Studieordning for markedsførings-økonom

2015

Erhvervsakademiuddannelse indenfor international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)Academy Profession Degree Programme in Marketing Management

Godkendt af rektor Carsten Vikkelsøe

Indhold

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER 4
1.1 Studieordningens ikrafttrædelse 4
1.2 Overgangsordninger 4
Da der er væsentlige ændringer i indhold og opbygning, skal studerende som har gennemført 1. semester eller 2. semester på tidligere studieordning og har haft orlov, overflyttes til indeværende studieordning. Studerende som har bestået 3. semester på tidligere studieordning forsætter på denne. 4
1.3 Studieordningens lovmæssige rammer 5
2.1 Uddannelsens opbygning 6
2.2 Kerneområder 7
2.3 Obligatoriske uddannelseselementer 13
2.4 Praktik 22
2.5 Krav til det afsluttende projekt 23
3. MERIT OG REGLER FOR UDDANNELSEN 24
3.1 Merit og studieskift 24
3.1.1 Forhåndsmerit 24
4. Eksaminer 25
Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen: 29
5.1 Fag og placering 34
5.2 Prøver i valgfri uddannelseselementer 34
5.3 Uddannelseselementer som kan gennemføres i udlandet 34
Som udgangspunkt kan et semester (30 ECTS) tages på et af IBA godkendt forløb. Det anbefales at gøre dette på 3. semester. 34
Praktikken på 4. semester (15 ECTS) kan også gennemføres i udlandet. Dette forløb skal også godkendes af IBA. 34
6.0 Praktikkens gennemførelse 34
6.1 Krav til de involverede parter 34
6.1.1 Ansvar- og opgavefordeling i forbindelse med praktik er som følger: 34
6.1.2 Den studerende 34
6.1.3 Praktikvejleder 35
6.1.4 Karrierecentret 35
6.1.5 Praktikstedet 35
7.0 Obligatoriske opgaver og projekter 35
8.0 Særlige prøvevilkår 36
9.0 Syge- og omprøver 36
10.0 Hjælpemidler til eksamen 36
11.0 Eksamenssnyd 37
11.1 Forstyrrende adfærd og snyd til eksamen 37
11.2 Plagiat 37
11.3 Hvornår betragtes en aflevering som plagiat? 37

11.4 Forstyrrende adfærd under prøver og eksamen....37
11.5 Procedurer og sanktioner for eksamenssnyd og forstyrrende adfærd 37
11.6 Sanktioner....38
11.7 Typer af sanktioner....38
11.8 Klageadgang....39
11.8.1 Anke af afgørelse i de videregående uddannelser....39
12. ANVENDTE UNDERVISNINGSFORMER....40
13. RETNINGSLINJER FOR DIFFERENTIERET UNDERVISNING I UDDANNELSESFORLØBET....41
14. MERIT....41
Meritoverførsel....41
Meritstuderende....41
15. STUDIEAKTIVITET....41
15.1 Kriterier for vurdering af studieaktivitet....42
16. FREMMEDSPROG....42
17. DISPENSATIONSREGLER....42
18. PARALLELFORLØB MED UDENLANDSKE UDDANNELSESINSTITUTIONER....42
19. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER....42
20. HENVISNING TIL GÆLDENDE RETSREGLER....42

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

1.1 Studieordningens ikrafttrædelse

Studieordningen gælder for studerende med studiestart 02.01.2015, på følgende institutioner: EA Kolding, EA Aarhus, EA Lillebælt.

1.2 Overgangsordninger

Da der er væsentlige ændringer i indhold og opbygning, skal studerende som har gennemført 1. semester eller 2. semester på tidligere studieordning og har haft orlov, overflyttes til indeværende studieordning. Studerende som har bestået 3. semester på tidligere studieordning forsætter på denne.

Overgangsordning for studerende som har gennemført 1. semester på tidligere studieordning:

Tvungen overflytning til ny studieordning.

Det anbefales at starte forfra, fordi der er væsentlige ændringer i indhold og opbygning af studieordningen. Studerende som alligevel ønsker at forsætte på 2. semester kan gøre dette, og skal så samtidig tage faget "International markedsføring og analyse" på akademiuddannelsen i International Handel og Markedsføring. Følges og bestås dette fag udgør meriteres det som et af de 2 valgfri uddannelseselementer på 3. semester, hvorved den studerende får fuld merit for studieaktivitet på tidligere studieordning. Karakteren for fag på akademiuddannelsen overføres til karakterbeviset som valgfrit uddannelseselement element på 3. semester.

Overgangsordning for studerende som har gennemført 2. semester på tidligere studieordning:

Tvungen overflytning til ny studieordning.

Studerende skal samtidig med studiet på 2. semester tage faget "Markedsføring og Forhandling" på Akademiuddannelsen i International Handel og Markedsføring. Følges og bestås dette fag udgør det et af de valgfri elementer på 3. semester, hvorved den studerende får fuld merit for studieaktivitet på tidligere studieordning. Karakteren for faget på akademiuddannelsen overføres til karakterbeviset som valgfrit uddannelseselement på 3. semester.

1.3 Studieordningens lovmæssige rammer

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om Erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).
- BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 223 af 11/03/2014: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. XXX af XX/XX/XXXX: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom

Det er målet, at man som markedsføringsøkonom kan arbejde helhedsorienteret og praksisnært ud fra den lærte teori, og kan vurdere og begrunde valg af handlinger og løsninger i forhold til en given salg, markedsførings eller kommunikationsmæssig opgave.
Som markedsføringsøkonom er det målet, at man har opnået følgende faglige kompetencer:

• **Praksiskompetencer** inden for arbejde i produktions- og servicevirksomheder generelt – så man kan gå direkte ud og fungere i en virksomhed og evne at omsætte teori til løsninger i praksis

• **Erhvervsøkonomiske kompetencer** – så de driftsøkonomiske aspekter altid vurderes

• **Analytiske kompetencer –** så opgaver angribes fra en analytisk vinkel

• **Helhedsorienteret –** da opgaver og problemstillinger skal løse ud fra flere fagligheder

• **Samarbejdskompetencer** og empati så man kan arbejde både individuelt og i gruppe – for det er det, man vil møde i hverdagen

• **Personlige og kommunikative kompetencer** – fordi man skal løsninger i samarbejde med andre medarbejdere og faggrupper

• **Internationale** og **interkulturelle kompetencer** – da vi lever og arbejder i en global verden

• **Metodiske kompetencer**, så man kan definere problemstillinger og angive metoder til løsning

For at kunne begå sig i erhvervslivet og opnå og udøve ovenstående faglige kompetencer, arbejdes der i løbet af studiet med, også at udvikle den enkelte studerendes personlige kompetencer.

I fokus er opøvelse af evner til at være:

• **Ansvarlig** – at tage ansvar for opgaver, selv og sammen med andre, og at udvise an- overfor sig selv, andre og sit liv.

2. UDDANNELSENS INDHOLD

Studieordningens fællesdel indeholder jf. §17 regler om følgende:

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, jf, §18, herunder angivelse af eventuelle meritaftaler, for så vidt angår uddannelseselementer, der er omfattet af studieordningens fællesdel.

2.1 Uddannelsens opbygning

Markedsøkonomuddannelsen 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, svarende til 30 ECTS.

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 ledelse (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**

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede 120 ECTS-point.

Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes på den måde, det fremgår som det fremgår af afsnittet om uddannelsens eksaminer. Når minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

Antal prøver på uddannelsen, og deres placering:

Der er 7 prøver på uddannelsen.

Prøvens navn	Uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis	Semester
1. interne	Forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse	X	1
1. eksterne	Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B	X	2
2. interne	Internationalisering	X	3
3. Interne	Valgfrit element 1	X	3
4. Interne	Valgfrit element 2	X	3
5. Interne	Praktik	X	4
2. eksterne	Afsluttende projekt	X	4

2.2 Kerneområder

Uddannelsen dækker fem kerneområder og udgør 70 ECTS

Kernområde 1: International markedsføring

Omfang: 25 ECTS

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 agere 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 kompetencer i at foretage segmentering, målgruppevalg og positionering på både det danske marked og eksportmarkeder.

Med udgangspunkt i ovenstående, forståelse af godt købmandsskab og færdigheder i anvendelsen af vækststrategier kan den studerende udarbejde markedsføringsplaner på det operationelle niveau.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- Forskellige typer forretningsmodeller på B-t-C og B-t-B og både analoge og digitale modeller
- Anvendte teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske situation med fokus på både interne og eksterne forhold
- Teorier og modeller om købsadfærd på B-t-c og B-t-B
- Virksomhedens strategiske muligheder for vækst med speciel fokus på vækst gennem internationalisering

Færdigheder

Den studerende kan:

- 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
- Anvende modeller og teorier til segmentering og målgruppevalg
- Anvende modeller og teorier til opstilling af forslag til marketingmix ud fra kendskab til virksomhed og marked
- Opstille og præsentere resultater af markedsanalyse på professionel vis
- Behandle egne data gennem statistiske værktøjer

Kompetencer

Den studerende kan:

- Gennemføre og anvende kvalitative og kvantitative markedsanalyser som et værdiskabende redskab for virksomheden under hensyn til virksomhedens strategiske situation, markedet – herunder målgrupper – samt positionere virksomheden og dennes produkter på markedet
- Vurdere egne og sekundære data mht. validitet og reliabilitet vha. anvendt statistik, herunder at anvende relevante IT værktøjer
- Udarbejde velargumenterede beslutningsoplæg på målgruppe- og positioneringsvalg
- Udarbejde og strukturere markedsføringsplaner med operationelle oplæg til produkt, pris, markedsføring og distribution. Herunder professionel fremstilling af budget og aktivitetsplaner
- Identificere virksomheders vækstpotentiale og udarbejde konkrete planer for gennemførelse af vækst

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

Den studerende har viden om:

- Virksomhedens regnskabsforhold, årsrapporten 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

Færdigheder

Den studerende kan:

- 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
- 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
- Beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering

Kompetencer

Den studerende kan:

- Vurdere, hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening og identificere hvor der er basis for forbedret indtjening
- Analysere og vurdere en virksomheds økonomiske udvikling
- Udarbejde budgetter, herunder et markedsføringsbudget med konkret estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på virksomhedens resultat og likviditet
- Anvende økonomiske modeller og værktøjer ved prisfastsættelsen
- Vurdere de økonomiske forhold i forbindelse med en virksomheds internationale aktiviteter i relation til markedsanalyse og vurdering af markedsattraktivitet

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 med virksomhedens kunder på henholdsvis B-t-C og B-t-B markedet. Der er fokus på professionalisme i både det fysiske kundemøde samt digital og analog massekommunikation.

