planlægge og gennemføre løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Den uddannede har viden om

- 1) virksomhedens strategiske og økonomiske grundlag,
- 2) grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) salgets gennemførelse,
- 4) erhvervsjuridiske forhold, herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold og
- 5) metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) foretage en international markedsvurdering,
- 2) vurdere problemstillinger og gennemføre problemorienterede projekter inden for markeds-mæssige emner,
- 3) formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på engelsk,
- 4) på et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsføringsmæssige problemstillinger,
- 5) vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel og
- 7) vurdere organisatoriske og supply chain managementmæssige problemstillinger samt anvende projekt og innovationsværktøjer.

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 nye færdigheder og ny viden inden for erhvervet,
- 5) analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder og
- 6) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på engelsk skriftligt og mundtligt.

2. Uddannelsens indhold

Studieordningens fællesdel indeholder jvf. § 17 regler om følgende i henhold til BEK nr. 829 af 04/07/2015: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK):

1. Kerneområder i henhold til uddannelsens bekendtgørelse, herunder:
 - a. Indhold
 - b. ECTS-omfang
 - c. Læringsmål

2. Obligatoriske uddannelseselementer inden for uddannelsens kerneområder, herunder:
 - a. Indhold
 - b. ECTS-omfang
 - c. Læringsmål
 - d. Antal prøver

3. Praktik, herunder:
 - a. ECTS-omfang
 - b. Læringsmål
 - c. Antal prøver

4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt henholdsvis bachelorprojektet.

5. Regler om merit, jvf., § 18, herunder angivelse af eventuelle meritaftaler, for så vidt angår uddannelseselementer, der er omfattet af studieordningens fællesdel.

2.1 Uddannelsens opbygning

Markedsføringsøkonomuddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af faglige kerneområder, som udmøntes i tværfaglige uddannelseselementer, herunder praktikophold.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 70 ECTS, 20 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

Uddannelsens opbygning		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	International markedsføring (25 ECTS)	20 ECTS	5 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Salg og markedskommunikation (10 ECTS)	10 ECTS	
	Organisation og Supply Chain Management (10 ECTS)	10 ECTS	
	Erhvervsret (5 ECTS)	5 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer			20 ECTS
Praktik			15 ECTS
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
I alt ECTS	(70 ECTS)	60 ECTS	60 ECTS

Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende eksamensprojekt, bedømmes på den måde, det fremgår af afsnittet om uddannelsens prøver. Når minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

Antal prøver på uddannelsen, og deres placering:

Der er syv prøver på uddannelsen.

Prøvens navn	Uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis	Bedømmes	Semester
1. interne	Forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse 30 ECTS	X	7-skalaen	1
1. eksterne	Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B 30 ECTS	X	7-skalaen	2
2. interne	Internationalisering 10 ECTS	X	7-skalaen	3
3. Interne	Valgfrit element 1, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
4. Interne	Valgfrit element 2, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
5. Interne	Praktik, 15 ECTS	X	Bestået/ikke bestået	4
2. eksterne	Afsluttende eksamensprojekt, 15 ECTS	X	7-skalaen	4

2.2 Kerneområder

Uddannelsen dækker fem kerneområder som udgør 70 ECTS

Kernområde 1: International markedsføring
Omfang: 25 ECTS
<p>Indhold: Kerneområdet "International markedsføring" afvikles over 3 semestre og sætter den studerende i stand til at forstå en virksomheds interne og eksterne situation samt i stand til at handle operationelt på det strategiske grundlag på henholdsvis B2B og B2C markeder. Gennem anvendelse af eksisterende data og teori samt egne kvalitative og kvantitative analyser får den studerende færdigheder til at foretage segmentering, målgruppevalg og positionering på både det danske marked og eksportmarkeder. Med udgangspunkt i ovenstående samt forståelse af godt købmandsskab og færdigheder i anvendelsen af markedsføringsmæssige handleparametre kan den studerende udarbejde og implementere markedsføringsplaner på det operationelle niveau.</p>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden og forståelse Den studerende har viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forskellige typer forretningsmodeller på B2C og B2B og både analoge og digitale modeller • Teorier og modeller for dataindsamling og –behandling, statistiske beregninger • Anvendte teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske situation med fokus på både interne og eksterne forhold • Teorier og modeller om købsadfærd på B2C og B2B • Handleparametre i forskellige forretningsmodeller • Virksomhedens strategiske muligheder for vækst med speciel fokus på vækst gennem internationalisering
<p>Færdigheder Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vurdere teoretiske og praksisnære markedsføringsmæssige problemstillinger under hensyn til virksomhedens strategiske platform, kompetencer og ressourcer • Anvende kvalitative og kvantitative markedsanalysemetoder i konkret, markedsføringsmæssig sammenhæng - både på B2B og B2C. Herunder anvendelse af relevante statistiske analyser samt opstille og formidle resultater på professionel vis • Anvende modeller og teorier til segmentering, målgruppevalg og positionering. • Anvende modeller og teorier til opstilling af forslag til mix af handleparametre ud fra kendskab til virksomhed og marked • Anvende modeller og teorier til at identificere vækstpotentiale nationalt og internationalt
<p>Kompetencer Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udvide godt købmandsskab i en udviklingsorienteret kontekst for en virksomhed • Deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnære og markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked • Håndtere markedsføringsplanlægningen for virksomheden herunder de økonomiske implikationer af denne

Kerneområde 2: Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

Kerneområdet Økonomi afvikles over 3 semestre og sætter den studerende i stand til ved inddragelse af økonomiske analyser at bidrage til forståelsen af virksomhedens situation internt og eksternt.

Gennem anvendelse af økonomiske analyseværktøjer får den studerende kompetence til at understøtte den strategiske analyse, investering i virksomheden, prisfastsættelse samt budgettering.

Med udgangspunkt i ovenstående, forståelsen af virksomhedens økonomiske grundlag, kan den studerende udarbejde de økonomiske konsekvenser af markedsføringsplanen på det operationelle niveau.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Virksomhedens regnskabsforhold, årsrapporten, budgetter og de finansielle rapporteringsformer
- Grundlaget for virksomhedens overskud, indtægter og omkostninger
- Virksomhedens markedsforhold herunder mikro- og makroøkonomiske forhold der påvirker virksomhedens beslutninger
- Forskellige markedsformer og handelsteorier
- Viden om virksomhedens kapitalbehov
- Prisen som handlingsparameter

Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- Vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsvevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm
- Vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer & foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Vurdere og opstille forudsætninger for en investering og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Vurdere, beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Vurdere aktivitetsbudgetter, likviditetsbudgetter og balancebudgetter
- Vurdere og bestemme optimal pris- og mængdefastsættelse ved forskellige markedsformer
- Vurdere og håndtere effekten af forskellige markedsindgreb.
- Anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i strukturering virksomhedens indtjeningskvalitet på kerneaktiviteter, herunder forstå omkostninger, aktiver og passiver.
- Håndtere et regnskab, herunder forstå særlige posters betydning for udviklingen.
- Deltage i udarbejdelse af aktivitetsbudgetter, herunder salgsbudgetter og markedsføringsbudgetter samt strukturere og håndtere en budgetkontrol og analysere mulighed for ændring ved ændret resultatmål.
- Deltage i vurdering af effekten af makroøkonomiske politikker.

Kerneområde 3: Salg og Markedskommunikation

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

Kerneområdet Salg og Markedskommunikation afvikles over 2 semestre og sætter den studerende i stand til at kommunikere og forhandle med virksomhedens interessenter på henholdsvis B2C og B2B markedet. Der er fokus på professionalisme i både det fysiske kundemøde samt digital og analog massekommunikation.

Med udgangspunkt i virksomhedens forretningsmodel samt strategiske overvejelser vil den studerende kunne foretage velargumenteret valg af kommunikationskanal og – metode, hvorefter den studerende vil have kompetencer på det operationelle niveau således et salg eller en kampagne gennemføres professionelt.

