Studieordning for markedsføringsøkonom - fællesdel

2014

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



Godkendt af rektor Carsten Vikkelsøe

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. UDDANNELSENS INDHOLD 4

1.1. Uddannelsens opbygning 4

1.2. Kerneområder 4

1.3. Obligatoriske uddannelseselementer 8

1.4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen 20

1.5. Praktik 22

1.6. Krav til det afsluttende projekt 23

2. ANDRE REGLER FOR UDDANNELSEN 23

2.1. Merit 23

3. TIDSMÆSSIG PLACERING I UDDANNELSESFORLØBET AF OBLIGATORISKE UDDANNELSESELEMENTER OG AF PRAKTIK, HERUNDER PRØVER MED EKSTERN BEDØMMELSE 24

4. VALGFRI UDDANNELSESELEMENTER 25

4.1 Fag og placering 25

4.2 Prøver i valgfri uddannelseselementer 26

4.3 Læringsmål for de valgfri elementer 26

5. RETNINGSLINJER FPR PRAKTIKKENS GENNEMFØRELSE 33

5.1 Krav til de involverede parter 33

6. SKRIFTLIGE OPGAVER OG PROJEKTER 34

6.1 Obligatoriske opgaver 34

6.2 Særlige prøvevilkår 35

6.3 Syge- og omprøver 35

6.4 Hjælpemidler til eksamen 36

6.5 Eksamenssnyd 36

6.6 Klageadgang 38

7. AFSLUTTENDE EKSAMENSPROJEKT 40

8. UDDANNELSESELENTER SOM KAN GENNEMFØRES I UDLANDET 40

9. ANVENDTE UNDERVISNINGSFORMER 41

10. RETNINGSLINJER FOR DIFFERENTIERET UNDERVISNING I UDDANNELSESFORLØBET 42

11. MERIT 42

Meritoverførsel 42

Meritstuderende 42

12. STUDIEAKTIVITET 42
12.1 Kriterier for vurdering af studieaktivitet 43
13. FREMMEDSPROG 43
14. DISPENSATIONSREGLER 43
15. PARALLELFORLØB MED UDENLANDSKE UDDANNELSESINSTITUTIONER 44
16. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER 44
17. HENVISNING TIL GÆLDENDE RETSREGLER 44

1. UDDANNELSENS INDHOLD

1.1. Uddannelsens opbygning

Markedsøkonomuddannelsen kræver bestående uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 95 ECTS obligatoriske uddannelseselementer, 10 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		**1. studieår**	**2. studieår**
Kerneområder	International markedsføring og salg (30 ECTS)	20 ECTS	10 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	10 ECTS	10 ECTS
	Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Erhvervsret (10 ECTS)	10 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer		5 ECTS	5 ECTS
Praktik			15 ECTS
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
I alt ECTS	(80 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 bedømmelsen bestået eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

1.2. Kerneområder

Uddannelsen består af fire kerneområder, som udgøres af uddannelseselementer svarende til 95 ECTS. Kerneområderne er beskrevet nedenfor.

International markedsføring og salg
Omfang: 30 ECTS
Indhold: • Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen • Grundlæggende statistik • Markedsanalyse • Vækststrategi • Internationalisering • Segmentering, målgruppevalg og positionering • Markedsføringsstrategi • Salg og forhandlingsteknik
Læringsmål: *Den studerende skal have viden om* • Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv

- Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

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

Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

- Grundlæggende mikroøkonomiske forhold
- Elementerne i virksomheders økonomiske styring
- Det globale økonomiske kredsløb

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

Kommunikation, organisation og ledelse

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

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

Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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

Den studerende skal opnå kompetencer til at

- Kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain

- Kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- Planlægge og styre forskellige typer af projekter
- Kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- Præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- Kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

Erhvervsret

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

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

Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- De overordnede ferieregler
- Rekonstruktionsreglerne
- Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældsbrevlovens regler
- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Grundlæggende internationalt privatretlige regler
- Grundlæggende immaterialretlige regler
- Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling

Den studerende skal have færdigheder i at

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

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

Den studerende skal opnå kompetencer til at

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring

- Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010 □

1.3. Obligatoriske uddannelseselementer

Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 95 ECTS og udgøres af nedenstående elementer.