Med udgangspunkt i virksomhedens forretningsmodel 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

Den studerende har viden om:

- Kommunikationsteori og –modeller
- Salgets faser og salgsprocesser
- Salgsteknik og salgspsykologi
- Kommunikationsstrategi og kampagneplanlægning
- Det analoge og digitale medielandskab
- Kulturteori- og analyse

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende salgsteknikker i gennemførelsen af et personligt salg
- Forstå analoge og digitale medievalg, deres synergi samt medievalgets fordele og ulemper
- Arbejde operationelt inden for udvalgte områder af digital markedsføring, herunder sociale medier
- Mediestrategi og planlægning
- Forstå kulturens indflydelse på markedskommunikation

Kompetencer

Den studerende kan:

- Udarbejde en kommunikationsstrategi og salgsplan med udgangspunkt i en virksomheds markedsføringsstrategi
- Gennemføre salgsprocessens forskellige faser
- Udarbejde og operationalisere en kampagneplan med strategisk afsæt inkl. analoge og digitale medier
- 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
- Lave en indledning med kompetenceprofiler

Kerneområde 4: Erhvervsret

Omfang: 5 ECTS

Indhold: Kerneområdet erhvervsret afvikles på 1. og 2. semester. Målet er at den studerende har viden om de overordnede juridiske rammer de øvrige kerneområder for uddannelsen har samt færdigheden til selvstændigt at udvælge relevant juridisk viden og forholde sig kritisk til anvendeligheden samt kompetencen til at vurdere hvornår virksomheden har behøv for at inddrage juridisk specialistviden.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- Juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- Reglerne for markedsføring, herunder e-handel
- Reglerne for indsamling og behandling af persondata i relation til kunderne
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fortolkning og ugyldighed
- Reglerne for handelskøb
- Forbrugeraftalelovens regler om forbrugerkøb, herunder regler for fortrydelsesret
- Virksomhedsformer
- Produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar

Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
  - Aftaleret
  - Køberet, herunder
    - Risikoovergang
    - Levering
    - Misligholdelse i Handelskøb samt forbrugerkøb
  - E-handel
  - Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer

Kompetencer

Den studerende kan:

Afgøre hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister

Kerneområde 5: Organisation og ledelse

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

Kerneområdet "Organisation og ledelse" afvikles over 2 semestre. Kerneområdet har fokus på at den studerende bliver kompetent til at indgå professionelt i samarbejdsrelationer på arbejdspladsen,- både internt med foresatte, medarbejdere og kollegaer samt eksternt med kunder og leverandører. Kerneområdet sætter den studerende i stand til gennem personligt lederskab og projektledelsesværktøjer at lede og koordinere projekter.

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

Med udgangspunkt i forståelse af forsyningskædens indflydelse på forretningen er der fokus på at arbejde innovativt med optimering af forsyningskæder og distributionskanaler. Den studerende opnår forståelse for hvorledes virksomhedens salg- og markedsføringsstrategi påvirker og påvirkes af virksomhedens andre funktionsområder samt forsyningskædens led.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- Organisationers kultur og struktur
- Personligt lederskab og professionel identitet
- Supply chain management og distributionskanaler på BtB og BtC
- 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
- Udarbejde en professionel skiftlig rapport samt præsentere væsentlige konklusioner med fokus på modtageren
- Anvende væsentlige værktøjer i projektprocessen herunder mindmapping og gant-kort
- Identificere det personlige lederskabs rolle i udviklingen af eget ståsted og professionel identitet
- Deltage i innovationsprocesser og anvende innovationsværktøjer

Kompetencer

Den studerende kan:

- Tage afsæt i eget ståsted i samarbejdet med andre
- Lede og koordinere projekter gennem anvendelse af projektstyringsværktøjer og kendskab til de menneskelige mekanismer i en projektgruppe
- Anvende innovationsprocessen og den praktiske idéudvikling i praksis
- Opstille velbegrundede forslag til at valg af til distributionskanaler på BtB og BtC markeder
- Opstille velbegrundede forslag til sortimentsstyring, planlægningsprincipper og relationsstyring i forsyningskæden

2.3 Obligatoriske uddannelseselementer

Herunder beskrives indhold, ECTS-omfang, læringsmål og udprøvninger for hver 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**
	Forretnings-forståelse	Metode	Markeds-forståelse	Taktisk operationel markedsføring B2C	Taktisk operationel markedsføring B2B	Internationalisering
Int. Markedsføring	1	6	5	5	3	5
Økonomi	1	2	2	6	4	5
Salg og Markedskom.			5	5		
Erhvervsret			2	3		
Org. og ledelse	3	2	1	1	3	
ECTS ialt	**5**	**10**	**15**	**20**	**10**	**10**
Udprøvning	**1 prøve**			**1 prøve**		**1 prøve**

Obligatorisk uddannelseselement: Forretningsforståelse
Omfang: 5 ECTS
Indhold: Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan analysere en forretningsmodels bæredygtighed som grundlag for planlægning og udførsel af virksomheden markedsføringsaktiviteter
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 • Supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og Miljøregnskab • Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning • 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 kompetencers oprinder og udvikles gennem mange forskellige aktiver, funktioner, processer, relationer m.m.

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier.
- At vurdere virksomhedens kompetencer og ressourcer med fokus på disse effektivitet i værdiskabelsen
- At vurdere virksomhedens interne strategiske situation og evne til at levere merværdi.
- Finde, læse og anvende årsrapporten.
- 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 indgå i virksomhedens kompetencegrundlag
- Deltage i innovationsprocesser og anvende innovationsværktøjer både i produktinnovation og i organisationsinnovation

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At kunne vurdere virksomhedens forretningsmodel med fokus på hvorledes virksomheden skaber sin værdi,- det være sig fra organisatoriske, netværksmæssige, markedsføringsmæssige, teknologimæssige, økonomiske, innovative eller andre kernekompetencer
- At have tværorganisatorisk- og netværksperspektiv på skabelse af forretningsmodeller og - muligheder
- At tilgå forretningsmodeller og værdiskabelse med et innovativt mind-set og anvendelse af en innovativ værkstøjskasse
- At kunne vurdere virksomhedens økonomiske situation som en del af virksomhedens (samlede) interne strategiske situation

Obligatorisk uddannelseselement: Metode

Omfang: 10 ECTS

Indhold:
Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde, gennemføre og anvende analyseredskaber og økonomiske værktøjer til at udarbejde rapporter og formidle beslutningsgrund inden for salg, markedsføring, jura og økonomi.

Læringsmål:
Viden og forståelse
Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forståelse for og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder – herunder desk og field research.
- Viden om de forskellige økonomiske analyseværktøjer til vurdering af virksomhedens interne økonomiske situation
- Forståelse for anvendelsen af analyserne til benchmarking i forhold til virksomhedens eksterne miljø *(konkurrenter)*

- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger inden for teamsamarbejde
- Begreber og metoder til projektledelse og –styring
- Juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki

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 kunne bruge juridisk metode, informationssøgning samt retskilder til at understøtte desk research.
- At anvende både kvalitative og kvantitative metoder samt kombinationer af disse til at styrke kvaliteten af markedsanalysen (metodetriangulering)
- At kunne vurdere markedsanalysens kvalitet ud fra forskellige kvalitetskriterier inden for kvantitative og kvalitative analyser
- At anvende kvalitative analysemetoder, herunder kvalitative interviews og fokusgruppeinterviews
- At kunne præsentere de væsentligste konklusioner af kvalitativ dataanalyse
- At kunne 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, indtjeningsevne, 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 på virksomhedens regnskab, herunder analyse af dækningsbidrag og break even analyse
- Anvende digitale værktøjer til at formidle og præsentere økonomisk information
- At skabe struktur og rød tråd i projektarbejde og opgaveskrivning
- At definere et projekts formål og rammer samt arbejde velargumenteret med metode til opgaveløsning
- Anvende relevante værktøjer og modeller til projektledelse – herunder IT værktøjer
- At udarbejde en struktureret rapport med analyse og velargumenterede begrundelser samt overholdelse af formalia

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At anvende kvalitative og kvantitative markedsanalyser som et værdiskabende redskab for virksomheden
- At gennemføre og præsentere markedsanalyser for virksomheden med velbegrundet anvendelse af analyse- og præsentationsværktøjer
- At anvende statistisk bearbejdede markedsanalyser
- Vurdere, hvad der påvirker en virksomheds indtjening, herunder omsætning og omkostninger
- At påpege, hvor i virksomheden der kan være basis for forbedret indtjening
- At analysere og vurdere en virksomheds økonomiske udvikling. Samt angive årsager til udviklingstendenser

- At kende sig selv og forstå andres perspektiver samt viden om hvordan man med synergi for øje skaber resultater i samarbejde med andre
- At løse opgaver i samarbejde med andre med henblik på at skabe konkrete resultater
- At kunne planlægge, implementere og evaluere et projektforløb
- At forholde sig reflekteret til sig selv og andre
- At kunne udarbejde en professionel rapport ud fra givne rammer (formalia)