Med udgangspunkt i kulturforståelse vil den studerende have kompetencer i at gennemføre sin kundekontakt på internationale markeder.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Markedskommunikationsteori og –modeller
- Salgets faser og salgsprocesser
- Salgsteknik og salgspysykologi
- Kommunikationsstrategi og kampagneplanlægning
- Det analoge og digitale medielandskab
- Forskellige forhandlingsstrategier
- Kulturteori- og analyse

Færdigheder

Den studerende kan:

- Opstille og formidle en kommunikationsstrategi og salgsplan med udgangspunkt i en virksomheds markedsføringsstrategi
- Anvende salgs- og forhandlingsteknikker i gennemførelsen af et personligt salg
- Anvende salgsprocessens forskellige faser
- Vurdere analoge og digitale medievalg, deres synergi samt medievalgets fordele og ulemper
- Anvende operationelle værktøjer inden for udvalgte områder af analog og digital markedsføring, herunder sociale medier
- Udforme mediestrategi og planlægning
- Vurdere kulturens indflydelse på markedskommunikation

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere udarbejdelse af en kommunikationsstrategi og salgsplan med udgangspunkt i en virksomheds markedsføringsstrategi
- Deltage i udarbejdelse af og operationalisere en kampagneplan med strategisk afsæt inkl. analoge og digitale medier
- På struktureret vis deltage i gennemføre salg og markedskommunikation på internationale markeder under hensyntagen til kulturelle barrierer og forskelligheder
- Holde sig opdateret med løbende udvikling på specielt det digitale område, herunder identificere behov for egen kompetenceudvikling

Kerneområde 4: Erhvervsret

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

Kerneområdet erhvervsret afvikles over to semestre. Målet er at den studerende har viden om de overordnede juridiske rammer for godt købmandsskab. Ligeledes opnå færdigheder til selvstændigt at udvælge relevant juridisk retsgrundlag og forholde sig kritisk til anvendeligheden. Samt kompetencen til at vurdere, hvornår virksomheden har behov for at inddrage juridisk specialviden.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Juridisk metode, informationsøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- Reglerne for markedsføring, e-handel og varemærkebeskyttelse
- Reglerne for indsamling og behandling af persondata i relation til kunderne
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fuldmagt og ugyldighed
- Reglerne for handelskøb
- Forbrugeraftalelovens regler om forbrugerkerb, herunder regler for fortrydelsesret
- Virksomhedsformer, herunder hæftelse
- Grundlæggende erstatningsbetingelser, arbejdsgiveransvaret, produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar

Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
 - Markedsføringsret
 - Aftaleret
 - Køberet, herunder
 - Risikoovergang
 - Levering
 - Ejendomsforbehold
 - Misligholdelse i handels- og forbrugerkerb
 - E-handel
 - Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere en vurdering om hvorvidt markedsføringsplanen overholder relevant lovgivning og afgøre, hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister.

Kerneområde 5: Organisation og Supply Chain Management

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

Kerneområdet "Organisation og Supply Chain Management" afvikles over 2 semestre. Kerneområdet har fokus på at den studerende får en grundlæggende forståelse for en virksomheds organisering, ressourcer og kompetencer. Området har også til formål, at den studerende bliver kompetent til at indgå professionelt i samarbejdsrelationer både internt med foresatte, medarbejdere og kollegaer samt eksternt med kunder, leverandører og andre interessenter.

Kerneområdet sætter den studerende i stand til gennem personligt lederskab og projektledelsesværktøjer at lede og koordinere projekter.

Den studerende opnår gennem kerneområdet forståelse for organisationen som grundlag for forretningens værdiskabelse, herunder virksomhedens innovationsevne og –metoder.

Med udgangspunkt i forståelse af en virksomheds forretningsmodel er der fokus på at arbejde innovativt med optimering af forsyningskæder og distributionskanaler.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Organisationers kultur og struktur – teorier og begreber
- Personligt lederskab og professionel identitet
- Supply chain management/forsyningskæden og distributionskanaler herunder omnichannel på B2B og B2C
- Teorier og metoder til implementering af innovative projekter i en organisation

Færdigheder

Den studerende kan:

- Analysere, hvorledes virksomhedens organisering og kultur kan danne grundlag for virksomhedens kernekompetencer
- Anvende væsentlige værktøjer i projektprocessen
- Udarbejde en professionel skriftlig rapport samt formidle væsentlige konklusioner med fokus på modtageren
- Identificere:
 - væsentlige ressourcer og kompetencer i virksomheden og dens forsyningskæde
 - det personlige lederskabs rolle i udviklingen af eget ståsted og professionel identitet
- Anvende innovationsprocesser og –værktøjer i praksis
- Anvende væsentlige værktøjer i projektprocessen
- Skriftlig formidle en professionel rapport samt præsentere væsentlige konklusioner med fokus på modtageren

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i ledelses og koordinering af projekter gennem anvendelse af projektstyringsværktøjer og kendskab til de menneskelige mekanismer i en projektgruppe
- Deltage i virksomhedens innovationsprocesser, så ideer udvikles i praksis
- Deltage i virksomhedens valg af distributionskanaler på B2B og B2C markeder
- Deltage i samarbejder om udvikling i sortiments- og relations-styring samt planlægningsprincipper
- Deltage i planlægningen af virksomhedens vareflow
- Skal i en struktureret sammenhæng kunne udarbejde kulturanalyser og sammenligne kulturelle forskelle

2.3 Obligatoriske uddannelseselementer

Herunder beskrives indhold, ECTS-omfang, læringsmål og udprøvnings for hvert af de 6 obligatoriske uddannelseselementer, som indgår på studiet.

Tabel: Fordeling af ECTS på obligatoriske uddannelseselementer

Obligatoriske uddannelseselementer							
Kerneområder	1. semester			2. semester		3. semester	Antal ECTS
	Forretningsforståelse	Metode	Markedsforståelse	Taktisk operationel markedsføring BtC	Taktisk operationel markedsføring BtB	Internationallisering	
International Markedsføring	1	6	6	5	2	5	25
Økonomi	1	2	2	6	4	5	20
Salg og Markedskom.			2	5	3		10
Erhvervsret			2	3			5
Organisation og Supply Chain Management	3	2	3	1	1		10
ECTS i alt	5	10	15	20	10	10	
Udprøvnings	1 prøve			1 prøve		1 prøve	70

Obligatorisk uddannelseselement: Forretningsforståelse

Omfang: 5 ECTS – 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer, at den studerende får en forståelse for godt købmandsskab og kan analysere en virksomheds forretningsmodel og på den baggrund udvikle innovative alternativer.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige typer af forretningsmodeller og -koncepter – offline og online.
- Teorier og modeller om virksomhedens værdiskabelse
- Virksomhedens regnskabsforhold, herunder årsrapporten og de finansielle rapporteringsformer, samt supplerende rapporteringer
- Virksomhedens indtægtsgrundlag og omkostninger, herunder faste omkostninger og variable omkostninger
- Begreber og teorier inden for organisationsstruktur og organisationskultur
- Begreber og teorier om forsyningskædens opbygning
- Teori om innovation, kilder til innovation og den innovative organisation
- Hvordan virksomhedens kompetencer oprinder og udvikles gennem forskellige aktiviteter, funktioner, processer, relationer m.m.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At analysere virksomhedens strategiske platform
- At vurdere virksomhedens kompetencer og ressourcer med fokus på disses effektivitet i værdiskabelsen
- At vurdere virksomhedens interne strategiske situation og evne til at levere merværdi
- Grundlæggende at kunne vurdere de finansielle rapporteringer i årsrapporten
- At vurdere virksomhedens struktur og organisation som virksomhedens kompetencegrundlag
- At kunne identificere væsentlige ressourcer i virksomhedens forsyningskæde og vurdere hvorledes relationer i forsyningskæden indgår i virksomhedens kompetencegrundlag
- Deltage i innovationsprocesser og anvende innovationsværktøjer både i produktinnovation og i organisationsinnovation

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i virksomhedens innovationsprocesser i samspil med andre
- Håndtere strukturering og analyse af væsentlige økonomiske poster i årsrapporten.