Kerneområde/ uddannelses-element **Tema**	International markedsføring	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
Virksomhedens strategiske situation	*10 ECTS* A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæg-gende statistik 1	*5 ECTS* A: Virksomheds-analyse B: Mikro-økonomi	*10 ECTS* A: Kommunikation B: Organisations-struktur C:Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	*5 ECTS* A: Retskilder B: Aftaleret C: Kredit-sikring D: Virksom-hedens retlige forhold	
Strategi-formulering	*10 ECTS* A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationali-sering E: Segmentering, målgruppevalg og positionering	*5 ECTS* A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	*5 ECTS* A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	*5 ECTS* A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markeds-relationer	*5 ECTS* A: Statistik el. B: Valgfag el. C: Valgfag
Strategi-implementering	*10 ECTS* A: Markedsførings-strategi B: Salg og forhandlings-teknik	*10 ECTS* A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameter-optimering	*5 ECTS* A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisations-udvikling		*5 ECTS* A: Driftsøkonomi el. B: Valgfag
Praktik og afsluttende eksamensprojekt	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer

International markedsføring og salg
Omfang: 30 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:

- International markedsføring og salg I (10 ECTS)
- International markedsføring og salg II (10 ECTS)
- International markedsføring og salg III (10 ECTS)

International markedsføring og salg I

Indhold:

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik 1

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål og strategier
- vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer
- identificere virksomhedens stakeholders og vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd
- identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden
- formidle virksomhedens stærke og svage sider samt trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere
- benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- behandle markedsanalysedata ved brug af statistiske værktøjer

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter

International markedsføring og salg II

Indhold:

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

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder

- segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- forskellige vækststrategier
- internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- anvende statistiske færdigheder til vurderingen af markedsanalysens validitet og reliabilitet:
  - Udarbejde test for goodness of fit
  - Udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - Håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- vurdere statistisk bearbejdet markedsanalyse selvstændigt
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering

International markedsføring og salg III

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

- designbriefets struktur og indhold
- og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- marketing- og salgsbudgetter
- forskellige salgsstrategier
- forskellige forhandlingsteorier og modeller
- betydningen af internationale kompetencer

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling

- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- anvende forskellige forhandlingsteorier og -modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- gennemføre uddannelseselementer på engelsk

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- arbejde i internationale teams/grupper

Udprøvning og bedømmelse:
- 2 prøver

Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:

- Økonomi I (5 ECTS)
- Økonomi II (5 ECTS)
- Økonomi III (10 ECTS)

Økonomi I

Indhold:

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

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

- virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- virksomhedens omkostningsforløb, herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- virksomheders økonomiske styringsområder, herunder målsætning og opgaver
- grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning

- virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra
- virksomhedens pengestrømme
- virksomheders supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- prisdannelse på konsument- og producentmarkedet, herunder producent- og forbrugeroverskud
- pris- og indkomstelasticiteters betydning
- forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

Økonomi II

Indhold:

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

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

- metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital

- kriterier for valg af finansieringsform
- klassiske og nyere handelsteorier
- udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- foretage en beregning af en investerings lønsomhed og redegøre for valg af finansieringsformmarketingstrategi

Økonomi III

Indhold:

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

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal have viden om:

- grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- grundlæggende budgetkontrol
- arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- forskellige former for økonomisk politik
- forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager
- rente- og valutakursdannelsen
- det monetære samarbejde inden for EU

- forskellige økonomiske teoriers opfattelse af konjunktursvingninger

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- udarbejde et balancebudget
- foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- udarbejde budgetter som led i virksomhedens økonomiske styring samt gennemføre af budgetkontrol
- inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder

Udprøves:
- 2 prøver

Kommunikation, organisation og ledelse

Omfang: 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af tre fag:

- Kommunikation, organisation og ledelse I (10 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse II (5 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse III (5 ECTS)

Kommunikation, organisation og ledelse I

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- kommunikationsmodeller og -teorier
- forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer inden for Supply Chain Management
- interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- mødestrategier
- grundreglerne inden for problemorienteret projektarbejde