Obligatorisk uddannelseselement: Markedsforståelse

Omfang: 15 ECTS

Indhold:

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

- Brancheanalyser
- Konkurrentanalyser
- Købsadfærdsanalyser
- Trendanalyser
- Kulturanalyser
- Mikro- og makroøkonomiske forhold

På mikro- niveau får den studerende kompetence til at opnå forståelse for og sælge til den enkelte kunde.
I dette uddannelseselement indgår jura som en vigtig komponent i at forstå de reguleringer virksomheden vil møde på markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- 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
- Reglerne for erstatning og produktansvar
- Juridisk metode og informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki.
- 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
- Kulturteorier og -modeller
- Kulturelle værdier og kulturel adfærd, herunder kulturelle barrierer
- Trendanalyse
- Forsyningskæden

Færdigheder

- At vurdere virksomhedens parametermix i forhold til virksomhedens målgruppe/r – online og offline
- At opstille forslag til tilpasning af virksomhedens parametermix
- At vurdere parametermiksets profitabilitet
- At opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats

- At udarbejde markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At udarbejde en break even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
  grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
  - Aftaleret
  - Køberet, herunder
    - Risikoovergang
    - Levering
    - Misligholdelse i Forbrugerkøb
  - E-Handel
- At opstille markeds- og kommunikationsmål i forhold til den valgte målgruppe
- At udarbejde et brand positioning statement
- At analysere og vurdere medieplaner og kreative oplæg
- At vurdere betydningen af relevante værdier i en kulturel kontekst
- At anvende teoretiske og praktiske redskaber til planlægning og implementering af markedskommunikationsopgaver
- At optimere 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 Retail og net-handel, space management, sortimentsstyring, distribution

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At vurdere virksomhedens strategiske situation i forhold til markedet
  - Segmentere, udvælge målgruppe samt positionere virksomheden.
  - Udføre købsadfærdsanalyse
- At inddrage relevante mikro- og makroøkonomiske analyser i analysen af virksomhedens eksterne situation (PEST)
- At vurdere markedsformens betydning for virksomhedens positionering
- At anvende reglerne for beskyttelse af immaterielle rettigheder
- At anvende regler for indsamling og behandling af persondata
- At foretage komparative kulturanalyser
- At tilpasse organisationens verbale og non-verbale kommunikation til andre kulturer
- At udarbejde virksomhedens salgsplanlægning
- At organisere, implementere og følge op på salgstiltag
- At forhandle med faglig og personlig gennemslagskraft
- At inddrage trendanalyser i virksomhedens strategiske arbejde

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring BtC

Omfang: 20 ECTS

Indhold:
Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde og gennemføre en markedsføringskampagne på B-t-C 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
- Købsadfærd på B-t-C markedet
- Virksomhedens markedskommunikation og marketingmål
- 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 af et produkt
- Reglerne markedsføring herunder e-handel
- Reglerne for indsamling og behandling af persondata i relation til kunderne
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse fortolkning og ugyldighed
- Forbrugeraftalelovens regler om forbrugerkøb, herunder regler for fortrydelsesret
- Produktansvarsloven samt det i retspraksisudviklede produktansvar
- Markedskommunikationens betydning for det samlede marketingmix
- Forskellige medieplatforme/genre – offline og online
- International markedskommunikation og kulturens betydning herfor
- Digitaliseringens betydning for virksomhedens og dens omverden
- Effektmålinger
- Viden om Retail/net-handel, 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
- At vurdere parametermiksets profitabilitet
- At opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- At udarbejde markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At udarbejde en break even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger grundlæggende budgetkontrol

- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
    - Aftaleret
    - Køberet, herunder
        - Risikoovergang
        - Levering
        - Misligholdelse i Forbrugerkøb
    - E-Handel
- At opstille markeds- og kommunikationsmål i forhold til den valgte målgruppe
- At udarbejde et brand positioning statement
- At analysere og vurdere medieplaner og kreative oplæg
- At vurdere betydningen af relevante værdier i en kulturel kontekst
- At anvende teoretiske og praktiske redskaber til planlægning og implementering af markedskommunikationsopgaver
- At optimere 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 Retail og net-handel, space management, sortimentsstyring, distribution

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At udføre markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- At gennemføre en markedsføringskampagne – online såvel som offline.
- At deltage i udarbejdelsen af budgetter som et led i virksomhedens økonomiske styring samt at kunne opstille plan for budgetkontrol
- At vurdere markedsføringsplanens likviditetspåvirkning
- At vurdere markedsføringsplanens følsomhed
- At deltage i virksomhedens prisfastsættelse af et produkt
- At deltage i udarbejdelsen af virksomhedens markedskommunikationsplaner online og offline
- At indgå i virksomhedens arbejde med forskellige samarbejdspartner, såsom reklame- og mediebureauer
- At anvende opdaterede teknikker og redskaber til at designe virksomhedens interne og eksterne kommunikation
- At optimere organisationens promotion mix i forhold til promotion ressourcer
- At styrke virksomhedens brand
- Styring af virksomhedens sortiment og distributionsformer.
- At afgøre hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring BtB

Omfang: 10 ECTS

Indhold:
Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde og gennemføre en markedsføringskampagne på B-t-B markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Virksomhedens parametermix, både service og produktionsvirksomheder
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Salgsstrategier B-t-B – online og offline
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Købsadfærd på B-t-B markedet
- 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
- Viden om relationstyper og SCM samarbejde
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fortolkning og ugyldighed
- Reglerne for handelskøb
- Virksomhedsformer

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens parametermix i forhold til virksomhedens målgruppe/r
- At opstille forslag til tilpasning af virksomhedens parametermix
- At vurdere parametermiksets profitabilitet
- At opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- At gennemføre et salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- At anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- At udarbejde markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At udarbejde en break even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- At grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- At analysere og vurdere virksomhedens relationstyper samt SCM samarbejde ud fra styrker og svagheder

- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
  - Aftaleret
  - Køberet, herunder
    - Risikoovergang
    - Levering
    - Misligeholdelse i Handelskøb samt forbrugerkøb
  - E-HANDEL
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- At udføre markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden – herunder: gennemføre organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- At deltage i udarbejdelsen af budgetter som et led i virksomhedens økonomiske styring samt at kunne opstille plan for budgetkontrol
- At vurdere markedsføringsplanens likviditetspåvirkning
- At vurdere markedsføringsplanens følsomhed
- At deltage i virksomhedens prisfastsættelse af et produkt
- At anvende og optimere virksomhedens logistiske effektivitet ift. Relations-typer og SCM samarbejde
- At afgøre hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister

Obligatorisk uddannelseselement: Internationalisering

Omfang: 10 ECTS

Indhold:
Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering, og deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationale marketingstrategi og vækststrategi

Læringsmål:
Viden og forståelse
Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige vækststrategier
- Internationaliseringsteorier, modeller og strategier, samt etableringsformer
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende det obligatoriske uddannelseselements emner
- Sammenhæng mellem vækst og investering
- Investeringsteori og metoder
- Finansierings muligheder herunder egenkapital såvel som fremmedkapital
- Prisfastsættelse på flere markeder
- 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 vækst.
- At opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- 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.
- Beskrivelse og analyse af de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- At analysere og vurdere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- At vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i internationalt samarbejde med udviklingen af virksomhedens internationale vækst- og markedsføringsstrategier
- At gennemføre relevante analyser i forbindelse med virksomhedens internationalisering
- At inddrage en investeringsanalyse i internationale vækststrategi samt at vurdere kapitalgrundlaget for strategien
- At deltage i virksomhedens arbejde med internationalisering ved at inddrage relevante makroøkonomiske analyser og forhold

2.4 Praktik

Praktik
Indhold I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger inden for uddannelsens kerneområder og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken knyttet til en eller flere virksomheder. Praktikforløbet kan tilrettelægges fleksibelt og differentieret og kan danne grundlag for den studerendes afsluttede afsluttende eksamensprojekt.
Omfang: 15 ECTS
Læringsmål: **Viden** Den studerende skal have:

- Detailkendskab til virksomhedens produkter og arbejdsgange inkl. viden om anvendt teori og metode
- Erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:
- Anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt
- Vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse
- Kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:
- Forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis
- I en struktureret sammenhæng tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet
- Forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis

Udprøvning:
1 prøve:

2.5 Krav til det afsluttende projekt

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

Det afsluttende eksamensprojekt

Indhold:
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. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.

Omfang: 15 ECTS

Læringsmål:
Viden
Den uddannede har viden om:
- Virksomhedens strategiske og økonomiske grundlag
- Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold
- Salgets gennemførelse
- Erhvervsjuridiske forhold, herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan:

- Foretage en international markedsvurdering
- Vurdere problemstillinger og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsmæssige emner
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk
- På et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsføringsmæssige problemstillinger
  Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold
- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger

Kompetencer
Den uddannede kan:

- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering
- Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring
- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf
- Tilegne sig nye færdigheder og ny viden inden for erhvervet
- Analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder og
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk og engelsk skriftligt og mundtligt

Udprøvning:
1 prøve

3. MERIT OG REGLER FOR UDDANNELSEN

3.1 Merit og studieskift

Bestående 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 bagrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele 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.

INSTITUTIONSDEL

4. Eksaminer

Alle regler om eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 1519 af 16/12/2013 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).
Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

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

Alle prøver skal aflægges i den førstkommende eksamenstermin efter undervisningens afslutning. Den studerende er automatisk tilmeldt eksamen.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen.

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

4.1 Afmelding

Den studerende kan ikke framelde sig eksamen.

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en eksamen på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)eksamen snarest muligt.

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

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

4.2 Hjælpemidler til eksamen

I forbindelse med skriftlige eksaminer, må den studerende anvende bøger og materialer udleveret i undervisningen, egne noter, supplerende materialer, intranet, internet, usb-pen el. lign. med dokumenter med mindre andet udtrykkeligt fremgår af eksamensopgaven/vejledningen.