Obligatorisk uddannelseselement: Metode

Omfang: 10 ECTS - 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende metodisk kan anvende relevante analyseredskaber og på denne baggrund udarbejde og formidle beslutningsgrundlag inden for salg, markedsføring og økonomi.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige markedsanalysemetoder – herunder desk- og field research.
- Økonomiske analyseværktøjer til vurdering af virksomhedens interne økonomiske situation
- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger inden for teamsamarbejde
- Metoder til projektledelse og –styring

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer, både desk- og field research
- At anvende både kvalitative og kvantitative metoder samt kombinationer af disse til at styrke kvaliteten af markedsanalysen (metodetrianglering)
- At kunne vurdere markedsanalysens kvalitet ud fra forskellige kvalitetskriterier inden for kvantitative og kvalitative analyser
- At anvende kvalitative analysemetoder og kunne identificere og præsentere de væsentligste konklusioner
- At kunne identificere og præsentere resultatet af kvantitativ dataanalyse ved brug af statistiske værktøjer (deskriptiv statistik)
- At kunne fastlægge statistiske sammenhænge mellem variable i forbindelse med spørgeskemaundersøgelser (krydstabulering)
- At vurdere og analysere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningssevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktie-relaterede nøgletal
- At kunne sammenligne virksomheders eller branchers økonomiske situation med basis i ekstern information herunder årsrapporten
- Vurdere forskellige omkostningstyper og deres påvirkning af virksomhedens regnskab, herunder analyse af dækningsbidrag og break-even
- Anvende relevante værktøjer og modeller til projektledelse – herunder IT værktøjer
- At den studerende kan udarbejde rapporter med problemformulering, begrundet metode, samt analyser, der overholder formalia og er tilpasset modtageren. Herunder anvendelse af digitale værktøjer.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i virksomhedens data-indsamling og –analyse
- at kunne forholde sig reflekteret til eget og andres indsats i teambaserede arbejdsprocesser
- At håndtere planlægning, implementering og evaluering et projektforsløb
- At deltage i udarbejdelse en professionel rapport ud fra givne rammer (formalia)

Obligatorisk uddannelseselement: Markedsforståelse

Omfang: 15 ECTS - 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde, gennemføre og anvende analyser til opnåelse af overordnet markedsforståelse.

I dette uddannelseselement indgår jura som en vigtig komponent i at forstå de reguleringer virksomheden vil møde på markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

- Relevante teorier og modeller vedrørende virksomhedens eksterne situation
- Virksomhedens markedsforhold herunder mikro- og makroøkonomiske forhold der påvirker virksomhedens beslutninger.
- Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- Viden om befolkningsudvikling, arbejdsmarkedet og indkomst
- Juridisk metode og informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki.
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fuldmagt og ugyldighed
- Grundlæggende erstatningsbetingelser og arbejdsgiveransvar
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Viden om relationstyper og SCM samarbejde
- Kulturteorier og -modeller
- Kulturelle værdier og kulturel adfærd, herunder kulturelle barrierer
- Trendanalyse

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens strategiske situation:
- At vurdere virksomhedens produkt-/markedsportefølje i forhold til kunder og konkurrenter.
- At identificere virksomhedens kunder og kunne vurdere virksomhedens kundere-lationer og kundernes købsadfærd – både btb og btc.
- At vurdere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletals betydning for virksomhedens markedssituation
- At vurdere befolkningsudvikling, arbejdsmarkedet og indkomsten i forhold til markedssituationen, at vurdere kulturens betydning i en forretningsmæssige og kommunikativ sammenhæng
- At vurdere effekten af forskellige markedsindgreb, herunder handelspolitiske indgreb på virksomhedens aktiviteter
- At anvende juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til aftaleret
- At anvende segmentering af markedet, vælge målgrupper og positionere virksomheden og dennes produkter eller services
- At analysere og vurdere virksomhedens relationstyper samt SCM samarbejde ud fra styrker og svagheder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i planlægningen af udvælgelsen af relevante markeder for virksomheden ud fra konkurrencemæssige forhold
- At håndtere udviklingsorienterede situationer i organisationens verbale og non-verbale kommunikation til andre kulturer
- At håndtere optimering af virksomhedens forsyningskæderelationer
- At i en struktureret sammenhænge kunne tilegne sig ny viden om lovgivning i forhold til markedet
- At håndtere den samfundsmæssige effekt af forskellige markedsindgreb i forhold til virksomhedens aktiviteter

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2C

Omfang: 20 ECTS - 2. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i udarbejdelsen og gennemførelsen af en markedsføringskampagne på B2C markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Virksomhedens parametermix, både service- og produktionsvirksomheder
- Servicemarketing
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Virksomhedens markedskommunikation og marketingmål i nationalt og internationalt perspektiv
- Marketingmixets betydning for markedskommunikationen
- Forskellige medieplatforme/genre – offline og online
- Effektmålinger
- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhedens økonomi og grundlæggende budgetkontrol
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteter i forbindelse med prissætning af et produkt
- Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- Reglerne for markedsføring, e-handel og varemærkebeskyttelse
- Køberet
- Reglerne for indsamling og behandling af persondata
- Produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar
- Virkemidler i omnichannel herunder space management, sortimentsstyring, distribution og partnerhåndtering

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens parametermix i forhold til virksomhedens målgruppe/r – online og offline
- At opstille forslag til tilpasning af virksomhedens parametermix og vurdere dettes profitabilitet
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsatser
- At opstille markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At vurdere resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At vurdere markedsføringsplanens likviditetspåvirkning
- At opstille en break-even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger, samt grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer

- At anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
 - Markedsføringsret
 - E-handel
 - Køberet, herunder
 - Risikoovergang
 - Levering
 - Sikring af købesummen ved ejendomsforbehold
 - Misligholdelse i handels- og forbrugerkøb
- At anvende regler for indsamling og behandling af persondata
- At opstille markeds- og kommunikationsmål i forhold til den valgte målgruppe
- At opstille et brandpositioning statement
- At opstille analyser og vurdering af medieplaner og kreative oplæg
- At anvende opdaterede teknikker og redskaber til at designe virksomhedens interne og eksterne kommunikation
- At vurdere betydningen af relevante værdier i en markedsræssig kontekst
- At anvende teoretiske og praktiske redskaber til planlægning og implementering af markedskommunikationsopgaver
- At vurdere og anvende optimering af organisationens anvendelse af promotion ressourcer
- At vurdere og anvende retoriske strategier baseret på brand positioning, målgruppe og anvendt medie
- At analysere og vurdere virksomhedens muligheder inden for omnichannel herunder space management, sortimentsstyring, distribution

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- At deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- At deltage i virksomhedens prisfastsættelse af et produkt
- At deltage i udarbejdelsen af virksomhedens kampagneplanlægninger online og offline
- At deltage i virksomhedens arbejde med forskellige samarbejdspartner, såsom reklame- og mediebyråer
- Deltage i vurdering af hvorvidt markedsføringsplanen overholder relevant lovgivning og i afgørelse af hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister
- At håndtere virksomhedens sortiment og distributionsformer.

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2B

Omfang: 10 ECTS – 2. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i udarbejdelsen og gennemførelsen af en markedsføringskampagne på B2B markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Virksomhedens parametermix på B2B markedet
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Salgsstrategier B2B – online og offline
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhedens økonomi
- Grundlæggende budgetkontrol
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteter i forbindelse med prissætning for et produkt
- Salgscyklussens forskellige faser, udfordringer og muligheder
- Personligt salg – afdækning af kundens behov
- Salgspsykologi – forskellige kundetyper
- Forskellige salgs- og forhandlingsteorier og – strategier
- CRM – systemer til styring af kunderelationer

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling i en B2B kontekst
- At anvende grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- At vurdere strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg, fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- At vurdere virksomhedens placering i forsyningskæden og anvende dette i salg- og kommunikationssammenhænge

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At håndtere B2Bmarkedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden – herunder: gennemføre organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag, samt formidling til samarbejdspartnere og brugere.
- At deltage i styring markedsføringsplanens økonomiske konsekvenser
- At håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med virksomhedens salgsplanlægning, -organisering, implementering og opfølgning

Studieordning for Markedsføringsøkonom 2017-2019

- At deltage i forhandlinger med faglig og personlig gennemslagskraft
- På det operationelle niveau får den studerende kompetence til at gennemføre salg til virksomhedens kunder.