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse og motivation
- forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde
- analysere innovationstyper og modeller i praksis
- analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder:
  - arbejde kreativt med personlig kommunikation
  - udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- sætte sig ind i akademisk materiale
- anvende metoder til udvikling af personligheden

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- præsentere materiale skriftlig og mundtligt

Kommunikation, organisation og ledelse II

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse - nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- de logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- kulturteorier og -modeller samt analyse af nationale kulturer
- kulturforskelle, nationalt og internationalt, samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- begreber såsom kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhænge
- analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- arbejde sammen på tværs af kulturer

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne

- tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger

Kommunikation, organisation og ledelse III

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

Udprøves:

- 2 prøver

Erhvervsret

Omfang: 10 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af to fag:

- Erhvervsret I (5 ECTS)
- Erhvervsret II (5 ECTS)

Erhvervsret I

Indhold:

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

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- retskilderne
- domstolssystemet
- konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- ugyldighed og fortrydelsesret
- ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- tvangsakkord og frivillig akkord
- kaution
- pant i løsøre, herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældsbrevslovens regler om sikringsakter

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - aftaleret, herunder
    - aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
    - fuldmagtsforhold
  - hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
  - individuel- og universalforfølgning, herunder
    - trangsbeneficiet
    - konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
  - kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
  - finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
    - prioritetsordenen
    - sikringsakter

- gyldighedvirkningen
- ejendomsbestanddele og tilbehørspant

Erhvervsret II

Indhold:

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

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- det i retspraksis udviklede produktansvar
- lovvalg og værneting i internationale konflikter
- konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - erstatning, herunder:
    - erstatningsbetingelserne
    - arbejdsgiveransvar
    - produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- e-handel

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af
  - markedsføring
  - danske og internationale salg, herunder
    - risikoovergang
    - levering
    - misligholdelse
    - misligholdelse i danske forbrugerkøb
    - Incoterms 2010

Udprøvning og bedømmelse:

- 1prøve

Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele

Prøvens navn	**Kerneområde /uddannelseselement**	**Anføres på eksamensbevis**
1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	X
1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	X
2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	X
3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	Valgfrit uddannelseselement	X
4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	X
2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	X

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

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

Bedømmelse:

- 1 prøve

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 den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer • Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat • Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.
Læringsmål: *Viden* Den studerende skal have viden om: • Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser • Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats • De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret -omkostningssystemer (ABC-costing) • Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt • Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning • Økonomisk optimal levetid og --- udskiftningstidspunkt ifm. investeringer • Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont. • Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag. *Færdigheder* Den studerende skal have færdigheder i at kunne: • Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning. • Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold • Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisfølsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed • Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser • Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs-og omsætningsaktiver • Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.

- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder.

Kompetencer
Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

Bedømmelse:
- 1 prøve

1.5. Praktik

Markedsføringsøkonomuddannelsen er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte.
I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og [institutionen] sikrer rammerne om praktikforløbet.
Praktikken varer tre måneder, og gennemføres på uddannelsens fjerde semester. Den forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt.

Den studerende skal inden praktikken udarbejde og aflevere en målbeskrivelse for praktikken, som tager udgangspunkt i læringsmålene nedenfor.

Praktik

Omfang: 15 ECTS

Læringsmål:
Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

- Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Selvstændigt at kunne indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave
- Skal kunne vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse
- Skal kunne kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter

Den studerende skal opnå kompetencer til at

- Forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis
- Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet
- Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis

Udprøves:
- Praktikeksamen

1.6. Krav til det afsluttende projekt

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

Eksamen i det afsluttende projekt afvikles som en ekstern prøve, som sammen med prøven efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Prøven består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

Det afsluttende projekt
Omfang: 15 ECTS
Indgår: På uddannelsens 4. semester
Formål: 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, som indledningsvist i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.
Læringsmål: *Viden* • Den studerende skal have viden om de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet *Færdigheder* • Den studerende skal kunne anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig til uddannelsens centrale fagområder. • Den studerende skal kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling *Kompetencer* • Den studerende skal kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller • tværfaglige arbejdsprocesser. • Den studerende skal kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger. • Den studerende skal kunne opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger.
Udprøvning og bedømmelse: - Mundtlig eksamen baseret på det afsluttende projekt, ekstern prøve

2. ANDRE REGLER FOR UDDANNELSEN

2.1. Merit

Det kan være muligt at få meriteret uddannelsesdele fra andre institutioner eller lignende til en uddannelse på [erhvervsakademiet].