Den studerende har ikke adgang til at medbringe eller anvende nedenstående hjælpemidler:

- Bluetooth
- Mobiltelefon
- Øvrigt datakommunikationsudstyr, der gør, at man kan kommunikere med andre

Såfremt den studerende under eksamen gør ulovlig brug af ovenstående udstyr medfører det øjeblikkelig bortvisning fra eksamen.

Det er ikke tilladt for studerende under eksamen at dele hjælpemidler eller låne til medstuderende.

Studerende må ikke på nogen måde kommunikere med hinanden efter prøvens start.

Forsøger studerende at sætte sig i forbindelse med en anden eksaminand eller anvende ikke tilladte hjælpemidler, vil den studerende øjeblikkeligt blive bortvist fra eksamen.

4.3 Det anvendte sprog ved eksamen

Eksamen skal aflægges på forståeligt dansk/norsk/svensk eller engelsk (afhængig af om det er i en engelsk eller dansk udgave af studieordningen).

4.4 Deltagelsespligt

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der deltagelsespligt:

- aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og
- mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse i det af Erhvervsakademiet udmeldte tidsrum, som i undervisningsperioder vil være 4 dage om ugen fra kl. 8-14.

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

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en eksamen, ligestilles den manglende opfyldelse med udeblivelse fra eksamen, og den studerende har brugt et eksamensforsøg. Indstilling til ny eksamen forudsætter opfyldelse af den oprindelige deltagelsespligt.
Det fremgår af beskrivelsen af de enkelte eksamener, om der er obligatoriske aktiviteter, som forudsætningskrav for eksamen.

4.5 Oversigt over eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre.

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
	Intern/eksten	Fælles/in-stitutions-specifik				
Eksamen i forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse (1. interne eksamen)	Intern	Fælles	Juni Eller Januar Skriftlig/ mundtlig			
Eksamen i Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Alt. Decembe r/Januar Skriftlig og digital		
Eksamen i Internationa-lisering	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skriftlig	
Eksamen i valgfrit uddannelseseleme nt 1 (3. interne eksamen)	Intern	Institituti-onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i valgfrit uddannelseseleme nt 3 (4. interne eksamen)	Intern	Institituti-onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)	Intern	Fælles				Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Juni alt. Januar Skriftlig og mundtlig

Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)

Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en skriftlig intern prøve. Den studerende skal i en individuel skriftlig rapport på max. 12.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag dokumentere:

Eksamen evaluerer:

- Den studerendes refleksion over og opnåelse af de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet, som er opstillet i praktikaftalen.
- Den studerendes perspektivering af virksomhedspraktikken i forhold til det afsluttende projekt.

Eksamen vurderes som bestået/ikke bestået på baggrund af praktikrapporten. Praktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen
Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af IBAs intranet.

Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal som hovedregel tage udgangspunkt i praktikopholdet.
Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab.
Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:
v. 1. studerende: 100.000 anslag
v. 2 studerende: 150.000 anslag
v. 3 studerende: 200.000 anslag
Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.
Det afsluttende projekt er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets intranet.
Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.
Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3. Der oplyses ikke delkarakterer. Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet.
Studerende med andet modersmål end dansk/engelsk kan søge om dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringsevne indgår i bedømmelsen Ansøgningen sendes til uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

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

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

4.6 Eksamen i valgfri uddannelseselementer

Eksamen i valgfag (3. interne eksamen): STATISTIK
Eksamen i det ene valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.
Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler jfr. afsnit 10 er tilladt.
Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen
Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

Eksamen i valgfag (4. interne eksamen): DRIFTSØKONOMI
Eksamen i det andet valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.
Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.
Alle hjælpemidler jfr. afsnit 10 er tilladt.
Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen
Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.
Formatet for prøver i øvrige valgfag fremgår af studieordningens institutionsdel.

4.7 Indstilling til eksamen
Deltagelse i prøverne på studiet forudsætter, at den studerende har opfyldt sin deltagelsespligt. De obligatoriske aktiviteter fremgår af IBAs intranet.
For at kunne indstille sig til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder fx, at for at kunne indstille sig til eksamener på 3. semester skal man have bestået alle eksamener på 2. semester. Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

5.0 Valgfri uddannelseselementer

Eksamen i valgfrit element dækker 20 ECTS. Derfor vil 2 valgfrie uddannelseselementer på 10 ECTS blive vejet sammen til en karakter. Der opgives således to karakterer for valgfrit elementer på eksamensbeviset.

Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen:

Statistik
Omfang: 5 ECTS
Indhold: • Sandsynlighedsregning • Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger • Regressionsanalyse • Variansanalyse
Læringsmål: *Viden* Den studerende skal have viden om: • Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning. • Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger. • Skalering.

- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:
- At beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.
- At foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- At opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:
- Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling
- At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger
- At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger

Driftsøkonomi

Omfang: 5 ECTS

Indhold:
- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat
- Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

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

- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:
- Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
-
- Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostnings-fordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes.
-
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP)
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs-og omsætningsaktiver
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder.

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

Salg

5 ECTS

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

- udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller indenfor salg og salgskommunikation
- praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til, hvilke personlige egenskaber, der er vigtige i salgsarbejdet
- praksis omkring, hvordan personlighed og kommunikationsform kan påvirke kunderne

- effektiv after sales service og behandling af kundereklamationer
- praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold forskellige former for organisering af salgsindsatsen
- central teori om forskellige former for motivation og aflønning som væsentlige omdrejnings-punkter i salgseffektivitet

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmodeller til samarbejdspartnere og interessenter
- anvende centrale metoder og værktøjer til at opstille relevante mål for et salgsbesøg og følge op disse
- anvende centrale værktøjer og metoder til at frembringe relevant viden om kunder og konkurrenter
- udvælge og anvende egnede åbninger og afslutninger på en salgssituation
- anvende centrale metoder og værktøjer til at skabe kontakt og booke et møde
- anvende centrale metoder og værktøjer til at strukturere og efterfølgende gennemføre en salgssituation/et salgsmøde
- anvende strukturerede spørgeteknikker til afdækning af værdiskabende forhold for kunden og til opnåelse af accept på disse behov fra kunden
- anvende teknikker til planlægning og strukturering af egen tid
- arbejde systematisk med i praksis at opstille og følge op på salgsmål
- arbejde systematisk med i praksis at afdække og analysere værdiskabende forhold for kunden

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- deltage i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser
- med en professionel tilgang kunne håndtere planlægningsfunktioner i relation til praksis inden for international handel og markedsføring samt salgspsykologi
- håndtere og vurdere markedsføringsmæssige og salgsmæssige problemstillinger og på denne baggrund kunne give og implementere løsningsforslag
- håndtere valg af kundeemner og bedømme potentialet i disse
- håndtere konfliktsituationer og reklamationer
- håndtere udarbejdelse af en kundeplan og strukturere salgsindsatsen
- håndtere afdækning af kundens værdikæde og analysere nøglen til kundens konkurrencekraft.

Innovation

Omfang: 5 ECTS

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- Innovationsbegrebets mangfoldighed
- Sammenhængen mellem innovation og virksomheders konkurrenceevne
- Omverdenens indflydelse på virksomhedernes behov for at være innovative
- Intrapreneurship og entrepreneurship
- Netværksinnovation
- Brugerdreven innovation
- Innovationsmodeller (DIN-modellen, Stage gate og Seven Circles)
- Tilgange og metoder til skabelse, udvikling og vurdering af ideer
- Begreber om og metoder i innovationsprocessen
- Udarbejdelsen af forretningsplaner
- Betydningen af samarbejde, netværk og partnerskaber i innovationsprocessen

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Vurdere innovationsbehovet i virksomheden
- Anvende forskellige innovationsmodeller
- Kunne arbejde med idégenerering, prioritering af idéer og implementering af idéer
- Kunne arbejde systematisk med innovation i forskellige virksomhedstyper
- Kunne arbejde med hele innovationsprocessen ud fra en økonomisk betragtning
- Kunne udarbejde forretningsplaner for nye idéer

•

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Kunne håndtere innovationsprocessen for virksomheden
- Kunne vurdere potentiale, relevans og rentabilitet for en given innovation
- Deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på innovationsprocessen
- Kunne arbejde tværfaglige teams, netværk og partnerskaber

5.1 Fag og placering

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer beskrevet i afsnit 2. Herudover udbyder institutionens valgfrie uddannelseselementer, som beskrevet nedenfor. Oprettelse af et valgfag er betinget af et tilstrækkeligt antal tilmeldte studerende.

Valgfag på Markedsføringsøkonom

Fag	Handler om	ECTS	Placering
Innovation		5	3. semester
Entrepreneuship		5	3. semester
Salg		5	3. semester
Digital markedsføring		5	3. semester

5.2 Prøver i valgfri uddannelseselementer

De valgfri uddannelseselementer udprøves efter hvert semester og prøveformen (undtagen for statistik og økonomi) vil være en skriftlig grupperapport med efterfølgende mundtlig eksamination. Der vægtes 50/50 mellem de to eksamensformer. Nærmere krav til opgaven og bedømmelseskriterier fremgår af fagbeskrivelsen som udleveres ved fagets start.
Statistik og økonomi udprøves ved en skriftlig 3-timers prøve på 3. semester.

5.3 Uddannelseselementer som kan gennemføres i udlandet

Som udgangspunkt kan et semester (30 ECTS) tages på et af IBA godkendt forløb. Det anbefales at gøre dette på 3. semester.

Praktikken på 4. semester (15 ECTS) kan også gennemføres i udlandet. Dette forløb skal også godkendes af IBA.

6.0 Praktikkens gennemførelse

6.1 Krav til de involverede parter

6.1.1 Ansvar- og opgavefordeling i forbindelse med praktik er som følger:

En skriftlig aftale underskrevet af den studerende, praktikstedet og vejlederen danner grundlag for praktikkens gennemførelse.