Obligatorisk uddannelseselement: Internationalisering

Omfang: 10 ECTS – 3. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens vækst og internationalisering.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige vækststrategier
- Internationaliseringsteorier, markedsudvælgelse, samt etableringsformer
- International parameterstrategi
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende det obligatoriske uddannelseselements emner
- Sammenhæng mellem vækst og investering
- Investeringsteori og metoder
- Finansieringsmuligheder herunder egenkapital såvel som fremmedkapital
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer
- Inflationsårsager og konsekvenser af disse
- Valutakursdannelse
- Konjunkturteori

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvælg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- At anvende international parameterstrategi
- At vurdere og opstille forudsætninger for en investering og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- At opstille af relevante flerperiode pengestrømme ud fra bl.a. estimerede budget af planlagte markedsføringstiltag.
- At vurdere og sammenligne påtænkte tiltag på baggrund af beregning af kapitalværdi, internt afkast samt følsomhed. Beregning og vurdering af effektiv rente.
- At opstille beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på eksportmarkedsvurdering
- At analysere og vurdere virkningerne af handelspolitiske indgreb på eksportmarkeder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage udarbejdelse af virksomhedens internationale vækst- og markedsføringsstrategier under hensyntagen til økonomiske konsekvenser af makroøkonomiske tiltag og på virksomhedens økonomi

2.4 Praktik

Praktik
<p>Indhold</p> <p>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.</p>
<p>Omfang: 15 ECTS - 4. semester</p>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have dybdegående viden om erhvervet/professionen • have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver inden for det erhvervsøkonomiske felt <p>Færdigheder</p> <p>Den studerende skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet • Anvende indsamlet viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt • Anvende uddannelsens metoder og teorier i deltagelse i løsningen af virksomhedens opgaver • Formidle og kommunikere professionelt med kollegaer, kunder og andre interessenter <p>Kompetencer</p> <p>Den studerende kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I en struktureret sammenhæng reflektere over og forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori og metoder i praksis • Håndtere sin egen faglige og personlige rolle i forhold til de konkrete opgaver og deltage i et fagligt og tværfagligt samarbejde • I en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet.
<p>Udprøvning:</p> <p>1 prøve</p>

2.5 Krav til det afsluttende eksamensprojekt

Det afsluttende eksamensprojekt skal dokumentere, at uddannelsens afgangsniveau er opnået. Læringsmålene for projektet udgøres således af uddannelsens "Bilag 1" til uddannelsesbekendtgørelsen.

Det afsluttende eksamensprojekt
<p>Indhold:</p> <p>Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen anført indledningsvist i denne studieordning. Projektet udarbejdes i samarbejde med en konkret virksomheden og tager udgangspunkt i aktuelle problemstillinger for denne virksomhed.</p>
<p>Omfang: 15 ECTS – 4. semester</p>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende har viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metoder til identifikation og løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for professionen på et erhvervsøkonomisk grundlag <p>Færdigheder</p> <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificere udviklingsbehov og -potentiale for en virksomhed • Vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte metoder til løsning af problemstillingen • Anvende metoder og redskaber til systematisk indsamling og analyse af både primær og sekundær data • Anvende værdiskabende aktiviteter og opstille forslag på baggrund af den valgte problemstilling • Opstille og formidle beslutningsoplæg herunder økonomiske konsekvensberegninger og implementeringsplaner • Anvende og formidle nye perspektiver med udgangspunkt i en konkret problemstilling <p>Kompetencer</p> <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deltage i fagligt og tværfaglig, helhedsorienteret og praksisnært samarbejde • Formidle og begrunde praksisnære problemstillinger og løsningsforslag til relevante interessenter • Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring • Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
<p>Udprøvning:</p> <p>1 prøve</p>

3. Merit og regler for uddannelsen

3.1 Merit og studieskift

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, uddannelsesele og praktikdele. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

3.1.1 Forhåndsmerit

Den studerende kan ansøge om forhåndsmerit. Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet har den studerende 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 af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

3.1.2 Dispensationsregler

Uddannelsesinstitutionen kan fravige vad institutionen eller institutionerne selv har fastsat i studieordningen, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. Institutionerne, som udbyder markedsføringsøkonomuddannelsen, samarbejder om en ensartet dispensationspraksis.

Institutionel del af studieordningen

4. Tidsmæssig placering af prøverne

Oversigt over alle prøverne og de tidsmæssige placeringer

Tidsmæssig placering	Prøve	120 ECTS fordelt på prøverne	Censur Intern/ekstern	Bedømmelse	Prøveform
1. semester	Obligatoriske uddannelses-elementer: <i>Forretningsforståelse (5 ECTS)</i> <i>Metode (10 ECTS)</i> <i>Markedsforståelse (15 ECTS)</i> <i>(1. interne prøve, som består af 3 delprøver)</i>	30 ECTS	Intern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5
2. semester	Obligatoriske uddannelses-elementer: <i>Taktisk og operationel markedsføring BtC (20 ECTS)</i> <i>Taktisk og operationel markedsføring BtB (10 ECTS)</i> <i>(1. eksterne prøve)</i>	30 ECTS	Ekstern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5
3. semester	Obligatorisk uddannelses-element: <i>Internationalisering</i> <i>(2. interne prøve)</i>	10 ECTS	Intern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5
3. semester	Valgfrit element I <i>(3. interne prøve)</i>	10 ECTS	Intern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5
3. semester	Valgfrit element II <i>(4. interne prøve)</i>	10 ECTS	Intern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5
4. semester	Praktikprøve <i>(5. interne prøve)</i>	15 ECTS	Intern	Bestået / ikke bestået	Se uddybning under pkt. 5
4. semester	Afsluttende eksamens-projekt <i>(2. eksterne prøve)</i>	15 ECTS	Ekstern	7-trinsskala	Se uddybning under pkt. 5

Oplysning om tid og sted for prøverne findes på studiets intranet.

5. Rammer og kriterier for uddannelsens prøver

Der arbejdes i studieordningen med 2 forskellige eksamensformer:

- Ekstern prøve – bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikkede censorer.
- Intern prøve – bedømmes af en eller flere undervisere.

Alle prøver skal aflægges i den førstkommende eksamenstermin efter afslutningen af et uddannelseselement. Den studerende er automatisk tilmeldt prøverne.

Den studerende har ret til 3 prøveforsøg per prøve.

Alle prøver skal bestås, beståede eksamener kan ikke tages om.

Skriftlige produkter skal følge studiets altid gældende projektmanual i det omfang, der er beskrevet i prøvebeskrivelsen på studiets intranet.

5.1 Prøven i de obligatoriske uddannelseselementer: "Forretningsforståelse", "Metode" og "Markedsforståelse" (1. interne eksamen)

5.1.1 Forudsætninger for at gå til delprøverne i "Metode" og "Markedsforståelse", herunder deltagelsespligt

Følgende forudsætninger gælder for at gå til delprøven i "Metode" og "Markedsforståelse":

- Opfyldelse af deltagelsespligt i bunden forudsætning 1 – Refleksionssamtale

Refleksionssamtalen er en samtale mellem den studerende og en af studiets undervisere, hvor der tages udgangspunkt i den studerende og dennes refleksion over sin egen indsats, udvikling og læring gennem semestret.

Opfyldelse af deltagelsespligten indebærer, at den studerende forud for samtalen forbereder en præsentation, og efter samtalen skal den studerende tilføje udviklingsmål. Præsentationen og udviklingsmål skal uploades i WiseFlow.

Dato for samtale og aflevering fremgår af semesterplanen på studiets intranet.

- Skriftlige produkter skal opfylde krav om redelighed.