[Erhvervsakademiet] godkender i hvert enkelt tilfælde merit på bagrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele på

uddannelsen på [erhvervsakademiet]. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.
Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må kunne antages at give merit.

INSTITUTIONSDEL

3. TIDSMÆSSIG PLACERING I UDDANNELSESFORLØBET AF OBLIGATORISKE UDDANNELSESELEMENTER OG AF PRAKTIK, HERUNDER PRØVER MED EKSTERN BEDØMMELSE

Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre:

Eksamen	**Censur**	**Grundlaget**	**1. sem.**	**2. sem.**	**3. sem.**	**4. sem.**
	Intern el. ekstern	Fælles el. institutions-specifik				
Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering – Digital eksamen – Casebaseret skriftlig eksamen (1. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Eller December/Januar Skriftlig		
Eksamen i valgfag (1. interne eksamen)		Institution		Maj/Juni December/Januar Skr. Og mdt.		
Eksamen i strategi-implementering (2. interne eksamen)	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skr. og mdt	

Eksamen i valgfag (3. interne eksamen)	Intern	Institution			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)	Intern	Fælles			Rapport og mundtlig eksamen	Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Juni alt. Januar Skriftlig og mundtlig

4. VALGFRI UDDANNELSESELEMENTER

4.1 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.

Der undervises på 5 linjer med tilhørende valgfag (2. og 3. semester):

- International linje: Export og Kulturel Markedsføring
- Turisme linje: Innovation Management og Tourism Service management
- Management linje : Leadership og Strategic Management
- Kommunikations linje :Oplevelsesøkonomi og PR/Branding
- Statistik og økonomi.

Linie/valgfag på Markedsføringsøkonom

Linie	**Handler om**	**2.sem**	**1. sem**
International	Her ses nærmere på virksomhedens globale supply chain særligt salg og sourcing. Der arbejdes meget med koblingen mellem teori og praksis.	Export	Kulturel markedsføring

	Hvis du gerne vil arbejde med eksport og internationalt salg er det den rette linie.		
Turisme/event management (der undervises kun på engelsk**)**	Udvikling og markedsføring af byer, turistattraktioner, oplevelser og lignende koncepter	Innovation and quality Management	Tourism service management
Management	Ledelse af organisationer og mennesker – med det formål at opfylde virksomhedens strategi.	Ledelse	Strategisk ledelse
Kommunikation/oplevelsesøko-nomi (der undervises kun på **dansk**)	Planlægning og udarbejdelse af kampagner – og med særlig fokus på oplevelsesøkonomi. Kommunikationsstrategi og branding	Kommunikation/oplevelsesøkonomi	PR/Branding
Statistik/Økono-mi	Studieforberedende fag til brug ved videre uddannelse	Statistik	Økonomi

4.2 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 ved slutningen af henholdsvis 2. og 3. semester.

4.3 Læringsmål for de valgfri elementer

Ledelse – 2. semester (5 ects)

Indhold:

Lederens overvejelser vedrørende ledelsesform og egen personlighed ved ledelse af organisation og medarbejdere. Lederes forskellige roller i forhold til forskellige ledelsessituationer og udfordringer i forbindelse med forskellige personligheder og roller i organisationen.

Den studerende skal have viden om:

- Begreber, teorier og modeller vedr. ledelsesstrukturer og –processer
- Forandring som personlig drivkraft
- Indsigt i paradigmetankegang

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Kunne analysere en leders personlighed – både i forhold til sig selv og i forhold til andre, samt betydningen heraf for kultur, ledelsesformer og -processer og virksomhedens strategi.
- Forstå egen rolle i forhold til gruppearbejde.