6.1.2 Den studerende

Det er den studerendes eget ansvar at gennemføre processen frem til underskrivelse af praktikaftale med iværksætter-/virksomhedsmiljø eller virksomhed. Den studerende støttes i denne proces af akademiet på en række forskellige måder, som det fremgår af nedenstående.

Den studerende har under praktikken selv ansvar for at bidrage til, at læringsmålene nås. Ved misforhold under praktikken er det den studerendes ansvar at orientere udbuddet om dette, så der kan arbejdes på at finde en løsning.

6.1.3 Praktikvejleder

Praktikvejlederen har til ansvar at introducere praktikken. Ligeledes har vejlederen også ansvar for at indsamle og godkende, at praktik i egen virksomhed – og praktik-aftalerne i deres udformning lægger op til en praktikperiode, hvorigennem læringsmålene kan nås. Studerende, der får den alternativ praktik godkendt vil få tildelt en praktikvejleder som vejleder den studerende gennem hele praktikprocessen bl.a. i forbindelse med det faglige indhold af praktikken samt om opstilling af læringsmål.

6.1.4 Karrierecentret

Karrierecentret hjælper og støtter de studerende, der ikke gennemfører praktik i egen virksomhed gennem fx afholdelse af kurser i at skrive ansøgninger og CV. Karrierecenteret koordinere udarbejdelse af praktikkontrakter og sikrer at disse godkendes af alle involverede parter.1

6.1.5 Praktikstedet

Der er krav til de virksomheder, der indgår en praktikaftale. Kravene til virksomheder omfatter vejledningsforhold og arbejdsopgavernes natur og praktikopholdet i en virksomhed vil følge erhvervsakademiets praktikkoncept med hensyn til opfølgning og evaluering.

7.0 Obligatoriske opgaver og projekter

På uddannelsen er der en række obligatoriske opgaver i form af projekter, individuelle eller gruppebaserede afleveringer, case fremlæggelser, konkurrencer m.v., der skal godkendes for at kunne indstille sig til eksamen i slutningen semestrene. Se efterfølgende oversigt. Der er til alle projekter udarbejdet retningslinjer samt konsekvenserne af, ikke at få dem godkendt. For at blive indstillet til eksamen på et semester skal alle obligatoriske opgaver i øvrigt være afleveret og godkendt:

Projekt 1 og 2
Metodeprojekter hvor den studerende skal lære metodisk tilgang til at strukturere og løse en praktisk problemstilling. De studerende afleverer, i grupper, deres forslag til en struktureret løsning af den stillede opgave.
Matematik cafe
Den studerende skal tilegne sig/opgradere deres matematik ved deltagelse på en række workshops og lektiedage.
Intern test
Den studerende afprøves i 1 semester stof i en eksamensform der afspejler 1 eksterne eksamen efter 1. semester.
Projekt 3
Projekt der omhandler virksomheders udfordringer ved internationalisering. De studerende udarbejder en rapport til virksomheden.
Projekt 4
I forbindelse med studietursuge afvikles projekt/opgave på studieturen eller på skolen; studerende der ikke er på studietur skal deltage i projektet på skolen.
Prøveeksamen 1. eksterne
Den studerende prøver både den digitale test og case opgaven, som bedømmes og der gives karakter og feed back. Det er ikke et krav at den studerende består prøveeksamen for at gå til den ordinære eksamen.

Projekt 5
Innovationsprojekt, hvor den studerende med udgangspunkt i en virksomhedspræsentation skal anbefale en række innovative tiltag. De studerende afleverer en grupperapport til virksomheden.
Projekt 6
Skal binde marketingplanen og marketingbudgettet sammen. De studerende skal i grupper opstille en marketingplan – budget ved en introduktion eller relancering af et produkt.
Prøveeksamen 2. interne
Den studerende skal prøve eksamensformen for 2. interne, og får karakter/feed back på opgaven. Det er ikke et krav at den studerende består prøveeksamen for at gå til den ordinære eksamen.
Der vil på hvert semester i øvrigt være en række obligatoriske tilknyttet de enkelte fag. Disse er tilgængelige og oplyst ved semesterstart.

8.0 Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om tilladelse til at få ekstra eksaminationstid m.v. Ansøgning skal indgives til udannelsen senest 4 uger før eksamen afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opstående helbredsmæssige problemer.
Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige prøveformer:

- Eksterne prøver. Disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikkede censorer.
- Interne prøver i obligatoriske uddannelseselementer. Disse er landsdækkende. Bedømme af en eller flere undervisere eller branchefolk.
- Interne prøver i valgfag. Disse er institutionsspecifikke. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk.

Alle prøver aflægges i den førstkommende eksamenstermin efter undervisningens afslutning. De studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen. Alle prøver skal besås. Beståede prøver kan ikke tages om.
Såfremt en rettidig afmelding ikke foreligger, betragtes eksamens, med hensyn til antallet af eksamensforsøg, som påbegyndt. [En eksamen kan rettidigt afmeldes 2 uger før eksamen påbegyndes eller eksamensopgave/eksamens projekt afleveres.

9.0 Syge- og omprøver

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en eksamen på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for aflægge (syge)eksamen snarest muligt. Sygdom skal dokumenteres ved lægeattest. Institutionen skal senest have modtaget lægeattest to hverdage efter prøvens afholdelse. Den studerende skal selv afholde udgiften til lægeattest. Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et eksamensforsøg.
Kan de obligatoriske opgaver ikke godkendes, skal den studerende udarbejde en erstatningsopgave. Erstatningsopgaven tæller som et eksamensforsøg og den studerende kan deltage i re-eksamen i den samme eksamenstermin. Udebliver en studerende fra eksamen uden gyldig grund (sygdom etc.), har den studerende ikke ret til reeksamen i samme termin. Uddannelsesinstitutionen kan dispensere for dette.

10.0 Hjælpemidler til eksamen

I forbindelse med skriftlige eksaminer og prøver, må den studerende anvende bøger og materialer udleveres i undervisningen, egne noter, supplerende materialer, intranet (Black

Board), usb-pen eller lignende med dokumenter. Den studerende har ikke adgang til at medbringe eller anvende hjælpemidler der muliggør dialog og kommunikation med andre fx bluetooth, mobiltelefon samt øvrigt kommunikationsudstyr med mindre andet udtrykkeligt fremgår af eksamensopgaven/vejledningen.

11.0 Eksamenssnyd

11.1 Forstyrrende adfærd og snyd til eksamen

Det vil blive betragtet som eksamenssnyd hvis eksaminanden i forbindelse med eksamen
Modtager "ikke tilladt" hjælp
Hjælper en anden eksaminand med besvarelsen
Gør brug af ikke "tilladte hjælpemidler"
Når en eksamensbesvarelse afleveres, skal eksaminanden ved underskrift bekræfte at besvarelsen er udarbejdet uden hjælp af nogen art Underskriften kan være digital.

11.2 Plagiat

Plagiat betragtes som snyd hvis det findes i det afleverede materiale. Nedenstående situationer er at betragte som plagiat:
Skrevet materiale som tidligere er afleveret til bedømmelse, f.eks. materiale som indgår i et bachelorprojekt, i obligatoriske opgaver eller i andre eksamensbesvarelser
Skrevet materiale som skal bruges til eller har været brugt i forbindelse med mundtlig eksamen.

11.3 Hvornår betragtes en aflevering som plagiat?

En aflevering vil eller dele af denne betragtes som plagiat når en studereende forsøger at give et indtryk af at en idé, en tekst, et layout, etc. Er udarbejdet af den studerende selv uden at dette er tilfældet. Det betragtes som plagiat hvis en opgave eller en besvarelse helt eller delvist er produceret af den studerende hvis:
Indeholder identisk eller næsten identisk gentagelse af andres arbejde uden at dette klart fremgår ved f.eks. brug af anførselstegn, skråskrift, samt en klar indikation af hvorfra teksten er taget (litteratur referencer inklusive side nr. eller lignende).
Indeholder væsentlige afsnit hvor ordvalget er tæt på andre udgivelser (uden reference) således at det er åbenbart at det ikke er skrevet af den studerende.
Indeholder ord eller sætninger fra andre uden reference
Genbruge tekst eller idéer fra andre opgaver som den studerende har udarbejdet uden reference.

11.4 Forstyrrende adfærd under prøver og eksamen

IBA har myndighed til at bortvise en eksaminand fra eksamen, hvis denne udviser forstyrrende adfærd, f.eks. hvis den studerende optræder støjende eller på anden måde bryder IBAs adfærdsregler i forbindelse med en eksamen. Ved mindre alvorlige episode giver IBA først en advarsel. Eksamensvagterne rapporterer episode til den pågældende uddannelseschef. Rapportering skal finde sted umiddelbart efter episoden har fundet sted. Der skal foreligge en skriftlig beskrivelse af episoden. Beskrivelsen skal indeholde en identifikation af den pågældende eksaminand samt en beskrivelse af hændelsesforløbet. Evt. dokumentation skal vedlægges som bilag. Hvis der er tale om en gentagelse skal dette nævnes I rapporten. Vedr. sanktioner for forseelsen henvises der til afsnit 6.5.5. og 6.5.6.

11.5 Procedurer og sanktioner for eksamenssnyd og forstyrrende adfærd

Hvem kan rapportere om eksamenssnyd?

Alle som har en mistanke om der foregår eksamenssnyd er forpligtigede til at undersøge om der foregår snyd og mistanken ikke kan afvises at rapportere det til uddannelseschefen.

Reporting

Hvis mistanken om eksamenssnyd er bestyrket eller bekræftet så har eksaminator eller censor pligt til at rapportere dette skriftligt til uddannelseschefen. På samme tidspunkt skal eksaminanden informeres om at episoden er rapporteret som eksamenssnyd til IBA. Hvis opgaven ikke er bedømt på rapporteringstidspunktet skal opgaven ikke bedømmes og dette skal klart stå på karakterbladet.