Redelighed skal her opfattes som ordentligt i betydningen reel. Det skal fremgå, at de(n) studerende har gjort et hæderligt forsøg på at skrive opgaven. Der må ikke snydes eller plagieres. Hvis den afleverede opgave ikke er redelig, herunder er (delvis) plagieret eller ikke forsøgt skrevet, kan opgaven afvises.

Den studerende har tre forsøg til at opfylde deltagelsespligten i bunden forudsætning 1 – Refleksionssamtale. Ved manglende opfyldelse af et eller flere krav mister den studerende et prøveforsøg på delprøverne "Metode" og "Markedsforståelse".

Såfremt den studerende mister alle tre forsøg på delprøverne "Metode" og "Markedsforståelse" betyder det, at den studerende automatisk udmeldes af studiet. Jf. Studieordningen 2017-2019 har den studerende mulighed for at søge om dispensation til et 4. eksamensforsøg.

Såfremt de samlede forudsætningskrav vedr. bunden forudsætning 1 ikke overholdes pga. sygdom, skal der afleveres en friattest (tidligere benævnt lægeerklæring) i Studieadministrationen **senest 3 hverdage** efter datoen for samtalen eller afleveringsfristen - i tilfælde af dokumenteret sygdom mistes der ikke et eksamensforsøg. Den studerende afholder selv udgiften til lægeerklæringen.

Brev til lægen i forbindelse med indhentelse af friattest findes på Pointer.

5.1.2 Prøvens tilrettelæggelse

Prøven består af 3 delprøver. Hvert obligatorisk uddannelseselement afsluttes med en delprøve:

- **"Forretningsforståelse"**: En tværfaglig, casebaseret, mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en eller flere konkrete virksomheder
- **"Metode"**: En tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en skriftlig projektrapport
- **"Markedsforståelse"**: En tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en skriftlig gruppe-opgaveportefølje

Prøvens omfang er 30 ECTS.

Der gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 3 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den enkelte delprøve i forhold til antal ECTS.

Dvs. prøven i "Forretningsforståelse" vægter 1/6, prøven i "Metode" vægter 1/3 og prøven i "Markedsforståelse" vægter 1/2. Delprøverne skal bestås enkeltvis og påføres eksamensbeviset.

Såfremt en studerende ikke deltager i en eller flere af delprøverne eller ikke består disse, er der brugt prøveforsøg og den studerende er fortsat tilmeldt delprøven(erne).

Den studerende kan ikke tage beståede delprøver om.

5.1.2.1 Delprøve i det obligatoriske uddannelseselement "Forretningsforståelse"

Delprøven i det obligatoriske uddannelseselement 1 "Forretningsforståelse" er en tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve, der tager udgangspunkt i en eller flere konkrete virksomheder.

De studerende bedømmes individuelt.

Prøven tager udgangspunkt i en mundtlig præsentation. Der kan højst deltage 5 studerende i prøven. Den studerende kan ikke vælge en individuel prøve. Prøven indledes med en præsentation af de vigtigste konklusioner og resultater fra casebesvarelsen, hvor alle gruppe-medlemmer aktivt deltager og har en varighed på maksimalt 10 minutter. Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentation, og generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene samt konkrete spørgsmål i caseopgaven for det obligatoriske uddannelseselement 1 "Forretningsforståelse".

Hver gruppe eksamineres i 45 minutter inklusiv votering og karaktergivning.

Prøvens indhold tager udgangspunkt i undervisningen og aktiviteterne, som er afviklet i perioden fra studiestart og frem til prøvens afholdelse. Der skal ikke afleveres noget produkt forud for prøven.

De studerende vil umiddelbart efter studiestart få udleveret en casebeskrivelse, der indeholder en række konkrete spørgsmål, der dækker det obligatoriske uddannelseselements læringsmål. Besvarelsen af denne opgave danner udgangspunkt for prøven, og de studerende skal under eksaminationen præsentere deres besvarelser.

Casebeskrivelsen dækker alle læringsmål i det obligatoriske uddannelseselement 1, og den givne karakter skal afspejle den studerendes forståelse af læringsmålene for prøven.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 5 ECTS

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for det obligatoriske uddannelseselement 1 "Forretningsforståelse"

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres umiddelbart efter afslutning af det obligatoriske uddannelseselement 1 "Forretningsforståelse". Nærmere oplysning om tid og sted findes i semesterplanen på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven.

Prøvens sprog

Dansk

5.1.2.2 Delprøve i det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode"

Delprøven i det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode" er en tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en skriftlig projektrapport, som udgør en del af bedømmelsesgrundlaget.

De studerende bedømmes individuelt.

Der kan højst deltage 5 studerende i prøven. Den studerende kan ikke vælge en individuel prøve. På baggrund af den skriftlige del skal gruppen forberede en præsentation, hvor alle gruppe-medlemmer aktivt deltager. Præsentationen skal ikke genfortælle den skriftlige projektrapport, men perspektivere og udvide forståelsen af problemstillingen. Prøven indledes med præsentationen, der afsættes 2 minutter per studerende til præsentationen.

Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og den skriftlige projektrapport, samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode".

Der afsættes 10 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 50 minutter per gruppe.

Ved opstart af det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode" vil de studerende få udleveret en casebeskrivelse, som der arbejdes med gennem hele perioden. Den mundtlige besvarelse af denne danner udgangspunkt for prøven og de studerende skal i grupper præsentere deres besvarelser.

Casebeskrivelsen dækker alle læringsmål i obligatorisk uddannelseselement 2 "Metode", og den givne karakter skal afspejle den studerendes forståelse i disse læringsmål.

Der gives en samlet bedømmelse af den skriftlige og mundtlige præstation.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 10 ECTS.

Formkrav til den skriftlige del af prøven

Forud for prøvens afholdelse skal de studerende i grupper aflevere en projektrapport.

Projektrapporten skal følge Markedsføringsøkonomstudiets gældende projektmanual, der kan findes på studiets intranet.

Projektrapporten må højst fylde 20 normalsider.

Projektet forventes at omfatte:

- Problemformulering og metodiske overvejelser
- Indsamling af kvalitative og kvantitative data
- Analyser af primære og sekundære data
- Procesevaluering, herunder samarbejde og projektstyring

Projektrapporten kan afvises, hvis den ikke opfylder de fastsatte formkrav. Hvis besvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og der er brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode".

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres umiddelbart efter afslutning af det obligatoriske uddannelseselement 2 "Metode". Nærmere oplysning om tid og sted findes i semesterplanen på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven.

Prøvens sprog

Dansk

5.1.2.3 Delprøve i det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse"

Delprøven i det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse" er en tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en skriftlig gruppebaseret opgaveportefølje, som udgør en del af bedømmelsesgrundlaget. Opgaveporteføljen består af et antal delopgaver (dansk/engelsk), der skal afleveres løbende til fastsatte deadlines.

De studerende bedømmes individuelt.

Der kan højst deltage 5 studerende i prøven. Den studerende kan ikke vælge en individuel prøve. På baggrund af den skriftlige del skal gruppen forberede en præsentation, hvor alle gruppe-medlemmer aktivt deltager. Prøven indledes med en præsentation på engelsk og har en varighed på 10 min. Dialogen foregår på dansk eller engelsk efter gruppens valg.

Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og den skriftlige opgaveportefølje, samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse".

Der afsættes 10 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 50 minutter per gruppe.

Ved opstart af det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse" vil de studerende få udleveret en casebeskrivelse, som der arbejdes med gennem hele perioden. Den mundtlige besvarelse af denne danner udgangspunkt for prøven og de studerende skal i grupper præsentere deres besvarelser.

Casebeskrivelsen dækker alle læringsmål i obligatorisk uddannelseselement 3 "Markedsforståelse", og den givne karakter skal afspejle den studerendes forståelse i disse læringsmål.

Der gives en samlet bedømmelse af den skriftlige og mundtlige præstation.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 15 ECTS.

Formkrav til opgaveporteføljen

Forud for prøvens afholdelse skal de studerende i grupper arbejde på en opgaveportefølje.