Uddannelseschefen

Når uddannelseschefen modtager rapportering om eksamenssnyd til en eksamen skal uddannelseschefen vurdere om rapporten skal afvises eller om rapporten skal tages til efterretning og episoden skal behandles..

Hvis der besluttes at sagsbehandlingen skal fortsætte er uddannelseschefen ansvarlig for at indsamle materiale og dokumentation som kan belyse episoden, samt at invitere eksaminanden til et møde hvor eksaminanden har mulighed for at forklare og kommentere på rapporten.

Eksaminanden skal modtage en kopi af rapporten sammen mødeindkaldelsen.

Mødeindkaldelsen skal informere om formålet med mødet og at oplyse at den studerende har mulighed for at medbringe en bisidder til mødet. Bisidderen har lov til at rådgive eksaminanden ved mødet; men må ikke deltage i dialogen. Hvis det ikke er muligt at arrangere et personligt møde kan kommunikationen foregå skriftligt.

Hvis uddannelseschefen beslutter ikke at forfølge sagen vil opgaven blive vurderet og karakteren vil blive gibet efter de sædvanlige regler for karaktergivning.

11.6 Sanktioner

På baggrund af rapporten og mødet om der er tale om eksamenssnyd eller ej.

Uddannelseschefen skal også beslutte hvilken sanktion eller straf eksaminanden skal have.

Uddannelseschefen kan kun beslutte sig for straf hvis det er hævet over enhver tvivl om at der foregået eksamenssnyd.

Såfremt der er tale om at bortvisning fra IBA skal sagen forelægges uddannelsesdirektøren som tager den endelige beslutning. I alle andre tilfælde er det uddannelseschefen der beslutter hvilke sanktioner der skal iværksættes.

Den studerende informeres om afgørelse. Der sendes en kopi af afgørelsen til den person som rapporterede hændelsen, til studievejlederen og der lægges en kopi i den studerendes sagsarkiv.

11.7 Typer af sanktioner

Hvis eksamenssnyd er bevist kan en af fælgende sanktioner bruges:

Advarsel

Skriftlig eller mundlig advarsel for at bryde IBA's regler.

Udelukkelse fra eksamen Eksamensforsøget bliver registreret ej fremmødt. Eksamensforsøget tæller som et forsøg

Annullering af rapporten eller opgaven Annulleringen vedrører den opgave hvor eksamenssnyd er opdaget. Annullering kan gennemføres selv om der er givet karakter for opgaven og det vil blive noteret at den studerende ikke har bestået opgaven. Gentagelse ved et nyt eksamensforsøg betyder at den studerende udelukkes fra uddannelsen.

Permanent eller tidsbestemt udelukkelse fra uddannelsen

Hvis der er tale om alvorlige tilfælde eller om gentagende tilfælde af eksamenssnyd vil den studerende blive bortvist fra uddannelsen og IBA permanent eller ui en tidsbegrænset periode. Permanent udelukkelse betyder at den studerende bliver borvist fra alle aktiviteter hos IBA, herunder undervisning og eksamen. Bortvisning i en tidsbegrænset periode betyder a at den studerende bliver borvist fra alle aktiviteter hos IBA, herunder undervisning og eksamen i en fastsat periode. Efter periodens ophør vil den studerende automatisk indtræde i uddannelsen igen. Den midlertidige bortvisning vil blive noteret i den studerendes sagsakter.

Såfremt episoden er et brud med dansk lovgivning vil den udover IBA's sanktioner blive meldt til politiet.

11.8 Klageadgang

Klager over forhold ved prøver indgives individuelt af den studerende til IBA (uddannelseschefen/-lederen). Ud over BEK nr. 1519 af 16/12/2013 findes reglerne om klageadgang på Censorformandskabets sekretariat. Klagen skal være skriftlig og begrundet. Klagen indgives senest 2 uger efter, at bedømmelsen af prøven er bekendtgjort på sædvanlig måde.
Til brug for klagesagen skal den studerende have udleveret en kopi af den stillede opgave og ved prøver med skriftlig besvarelse tillige kopi af egen opgavebesvarelse
Den studerende kan fortsætte uddannelsen under klagesagens behandling bortset fra, hvor andet er fastsat i bekendtgørelse eller i henhold til bekendtgørelse.
Klagen kan vedrøre
Eksaminationsgrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende, samt dets forhold til uddannelsens mål og krav,
Prøveforløbet eller
Bedømmelsen.
Uddannelsens daglige leder forelægger straks klagen for de oprindelige bedømmere, der har en frist på normalt 2 uger til at afgive en udtalelse. Bedømmerne skal udtale sig om de faglige spørgsmål i klagen. Klageren skal have lejlighed til at kommentere udtalelserne inden for en frist af normalt 1 uge.
Uddannelsesdirektøren afgør efter indstilling fra uddannelseschef/-leder afgør klagen på grundlag af bedømmernes faglige udtalelse og klagerens kommentarer til udtalelsen.
Afgørelsen, der skal være skriftlig og begrundet, kan gå ud på
1) en ny bedømmelse (ombedømmelse), dog ikke ved mundtlige prøver,
2) tilbud om ny prøve (omprøve) eller
3) at klageren ikke får medhold i klagen.
Kun når bedømmerne er enige om det, kan skolens afgørelse gå ud på, at klageren ikke får medhold.
IBA skal straks give klageren og bedømmerne meddelelse om afgørelsen.
Til omprøve og ombedømmelse udpeges nye bedømmere. Ombedømmelse eller omprøve skal finde sted snarest muligt. Omprøve og ombedømmelse kan resultere i en lavere karakter.
Accepteres tilbud om omprøve som resultat af klagen, og bevis er udstedt, skal skolen inddrage beviset indtil bedømmelsen foreligger og eventuelt udstede et nyt.

11.8.1 Anke af afgørelse i de videregående uddannelser

IBA's afgørelse vedrørende faglige spørgsmål kan af klageren indbringes for et af skolen nedsat ankenævn, der træffer afgørelse. Klageren indgiver anken til IBA. Anken skal være skriftlig og begrundet. Anken skal indgives senest 2 uger efter, at klageren er gjort bekendt med skolens afgørelse.
IBA nedsætter et ankenævn hurtigst muligt efter indgivelse af en anke. Nævnet består af to beskikkede censorer, en eksaminationsberettiget lærer og en studerende inden for fagområdet.
Censorformanden fra censorsekretariatet udpeger de to censorer. Censorformanden udpeger en af censorerne som formand for nævnet. Censorformanden kan udpege sig selv som censor eller som formand.
IBA udpeger den eksaminationsberettigede lærer og den studerende.
For at ankenævnet kan være beslutningsdygtigt, skal alle nævnets medlemmer deltage i nævnets drøftelse og alle sagens akter være fremsendt til alle medlemmer. Drøftelsen kan

foregå skriftligt, herunder elektronisk, hvis der er enighed blandt nævnets medlemmer om skriftlig behandling. Kan der ikke opnås enighed i ankenævnet, afsluttes drøftelsen ved et møde, hvor alle nævnets medlemmer skal være til stede. Afsluttes drøftelsen med afstemning, og der er stemmelighed, er formandens stemme udslagsgivende.
Ankenævnets afgørelse, der skal være skriftlig og begrundet, kan gå ud på
1) en ombedømmelse ved nye bedømmere,
2) tilbud om omprøve ved nye bedømmere eller,
3) at klageren ikke får medhold i anken.
Ankenævnets afgørelse meddeles IBA snarest muligt og ved vintereksamen senest 2 måneder og ved sommereksamen senest 3 måneder efter, at anken er indgivet til institutionen. Kan anken ikke behandles inden for denne frist, skal IBA hurtigst muligt underrette klageren herom med angivelse af begrundelsen herfor og oplysning om, hvornår anken forventes færdigbehandlet. IBA giver hurtigst muligt klageren meddelelse om og bedømmerne kopi af afgørelsen.

Der udbydes studieture på 2. semester (i 2015 til Kina og UK) som inddrager læringsmål særligt fra uddannelsens 2. semester.
Uddannelsen er opbygget, så det er muligt for en studerende at læse et semester på uddannelsen i udlandet. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne gennemføres i udlandet.
Den studerende kan efter uddannelsens godkendelse af en ansøgt forhåndsmerit gennemføre hvert enkelt uddannelseselement i udlandet.
Ved forhåndsgodkendelse af studieophold 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.

12. ANVENDTE UNDERVISNINGSFORMER

På Erhvervsakademi Kolding, skelner vi mellem fagligt orienteret undervisning og tværfagligt orienteret undervisning.
Undervisningsformen veksler derfor mellem klasseundervisning, gæsteforelæsninger, gruppeøvelser og tværfagligt projektarbejde.
De fagligt orienterede forløb baserer sig på undervisningsforløb med fast pensum og løbende opgaver, der løses under forløbet.
De tværfagligt orienterede forløb baserer sig på en problem- og projektorienteret undervisningsform.
Uddannelsen og undervisningsformen er naturligvis præget af at være på et videregående niveau, hvor der stilles krav til engagement og studieaktivitet.

Tværfaglighed i uddannelsen

Tværfaglighed handler om sammenhæng mellem de 4 obligatoriske områder og faglig progression mellem de forskellige semestre og emner.
Denne tværfaglighed sikres ved:

- undervisernes indbyrdes planlægning af undervisningen.
- den enkelte undervisers inddragelse af relevante berøringsflader fra de andre emneområder i dennes undervisning.
- udbydelse af tværfaglige projekter af varierende størrelse og varighed.
- gruppeopgaver, der gives og løses i forbindelse med undervisningen i de enkelte fag.
- gruppeopgaver, der gives og løses i forbindelse med undervisningen på tværs af de enkelte fag.

- studierelevante aktiviteter, der inddrager nøglepunkter fra uddannelsens formål og studiemæssige indhold jf. bekendtgørelse og studieordning.

Projektorienteret undervisning

I den projektorganiserede arbejdsform får den studerende vigtige erfaringer med problemer ved gruppesamarbejde og løsninger herpå. Derfor er proces og metode til stadighed en del af vurderingsgrundlaget ved prøver og eksamen.

I tilrettelægningen af undervisningen tilstræbes afvekslende undervisningsformer, herunder vekselvirkning mellem teori og praksis. Lærerteamet prioriterer aktualitet og relevans i studiet, såvel fagligt som pædagogisk. Gennem gruppevejledning og individuelle vejledningssamtaler støttes den enkelte i sin fag- lige og personlige udvikling.

Ny og opdateret viden

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

Endvidere tilbydes workshops som kan medvirke til at fremme den enkeltes læring: Matematik, design, digitalmarkedsføring, regneark.

13. RETNINGSLINJER FOR DIFFERENTIERET UNDERVISNING I UDDANNELSESFORLØBET

Der afholdes ikke differentieret undervisning i forløbet. Evt. hensyntagen til handicap og lignede vil find sted i forbindelse med prøver og obligatoriske opgaver.

14. MERIT

Meritoverførsel

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

Institutionen kan godkende, at bestående 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".

Meritstuderende

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

15. STUDIEAKTIVITET

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 (obligatoriske aktiviteter) være godkendt.

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

De obligatoriske aktiviteter betragtes ikke som prøve eller eksamen, men som en del af læringsprocessen, der skal dokumentere, at den studerende er studieaktiv.
Aktiviteter med deltagelsespligt:
Forudsætning for 1. eksterne eksamen:
Projekt 1, projekt 2, projekt 3, projekt 4 1. semester test, prøveeksamen 1. eksterne
Forudsætningskrav i øvrigt for 1. eksterne eksamen fremgår også af institutionens oversigt over obligatoriske aktiviteter for 1. og 2. semester.
Forudsætning for 2 interne eksamen:
Projekt 5 og projekt 6, prøveeksamen 2. interne
Forudsætningskrav i øvrigt for 3. semesters eksamen i obligatoriske fag fremgår af institutionens oversigt over obligatoriske aktiviteter for 3. semester.

15.1 Kriterier for vurdering af studieaktivitet

Der er mødepligt i henhold til beskrivelserne af de bundne forudsætninger.
Registrering af fremmøde til undervisningen finder sted og indgår i skolens vurdering af den studerendes studieaktivitet. Det forventes at de studerende deltager i minimum 75% af de skemalagte lektioner.
Ved manglende studieaktivitet indkaldes den studerende til samtale med studievejleder og/eller uddannelses chef, og manglende studieaktivitet/fremmøde kan føre til udelukkelse fra uddannelsen.

16. FREMMEDSPROG

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være uddannelses-elementer der helt eller delvist vil foregå på engelsk.

17. DISPENSATIONSREGLER

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

18. PARALLELFORLØB MED UDENLANDSKE UDDANNELSESINSTITUTIONER

Den studerende kan vælge at følge en bachelor uddannelse i European Business Management hvor år1 foregår på EA Kolding, år2 ved KHV Leuven og år 3 ved valgfri, europæisk business school.
Adgangsbetingelserne er det samme som til Markedsføringsøkonom og ofr at fortsætte på 2. år i Leuven skal den studerende have bestået 1. eksterne og 1. interne eksamen og gennemført 60 ects.

19. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER

Studieordning træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. februar 201.

20. HENVISNING TIL GÆLDENDE RETSREGLER

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om Erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).
- BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser

- BEK nr. 223 af 11/03/2013: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 689 af 03/07/2009: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

BILAG

4.6 :

Eksamensbeskrivelser:

1. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER
PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. interne – beslutningsoplæg (delprøve 1)	
Prøveform	Et tværfagligt "beslutningsoplæg" og mundtlig eksamen ud fra beslutningsoplæg og tilfældigt trukket case og spørgsmål til pensum Det tværfaglige beslutningsoplæg udarbejdes i en gruppe af 3-4 personer i en periode på 48 timer. Beslutningsoplægget udarbejdes på baggrund af stillede spørgsmål og en udvalgt virksomhed samt marked. Beslutningsoplægget er en forudsætning for at gå til en individuel mundtlig eksamination. Ved den mundtlige eksamen eksamineres i beslutningsoplæg samt tilhørende spørgsmål. Beslutningsoplægget og den mundtlige eksamen afprøver bredt læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester.
Skriftligt Beslutningsoplæg	Grundlaget for de 48 timers gruppearbejde er en kort opgavebeskrivelse som omfatter: • Navnet på den virksomhed og det marked som skal analyseres • Nogle indledende links til information om virksomheden og/eller det relevante marked • En konkret problemformulering som skal besvares veldokumenteret og fyldestgørende

	Beslutningsoplægget afleveres som udgangspunkt for mundtlig eksamen. Det udarbejdede beslutningsoplæg skal være udarbejdet på metodisk grundlag, men skal ikke indeholde teorigennemgang. Det forventes at flere kerneområder berøres. Det afleverede beslutningsgrundlag skal have et omfang på max. 3 sider inkl. evt. bilag, men ekskl. forside og kildeliste. Omfanget af bilag skal begrænses. En standard side er 2400 anslag inkl. bilag.
Mundtlig eksamination	Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger: • 5 minutter: Præsentation af gruppens beslutningsoplæg, gerne med egne refleksioner • 15-20 minutter: Eksamination i den stillede case og spørgsmål •
Margen og linjeafstand	Se BB
Oplysninger i sidehoved	Se BB
Aflevering af beslutningsoplæg	Se BB
Bedømmelse	Karakteren for eksamen gives som en samlet vurdering af præsentation af beslutningsoplæg og efterfølgende spørgsmål og vil blive oplyst efter eksamen.
Omeksamen	Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Re-eksamen sker på samme beslutningsoplæg, som første eksamen.

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER
PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. interne - digital test (delprøve 2)

Prøveform	1. interne består af 2 delprøver og afholdes ved udgangen af 1. semester. Prøven består af: • En test i alle fagområder (digital test) • Et tværfagligt "beslutningsoplæg" og mundtlig eksamen ud fra beslutningsoplæg og tilfældigt trukket case og spørgsmål til pensum Den digitale test afprøver bredt læringsmål for viden og færdigheder inden for • International markedsføring • Økonomi • Organisation og Individ • Erhvervsret • Markedskommunikation
Eksamensform	Individuel digital test af alle fag på 1. semester. Testen er en multiple choice test og består af et opgavesæt på 30 opgaver, hvilket svarer til et spørgsmål for hvert ECTS point på semesteret. På eksamensdagen udleveres link til testen samt brugernavn og password. Det vil i løbet af testen være muligt at gå frem og tilbage mellem siderne. I toppen af siden vil være en oversigt over fagområderne, og under hver af disse vises hvilke sider, der er besvaret og hvilke der mangler at blive besvaret. Skulle man komme til at lukke testen inden man er færdig, vil man kunne logge på igen og genoptage testen, da systemet løbende gemmer besvarelsen. Det vil ikke være muligt at se sin score i løbet af eksamen eller når eksamen er overstået.
Varighed	1 time. Testen lukker selv 1 time efter påbegyndelse. Er du færdig med testen før tid må du rejse dig og forlade lokalet stille og roligt, under hensyntagen til de øvrige studerende. Er du færdig inden for det sidste kvarter af eksamen, skal du blive siddende, til eksamen er overstået.
Adgang til eksamenslokale	**Studiekort skal forevises** for at få adgang til eksamenslokalet. Studiekortet skal ligge fremme under hele eksamenen. Det er vigtigt, at du møder i god tid til eksamen, så du er klar når testen starter.

	Lokaleoversigt oplyses på Fronter
Hjælpemidler	Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladte. Det er ikke tilladt at anvende mobiltelefon, og den studerende må ikke sidde med hovedtelefoner på under eksamen. Det er ikke tilladt at kommunikere under eksamen, hverken fysisk eller elektronisk. Overholdes dette ikke, opfattes det som eksamenssnyd, og den studerende vil blive bortvist fra eksamen.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til internettet i forbindelse med opgaven. Den studerende skal selv medbringe PC og strømforsyning til eksamen. Den studerende har selv ansvaret for egen PC. Der ydes ingen hjælp fra skolens side, hvis der opstår tekniske problemer med PC'en.
Bedømmelse	Den digitale test er en del af den samlede eksamen kaldet 1. interne, hvor den anden del er "beslutningsoplæg". Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter "beslutningsoplæg" 2/3 og den digitale test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvist. Både de individuelle karakterer og den samlede karakter vil blive påført eksamensbeviset. Karakteren vil blive offentliggjort via Fronter – så snart administrationen har den. Dette vil ske senest 4 uger efter eksamen.
Omeksamen	Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Hvis kun det ene fag ikke bestås, skal man kun deltage i reeksamen i dét pågældende fag.
Yderligere information	Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.