Opgaveporteføljen består af en række delopgaver, der tager udgangspunkt i en konkret virksomhed. Det vil fremgå af den enkelte delopgave, på hvilket sprog (dansk/engelsk) den skal besvares.

Det skriftlige projekt kan afvises, hvis den ikke opfylder de fastsatte formkrav. Hvis besvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og der er brugt et prøveforsøg

Delopgaverne stilles løbende gennem det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse".

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse".

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres umiddelbart efter afslutning af det obligatoriske uddannelseselement 3 "Markedsforståelse". Nærmere oplysning om tid og sted findes i semesterplanen på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven

Prøvens sprog

Dansk og engelsk

5.2 Prøven i de obligatoriske uddannelseselementer: "Taktisk og operationel markedsføring BtC" og "Taktisk og operationel markedsføring BtB" (1. eksterne prøve)

5.2.1 Forudsætninger for at gå til 1. eksterne prøve, herunder deltagelsespligt

Følgende forudsætninger gælder for at gå til 1. eksterne prøve – "Taktisk og operationel markedsføring BtC" og "Taktisk og operationel markedsføring BtB":

- Opfyldelse af deltagelsespligt i bunden forudsætning 2 – Refleksionssamtale

Refleksionssamtalen er en samtale mellem den studerende og en af studiets undervisere, hvor der tages udgangspunkt i den studerende og dennes refleksion over sin egen indsats, udvikling og læring gennem semestret.

Opfyldelse af deltagelsespligten indebærer, at den studerende forud for samtalen forbereder en præsentation, og efter samtalen skal den studerende tilføje udviklingsmål. Præsentationen og udviklingsmål skal uploades i WiseFlow.

Dato for samtale og aflevering fremgår af semesterplanen på studiets intranet.

- Skriftlige produkter skal opfylde krav om redelighed.

Redelighed skal her opfattes som ordentligt i betydningen reel. Det skal fremgå, at de(n) studerende har gjort et hæderligt forsøg på at skrive opgaven. Der må ikke snydes eller plagieres. Hvis den afleverede opgave ikke er redelig, herunder er (delvis) plagieret eller ikke forsøgt skrevet, kan opgaven afvises.

Den studerende har tre forsøg til at opfylde deltagelsespligten i bunden forudsætning 2 – Refleksionssamtale. Ved manglende opfyldelse af et eller flere krav mister den studerende et prøveforsøg på 1. eksterne prøve - ”Taktisk og operationel markedsføring BtC” og ”Taktisk og operationel markedsføring BtB”.

Såfremt den studerende mister alle tre forsøg på 1. eksterne prøve - ”Taktisk og operationel markedsføring BtC” og ”Taktisk og operationel markedsføring BtB” betyder det, at den studerende automatisk udmeldes af studiet. Jf. Studieordningen 2017-2019 har den studerende mulighed for at søge om dispensation til et 4. eksamensforsøg.

Såfremt de samlede forudsætningskrav vedr. bunden forudsætning 2 ikke overholdes pga. sygdom, skal der afleveres en friattest (tidligere benævnt lægeerklæring) i Studieadministrationen **senest 3 hverdage** efter datoen for samtalen eller afleveringsfristen - i tilfælde af dokumenteret sygdom mistes der ikke et eksamensforsøg. Den studerende afholder selv udgiften til lægeerklæringen.

Brev til lægen i forbindelse med indhentelse af friattest findes på Pointer.

5.2.2 Prøvens tilrettelæggelse

Prøven i det obligatoriske uddannelseselement 4 ”Taktisk og operationel markedsføring BtC” og det obligatoriske uddannelseselement 5 ”Taktisk og operationel markedsføring BtB” er en tværfaglig, casebaseret prøve. Prøven er en kombination af en mundtlig og skriftlig gruppeprøve med udgangspunkt i en eller flere konkrete virksomheder. Gruppen kan højst bestå af 5 studerende. Den studerende kan ikke vælge en individuel prøve. De studerende bedømmes individuelt.

Den skriftlige del af opgaven består af en markedsføringsplan for både en BtC og BtB virksomhed med udgangspunkt i casebeskrivelsen. Den mundtlige del af prøven indledes med en præsentation af det udarbejdede kommunikationsprodukt fra gruppen, efterfulgt af dialog med udgangspunkt i både den skriftlige og mundtlige del. Præsentationen har en varighed på maksimalt 15 min, og skal tage udgangspunkt i den skriftlige del. Det er gruppens opgave, at alle gruppemedlemmer deltager aktivt i hele prøven.

Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og den skriftlige rapport, samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement 4 og 5 ”Taktisk og operationel markedsføring BtC” og ”Taktisk og operationel markedsføring BtB”.

Der afsættes 15 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 45 minutter og maksimalt 75 minutter pr gruppe.

Ved opstarten af de obligatoriske uddannelseselementer vil de studerende få udleveret en casebeskrivelse, der arbejdes med gennem hele perioden.

Casebeskrivelsen dækker alle læringsmål i de obligatoriske uddannelseselementer og den givne karakter skal afspejle den studerendes forståelse af disse læringsmål.

Der gives en samlet bedømmelse af den skriftlige og mundtlige præstation.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 30 ECTS.

Formkrav til den skriftlige del af prøven

Forud for prøvens afholdelse skal de studerende i grupper aflevere en markedsføringsplan for både en BtC og BtB marked.

Markedsføringsplanen for BtC og BtB må højst fylde 30 normalsider, hvoraf BtC udgør 2/3 og BtB 1/3, eksklusivt bilag.

Markedsføringsplanerne kan afvises, hvis de ikke opfylder de fastsatte formkrav i casebeskrivelsen. Hvis besvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og der er brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for det obligatoriske uddannelseselement 4 "Taktisk og operationel markedsføring BtC" og det obligatoriske uddannelseselement 5 "Taktisk og operationel markedsføring BtB".

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres umiddelbart efter afslutning af det obligatoriske uddannelseselement 5 "Taktisk og operationel markedsføring BtB". Nærmere oplysning om tid og sted findes i semesterplanen på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven.

Prøvens sprog

Dansk.

5.3 Prøven i det obligatoriske uddannelseselement: "Internationalisering" (2. interne eksamen)

5.3.1 Forudsætninger for at gå til 2. interne prøve – "Internationalisering", herunder deltagelsespligt

Følgende forudsætninger gælder for at gå til prøven:

- Opfyldelse af deltagelsespligt i bunden forudsætning 3 – Refleksionssamtale

Refleksionssamtalen er en samtale mellem den studerende og en af studiets undervisere, hvor der tages udgangspunkt i den studerende og dennes refleksion over sin egen indsats, udvikling og læring gennem semestret.

Opfyldelse af deltagelsespligten indebærer, at den studerende forud for samtalen forbereder en præsentation, og efter samtalen skal den studerende tilføje udviklingsmål. Præsentationen og udviklingsmål skal uploades i WiseFlow.

Dato for samtale og aflevering fremgår af semesterplanen på studiets intranet.

- Skriftlige produkter skal opfylde krav om redelighed.

Redelighed skal her opfattes som ordentligt i betydningen reel. Det skal fremgå, at de(n) studerende har gjort et hæderligt forsøg på at skrive opgaven. Der må ikke snydes eller plagieres. Hvis den afleverede opgave ikke er redelig, herunder er (delvis) plagieret eller ikke forsøgt skrevet, kan opgaven afvises.

Den studerende har tre forsøg til at opfylde deltagelsespligten i bunden forudsætning 3 – Refleksionssamtale. Ved manglende opfyldelse af et eller flere krav mister den studerende et prøveforsøg på 2. interne prøve – ”Internationalisering”.

Såfremt den studerende mister alle tre forsøg på 2. interne prøve – ”Internationalisering” betyder det, at den studerende automatisk udmeldes af studiet. Jf. Studieordningen 2017-2019 har den studerende mulighed for at søge om dispensation til et 4. eksamensforsøg.