2. semesters prøver i obligatoriske uddannelseselementer

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. eksterne delprøve 1 - caseeksamen	
Facts om årsprøven jf. studieordningen	1. eksterne består af 2 delprøver og afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af: • Delprøve 1: En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed • Delprøve 2: Digital eksamen Den tværfaglige caseeksamen er en 6 timers prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for uddannelseselementerne på 2. semester – Taktisk og operationel markedsføring på B-t-C og B-t-B). Der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan udvælge og anvende den relevante teori fra flere fagområder i forbindelse med løsning af en konkret problemstilling. Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse som omfatter: • Navnet på den virksomhed, som skal analyseres • Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes • Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked På eksamensdagen vil den studerende blive stillet et eller flere spørgsmål, som på et metodisk grundlag skal besvares med udgangspunkt i den indsamlede information og evt. ekstra udleveret information på eksamensdagen.
Eksamensform og omfang	24 timer før eksamen får de studerende udleveret en virksomhed, et overordnet problemfelt og relevant casemateriale. Den efterfølgende dag afholdes en 6 timers skriftlig eksamen på akademiet, hvor der med udgangspunkt i det overordnede problemfelt stilles et eller flere mere specifikke spørgsmål, som skal besvares. Der kan udleveres supplerende oplysninger relateret til spørgsmålene på eksamensdagen Casematerialet om den valgte virksomhed uploades på fronter under holdets hovedrum (f.eks. MFØ MF15- 1mf15m2 – Eksamensaflevering – 1. eksterne caseeksamen) kl. 8.30 24 timer før den skriftlige eksamen finder sted, og kan endvidere afhentes i studieadministrationen på samme tidspunkt. Besvarelsen skal indledes med en disposition, hvor alle de fagområder, der er relevante, nævnes. Den studerende forventes at komme ind på flere fagområder, hvis det er relevant for opgavens løsning. Der redegøres for, hvilke områder, der gås i dybden med og eventuelle fravalg begrundes.

	Besvarelsens omfang er mellem 24.000 og 36.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.
Adgang til eksamenslokale	**Studiekort og USB skal forevises** for at få adgang til eksamenslokalet. Studiekortet skal ligge fremme under hele eksamenen. Husk at møde i god tid til eksamen. Lokaleoversigt oplyses på Fronter
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt, inkl. brug af internet. Det er dog ikke tilladt at kommunikere under eksamen, hverken fysisk eller elektronisk. Det er ikke tilladt at anvende mobiltelefon, og den studerende må ikke sidde med hovedtelefoner på under eksamen. Endvidere må virksomheden eller dennes samarbejdspartnere ikke kontaktes. Overholdes dette ikke, opfattes dette som snyd og den studerende vil blive bortvist fra eksamen. Delvist identiske besvarelser accepteres ikke. Det er tilladt at samarbejde om besvarelsen i løbet af de første 24 timer og at anvende præfabrikeret materiale, men det er vigtigt at aflevere 100% individuelle besvarelser, da helt eller delvist identiske besvarelser vil blive registreret i vores plagiatkontrol.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at have et brugbart password. Den studerende skal selv medbringe PC, strømforsyning og USB stik til eksamen. Har du glemt et USB stik kan det købes i kantinen. Der vil være printer i prøvelokalet. Den studerende har selv ansvaret for egen PC. Der ydes ingen hjælp fra skolens side, hvis der opstår tekniske problemer med PC'en.
Margen og linjeafstand	Margen: anbefalet 2,54 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,15
Oplysninger i sidehoved	• Eksamensbetegnelse: *1. eksterne, caseeksamen* • Studerendes navn • Holdnavn • Eksamensdato • Sidetal og samlet antal sider (bilag skal tælles med i det samlede sideantal) Indsæt sidetal under fanen *Indsæt* og *Sidetal* Skriv "af" bagefter sidetallet – husk mellemrum Under fanen *Indsæt* tryk på *Hurtige dele* og *Felt* Vælg NumPages under *Feltnavne* og 1, 2, 3 under *Format* Tryk på OK
Aflevering af eksamens-besvarelse	**Fysisk aflevering:** Besvarelsen skal printes i 2 eksemplarer og afleveres til tilsynet. Der vil være printer i lokalet. **Elektronisk aflevering**: Besvarelsen skal uploades til Fronter i mappen "Eksamensaflevering, 1. eksterne Caseeksamen", der ligger under den studerendes hold (f.eks. 1MF15 – 1mf15m2)

Bedømmelse	Caseeksamen er en del af den samlede semester efter 2. semester, hvor den anden del er digital test. Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den tværfaglige caseeksamen 2/3 og den digitale test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvist. Både de individuelle karakterer og den samlede karakter vil blive påført eksamensbeviset. Karakteren vil blive offentliggjort via Fronter – senest 4 uger efter eksamen.
Omeksamen	Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen.
Yderligere information	Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER
PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. eksterne - digital test (delprøve 2)

Prøveform	1. eksterne består af 2 delprøver og afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af: • Delprøve 1: En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed (caseeksamen) • Delprøve 2: Digital eksamen Den digitale test afprøver bredt læringsmål for viden og færdigheder inden for • International markedsføring • Økonomi • Organisation og Individ • Erhvervsret • Markedskommunikation
Eksamensform	Individuel digital test af alle fag på 2. semester. Testen er en multiple choice test og består af et opgavesæt på 30 opgaver, hvilket svarer til et spørgsmål for hvert ECTS point på semesteret. På eksamensdagen udleveres link til testen samt brugernavn og password. Det vil i løbet af testen være muligt at gå frem og tilbage mellem siderne. I toppen af siden vil være en oversigt over fagområderne, og under hver af disse vises hvilke sider, der er besvaret og hvilke der mangler at blive besvaret. Skulle man komme til at lukke testen inden man er færdig, vil man kunne logge på igen og genoptage testen, da systemet løbende gemmer besvarelsen. Det vil ikke være muligt at se sin score i løbet af eksamen eller når eksamen er overstået.
Varighed	1 time. Testen lukker selv 1 time efter påbegyndelse. Er du færdig med testen før tid må du rejse dig og forlade lokalet stille og roligt, under hensyntagen til de øvrige studerende. Er du færdig inden for det sidste kvarter af eksamen, skal du blive siddende, til eksamen er overstået.
Adgang til eksamenslokale	**Studiekort skal forevises** for at få adgang til eksamenslokalet. Studiekortet skal ligge fremme under hele eksamenen. Det er vigtigt, at du møder i god tid til eksamen, så du er klar når testen starter. Lokaleoversigt oplyses på Fronter.

Hjælpemidler	Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladte. Det er ikke tilladt at anvende mobiltelefon, og den studerende må ikke sidde med hovedtelefoner på under eksamen. Det er ikke tilladt at kommunikere under eksamen, hverken fysisk eller elektronisk. Overholdes dette ikke, opfattes det som eksamenssnyd, og den studerende vil blive bortvist fra eksamen.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til internettet i forbindelse med opgaven. Den studerende skal selv medbringe PC og strømforsyning til eksamen. Den studerende har selv ansvaret for egen PC. Der ydes ingen hjælp fra skolens side, hvis der opstår tekniske problemer med PC'en.
Bedømmelse	Den digitale test er en del af den samlede eksamen kaldet 1. eksterne, hvor den anden del er "caseeksamen". Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter "caseeksamen" 2/3 og den digitale test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvist. Både de individuelle karakterer og den samlede karakter vil blive påført eksamensbeviset. Karakteren vil blive offentliggjort via Fronter – så snart administrationen har den. Dette vil ske senest 4 uger efter eksamen.
Omeksamen	Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Hvis kun det ene fag ikke bestås, skal man kun deltage i reeksamen i dét pågældende fag.
Yderligere information	Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.

3. semester prøve i obligatoriske uddannelseselementer

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

2. interne eksamen - Internationalisering

Eksamensform	4 timer tværfaglig individuel skriftlig prøve i de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester. Den skriftlige prøve tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Caseoplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve. Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om • Virksomhed og produktområder • Diverse kilder Opgaven består i 2 delspørgsmål og tager udgangspunkt i læringsmålene for 3. semesters obligatoriske uddannelseselement "Internationalisering" (jf. studieordningen) med særlig vægt på at afprøve færdigheder og kompetencer.
Varighed	Den skriftlige prøve er en 4 timers prøve som afvikles under eksamenslignende forhold.
Hjælpemidler	Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladte. Virksomheden i caseoplægget må **ikke** kontaktes! Brud på denne regel vil blive betragtet som eksamenssnyd.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at sikre sig, at man har et brugbart password.
Besvarelsens opbygning	Den skriftlige besvarelse skal have et omfang af max 24.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Der skal igennem besvarelsen argumenteres for valg af teorier og modeller, men besvarelsen skal ikke indeholde decideret metodeafsnit eller problemformulering. Den skriftlige opgave afleveres på dansk.

Oplysninger i sidehoved	• Eksamensbetegnelse: *2. interne eksamen* • Studerendes navn • CPR-nummer • Holdnavn • Eksamensdato • Sidetal og samlet antal sider (bilag skal tælles med i det samlede sideantal) Indsæt sidetal under fanen *Indsæt* og *Sidetal* Skriv "af" bagefter sidetallet – husk mellemrum Under fanen *Indsæt* tryk på *Hurtige dele* og *Felt* Vælg NumPages under *Feltnavne* og 1, 2, 3 under *Format* Tryk på OK
Linjeafstand og margen	Se det enkelte erhvervsakademis regler på området.
Indsættelse af Excel regneark i Word	Hvis du ønsker at sætte Excel regneark ind i Word, kan det nemmest gøres på følgende måde: I Excel: • Marker det område fra Excel, som skal kopieres • Højreklik og vælg *Kopier* I Word: • Under fanen *Startside* vælges *Sæt ind* • Her vælges *Indsæt speciel* • Indsæt som *Microsoft Office Excel-regneark-objekt* Når det kopierede er sat ind, kan der dobbeltklikkes på det, og så åbner det rent faktisk som et lille regneark i Word. Der kan nu redigeres i f.eks. tal og formler.
Aflevering af besvarelse	**Den skriftlige besvarelse afleveres i 2 eksemplarer i administrationen og uploades på fronter i wordformat.** Din besvarelse skal uploades på Fronter i mappen "Eksamensaflevering", som ligger under den studerende hold f.eks. MFØ-13M (1mf13m3). Fil-navnet skal indeholde den studerende fulde navn – 2. interne eksamen.
Bedømmelse	Der gives karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset. Karakteren bliver offentliggjort umiddelbart efter den mundtlige del.
Omeksamen	Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Dato for re- og sygeeksamen fremgår af aktivitetsplanen.
Yderligere information	Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.