Såfremt de samlede forudsætningskrav vedr. bunden forudsætning 3 ikke overholdes pga. sygdom, skal der afleveres en friattest (tidligere benævnt lægeerklæring) i Studieadministrationen **senest 3 hverdage** efter datoen for samtalen eller afleveringsfristen - i tilfælde af dokumenteret sygdom mistes der ikke et eksamensforsøg. Den studerende afholder selv udgiften til lægeerklæringen.

Brev til lægen i forbindelse med indhentelse af friattest findes på Pointer.

5.3.2 Prøvens tilrettelæggelse

Prøven i det obligatoriske uddannelseselement 6 ”Internationalisering” er en tværfaglig, casebaseret mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en skriftlig projektrapport, som udgør en del af bedømmelsesgrundlaget.

De studerende bedømmes individuelt.

Der kan højst deltage 5 studerende i prøven. Den studerende kan ikke vælge en individuel prøve. På baggrund af den skriftlige del skal gruppen forberede en præsentation, hvor alle gruppemedlemmer aktivt deltager. Prøven indledes med en præsentation på engelsk og har en varighed på 10 min. Dialogen foregår på dansk eller engelsk efter gruppens valg.

Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og den skriftlige projektrapport, samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement 6 ”Internationalisering”.

Der afsættes 10 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 50 minutter per gruppe.

Ved opstart af det obligatoriske uddannelseselement 6 ”Internationalisering” vil de studerende få udleveret en casebeskrivelse, som der arbejdes med gennem hele perioden. Den mundtlige besvarelse af denne danner udgangspunkt for prøven og de studerende skal i grupper præsentere deres besvarelser.

Casebeskrivelsen dækker alle læringsmål i obligatorisk uddannelseselement 6 "Internationalisering", og den givne karakter skal afspejle den studerendes forståelse i disse læringsmål.

Der gives en samlet bedømmelse af den skriftlige og mundtlige præstation.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 10 ECTS.

Formkrav til den skriftlige del af prøven

Forud for prøvens afholdelse skal de studerende i grupper aflevere en projektrapport på maksimalt 20 normalsider, der besvarer den udleverede casebeskrivelse.

Projektrapporten skal følge Markedsføringsøkonomstudiets gældende projektmanual, der kan findes på studiets intranet.

Projektrapporten kan afvises, hvis den ikke opfylder de fastsatte formkrav. Hvis besvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for det obligatoriske uddannelseselement 6 "Internationalisering".

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres ved umiddelbart efter afslutning af det obligatoriske uddannelseselement 6 "Internationalisering". Nærmere oplysning om tid og sted findes i semesterplanen på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med af prøven.

Prøvens sprog

Engelsk og dansk

5.4 Prøverne i de valgfrie uddannelseselementer (3. og 4. interne eksamen)

Der er 20 ECTS til valgfag på 3 semester, fordelt på 2 valgfag med hver 10 ECTS. De enkelte valgfag kan være 10 ECTS eller to valgfag á 5 ECTS, og den studerende sammensætter sine valgfag, således der samlet opnås 20 ECTS.

Uddannelsens valgfagsbeskrivelse vil være tilgængelig i løbet af den studerendes 2. semester.

Hvert valgfag afsluttes med en prøve. Såfremt det valgfrie uddannelseselement kun består af ét valgfag á 10 ECTS, gives én karakter efter 7-trinsskalaen som påføres eksamensbeviset.

Såfremt valgfaget består af to valgfag á 5 ECTS, gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af et gennemsnit af de opnåede karakterer for delprøven i de enkelte valgfag. Ved karakterafgivelse vægter den enkelte delprøve i forhold til antal ECTS. Delprøverne skal bestås enkeltvis og påføres eksamensbeviset.

Såfremt den studerende ikke deltager i en eller flere af delprøverne eller ikke består disse, er der brugt prøveforsøg og den studerende er fortsat tilmeldt delprøven(erne).

Den studerende kan ikke tage beståede delprøver om.

Prøverne har et omfang á 10 ECTS hver, i alt 20 ECTS.

5.4.1 Forudsætninger for at gå til prøven, herunder deltagelsespligt

De obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til disse prøver fremgår af oversigten over uddannelsens valgfag.

Ikke-opfyldelse af blot én eller flere forudsætningskrav betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et eksamensforsøg.

5.4.2 Prøvernes tilrettelæggelse

Prøverne er interne og enten mundtlige eller skriftlige. Prøveformen vil fremgå af uddannelsens valgfagsbeskrivelse.

Prøverne bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmeskriterier

Bedømmeskriterierne for prøven er lig læringsmål for det enkelte valgfag.

Tidsmæssig placering

De valgfrie uddannelseselementer er placeret på uddannelsens 3. semester.

Prøvens sprog

Dansk eller engelsk afhængigt af, hvilket sprog valgfaget er udbudt på. Dette vil fremgå af valgfagsbeskrivelsen på studiets intranet.

5.5 Prøven i Praktik (5. interne eksamen)

Prøven er en individuel, mundtlig intern prøve med udgangspunkt i en 12 ugers praktikperiode og en skriftlig refleksionsopgave.

Prøven har en varighed af 20 minutter inklusiv votering.

5.5.1 Krav og forventninger til praktikkens gennemførelse

Den studerende er som udgangspunkt selv ansvarlig for at finde en relevant praktikplads. UCN tilbyder vejledning i forbindelse med at finde en praktikplads. Det er et krav, at mindst én person i praktikvirksomheden taler enten dansk eller engelsk.

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.

Sammenhæng mellem den teoretiske undervisning og praktikken er udgangspunktet for den studerendes mål for praktikken.

Den studerende og virksomheden beskriver i fællesskab de opgaver, som den studerende forventes at arbejde med under praktikken.

Den studerende skal desuden, gerne i samarbejde med praktikværten, opstille mindst tre personlige udviklingsmål for praktikken, der tager udgangspunkt i studieordningens læringsmål for praktikken.

Opgavebeskrivelsen og de personlige udviklingsmål ligger til grund for uddannelsens godkendelse af praktikaftalen.

Praktikperioden 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.

Praktikforløbet kan tilrettelægges fleksibelt og differentieret og kan danne grundlag for den studerendes valg af emne i det afsluttende eksamensprojekt.

5.5.2 Forudsætninger for at gå til prøven

Inden den studerende kan deltage i prøven, skal en skriftlig opgave bestående af to dele afleveres. Tidsplan og afleveringsfrister findes på studiets intranet.

Hvis opgaven ikke afleveres som angivet nedenfor, skal der ikke gives en bedømmelse, og der er brugt et prøveforsøg.

Den første del af opgaven, midtvejsevalueringen, må fylde højst to normalsider og består af 1) en refleksion over anvendelsen af teorier og metoder fra uddannelsens 6 obligatoriske uddannelseselementer samt valgfag i praktikken og 2) en evaluering af opnåelsen af den studerendes personlige udviklingsmål. Denne del afleveres cirka halvvejs i forløbet.

Den anden del af opgaven, slutevalueringen, må fylde højst fire normalsider og består ligeledes af 1) en refleksion over anvendelsen af teorier og metoder fra uddannelsens 6 obligatoriske uddannelseselementer samt valgfag i praktikken og 2) en evaluering af opnåelsen af den studerendes personlige udviklingsmål. Denne del afleveres, i et dokument sammen med del 1, som det endelige, skriftlige bedømmelsesgrundlag for prøven.

5.5.3 Prøvens tilrettelæggelse

Prøven afholdes efter aflevering af den skriftlige opgave (del 1 + del 2), og har en varighed af 20 minutter. Til den mundtlige prøve skal den studerende redegøre for sit arbejde med studieordningens læringsmål for praktikken undervejs i praktikken. Præsentationen skal have en varighed på maksimalt 10 minutter.

Efter præsentationen vil eksaminator stille spørgsmål. Spørgsmål kan stilles i forhold til alle læringsmål for praktikken, også i emner, der ikke indgår i den skriftlige refleksionsopgave.

Prøven bedømmes som bestået/ikke bestået.

Prøvens omfang er 15 ECTS

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig læringsmål for praktikken.

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres ved udgangen af 4. semester. Nærmere oplysning om tid og sted findes på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven.

Prøvens sprog

Dansk

5.6 Prøven i det afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne prøve)

Prøven er en ekstern, individuel, mundtlig prøve på baggrund af et skriftligt projekt

Prøven har en varighed af 35 minutter inklusiv votering.

5.6.1 Forudsætninger for at gå til prøven

Det skriftlige projekt, som udgør såvel bedømmelses- som eksaminationsgrundlag, skal:

- opfylde formkravene til det afsluttende eksamensprojekt, jf. afsnit 5.6.2: Formkrav til det afsluttende projekt
- være afleveret rettidigt, jf. eksamensplanen, som findes på studiets intranet

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

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

5.6.2 Formkrav til det afsluttende projekt

Projektrapporten skal være på 30 til 40 normalsider for individuelle studerende og 45 til 60 normalsider for grupper af 2 studerende og 60 til 80 normalsider for grupper af 3 studerende.

En normalside består af 2.400 anslag/tegn med mellemrum inkl. fodnoter, modeller og billeder. Det er kun selve opgavens omfang der tælles da forord, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag er uden for bedømmelse.

5.6.3 Prøvens tilrettelæggelse

Prøven er en individuel ekstern, kombineret mundtlig og skriftlig prøve på baggrund af et skriftligt projekt. Det skriftlige projekt udgør en del af bedømmelsesgrundlaget.

Projektet 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.

Projektet skal derfor som hovedregel tage udgangspunkt i praktikopholdet.

Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Uddannelsen stiller vejledning til rådighed for den studerende.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab. Ved gruppeprojekter indgår det samlede projekt ved bedømmelsen, og den mundtlige del af prøven foregår individuelt.

Der gives én individuel samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af den skriftlige og den mundtlige præstation.

Den mundtlige del af prøven har en varighed af 35 minutter inkl. votering. Den mundtlige prøve indledes med en maksimal 10 minutters præsentation. Præsentationen skal dække et eller flere interessante og relevante emner i relation til det skrevne projekts emne, men skal ikke være en genfortælling af det skrevne projekt. Ved gruppeprojekter skal den enkelte studerende udarbejde en individuel præsentation.

I forbindelse med den mundtlige del af prøven vil der blive diskuteret emner og problemer, der er relateret til det afsluttende projekt for at sikre at alle læringsmål er opfyldt. Dette betyder, at eksaminationen kan dække både teoretiske og praktiske emner i relation til det afsluttende projekt.

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Prøvens omfang er 15 ECTS.

Bedømmeskriterier

Bedømmeskriterierne for prøven er lig læringsmål for det afsluttende projekt.

Ved bedømmelsen skal der ud over det faglige indhold også lægges vægt på den studerendes formulerings- og staveevne, dog vægtes det faglige indhold tungest.

Læringsmål fremgår af den fælles del af studieordningen.

Tidsmæssig placering

Prøven placeres ved udgangen af 4. semester. Nærmere oplysning om tid og sted findes på studiets intranet.

Anvendelse af hjælpemidler

Alle hjælpemidler er tilladte i forbindelse med prøven.

Prøvens sprog

Dansk

6. Uddannelseselementer, som kan gennemføres i udlandet

Den studerende kan efter uddannelsens godkendelse af en ansøgt forhåndsmerit gennemføre hvert enkelt uddannelseselement i udlandet.

Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i udlandet har den studerende 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 af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

7. Afmelding fra prøver

Regler om afmelding fra prøver findes på UCN.dk under Eksamensregler for UCNs Grunduddannelser

8. Anvendte undervisningsformer

På markedsføringsøkonomuddannelsen anvendes en bred vifte af undervisningsformer, som til sammen skal understøtte ovenstående og fremme opnåelsen af de læringsmål, som er beskrevet i denne studieordning.

Undervisningsformerne er baseret på UCN, Business' fælles læringstilgang, som opdateres løbende og er beskrevet på www.ucn.dk

De gennemgående undervisningsformer er dialogbaseret holdundervisning, løsning af opgave og projektarbejde i grupper. Men arbejde i studiegrupper, selvstudium, individuelle opgaver og projekter, fremlæggelser i grupper og for hele holdet, tværfaglige temaforløb og meget andet anvendes også i høj grad.

Fælles for alle disse aktiviteter er, at uddannelsen altid forsøger at opstille (eller hjælpe med at opstille) klare mål for læringsaktiviteterne.

9. Merit for de valgfrie uddannelseselementer

Beståede valgfri uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, som udbyder denne uddannelse såvel som ved andre uddannelser.

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

10. Deltagelsespligt

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der til visse studieelementer tilknyttet en deltagelsespligt, i form af fx. aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse.

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

Deltagelsespligt og eventuel mødepligt, der er forudsætningskrav for at deltage i prøver, fremgår under beskrivelsen af den enkelte prøve.

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en prøven, ligestilles den manglende opfyldelse med ikke-bestået prøve, og den studerende har brugt et prøveforsøg.

11. Kriterier for vurdering af studieaktivitet

Studerende, der ikke har bestået mindst én prøve i en sammenhængende periode på mindst 1 år (manglende studieaktivitet) udskrives af uddannelsen.

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 fremskaffe dokumentation for disse forhold.

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

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 indenfor 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 lederen af uddannelsen.

Den studerende kan klage til lederen af uddannelsen over den trufne afgørelse senest 2 uger efter modtagelsen af afgørelsen. Klagen har opsættende virkning. Hvis lederen fastholder afgørelsen, kan den studerende klage til Ministeriet for inden for 2 uger efter modtagelse af afgørelsen for så vidt angår retlige spørgsmål.

Regler om de prøver, som den studerende i henhold til eksamensbekendtgørelsen skal have deltaget i inden udgangen af 2. semester og bestået inden udgangen af 4. semester, og hvor der i bekendtgørelsen for denne uddannelse er fastsat tidsfrister for gennemførelse af uddannelsen, gælder uafhængigt af reglerne.

12. Fremmed- og eksamenssprog

Uddannelsens internationale dimension betyder, at meget undervisningsmateriale, eksamenscases, undervisning, skriftlige projekter og fremlæggelser m.v. vil være på engelsk.

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

Eksamen 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 professionsbachelorprojektet eller det afsluttede eksamensprojekt, samt de prøver, hvor det af denne studieordning fremgår, at de nævnte evner indgår i bedømmelsen. Ansøgningen sendes til uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

13. Afholdelse af syge- og omprøver

Regler om afholdelse af syge- og omprøver findes på UCN.dk under Eksamensregler for UCNs Grunduddannelser.

14. Hjælpemidler

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

15. Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om tilladelse til at ekstra eksaminationstid m.v. Ansøgningen skal indgives til uddannelsen senest 4 uger før eksamen afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opståede helbredsmæssige problemer.

Ansøgningen skal ledsages af en lægeattest, udtalelse fra fx tale-, høre-, ordblinde eller blindinstitut eller anden dokumentation for helbredsmæssige forhold eller relevant specifik funktionsnedsættelse.

Ansøgning om tilladelse til at medbringe andre hjælpemidler skal indgives til uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

16. Eksamenssnyd

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

16.1 Brug af egne og andres arbejde – plagiat

Regler om brug af egne og andres arbejde -plagiat findes på UCN.dk under Eksamensregler for UCNs Grunduddannelser.

16.2 Disciplinære foranstaltninger i tilfælde af eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen

Regler om disciplinære foranstaltninger i tilfælde af eksamenssnyd og forstyrrende ved eksamen findes på UCN.dk under Eksamensregler for UCNs Grunduddannelser.

17. Klager over prøver og anke af afgørelser

Regler om klager over prøve og anke af afgørelser findes på UCN.dk under Eksamensregler for UCNs Grunduddannelser.

18. Dispensation

UCN kan, når det findes begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionen.

19. Ikrafttrædelsesdato og overgangsordninger

Denne institutionelle del af studieordningen er revideret den 1. august 2018 og træder i kraft den 1. september 2018 og har virkning for alle studerende, som blev indskrevet på uddannelsen 1.9.2017.