- Anvende metoder til udvikling og forståelse af egen og andres personlighed.
- At arbejde med egen personlig udvikling som redskab til at opnå effektivitet

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden.
- Anvende de syv vaner som redskab til analyse og forandring
- Arbejde med principper for opnåelse af effektivitet

Export – 2. semester (5 ECTS)

Indhold:

Virksomhedens analyse af eksportmarkeder, muligheden og indtrængnings strategier, med henblik på at tilrettelægge eksportarbejdet hensigtsmæssigt i forhold til virksomhedens ressourcer, eksportmarkedets udfordringer og de mulige samarbejdsformer.

Den studerende skal have viden om:

- Faktorer som har indflydelse på virksomhedens eksportarbejde
- Elementerne i et succesfuldt eksport arbejde
- Forskellige markedsindtrængningsmodeller

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Identificere og vurdere virksomhedens ressourcer i forhold til eksport
- Analysere et givet eksportmarked
- Vælge/prioritere eksportmarkeder på baggrund af interne og eksterne analyser

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- Forslå og planlægge indtrængning for en virksomhed på et givet marked

Kommunikation og oplevelsesøkonomi – 2. semester (5 ECTS)

Indhold

Oplevelsesøkonomiens karakteristika samt de forhold, der er væsentlige for ledelse, planlægning og gennemførelse inden for den oplevelsesøkonomiske kontekst Anvendeligheden af forskellige former for strategisk ledelse og markedsføringsmæssige samt kommunikative elementer og teorier i relation til oplevelsesøkonomi. Herunder implementering af nye oplevelsesbaserede koncepter Eventplanlægning:

Udvikling af ideer og koncepter, samt opstilling af en eventplan, som beskriver de overvejelser, som skal gennemtænkes inden en given event igangsættes.

Den studerende skal have viden om:

- oplevelsesøkonomi som en funktion af samfundstendenserne have viden om modeller og teorier for markedsføring af oplevelser med udgangspunkt i oplevelsesbaseret kommunikation
- branding og storytelling
- involvering af gæsterne/kunderne med fokus på at appellere til alle sanser (”experiential marketing”)
- oplevelsesøkonomi i forskellige værdikæder
- projekter og events` væsentlige rolle i oplevelsesøkonomien, herunder arbejdet med andre projektdeltagere og kreativ ideudvikling.

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- kunne vurdere, analysere og formidle oplevelsesøkonomiens betydning
- kunne formå at opstille oplevelsesbaserede problemstillinger med basis i udviklingen
- kunne formidle og løse problemstillinger vedr. produkter og services med fokus på oplevelsesbaserede dimensioner
- kunne analysere og vurdere, hvilke marketingteknikker og -strategier, der er relevante at anvende i relation til problemstillinger for organisationer, som fokuserer på at levere oplevelser
- kunne redegøre kritisk for, hvordan succesfulde projekter og events inden for leisure-sektoren kan skabes og gennemføres, samt hvilke konkrete valg af metoder, der kan facilitere gennemførslen

Den studerende skal opnå kompetencer i at:

- kunne udvikle ideer til fornyelser og ændringer for organisationer med udgangspunkt i udviklingstendenserne inden for oplevelsesøkonomien
- være i stand til at planlægge og gennemføre egne projekter og events

Innovation og kvalitets ledelse – 2. semester (5 ects)

Indhold:

Faget ser nærmere på hvordan serviceindustrier som turisme og underholdning også kan gøre brug af metodisk og struktureret udvikling af nye ydelser, processer m.m. Faget tager hensyn til de særlige vilkår som service/turisme virksomheder typisk arbejder under, bl.a. med begrænsede ressourcer

Den studerende skal have viden om:

- Innovation teori og metode
- Innovation i service og turisme industrien og forskellen til innovation i produktionsvirksomheder
- Hvorfor det er vigtigt at være innovativ i service og turisme industrien og know how omkring hvordan der arbejdes med innovation
- Viden om service value chain

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Analysere, vurdere og kommunikere vigtigheden af at være innovative inden for turisme industrien
- Identificere relevante situationer hvor innovation kan være løsningen for virksomheden
- Analysere og vurdere hvilke teorier der er relevante for virksomheder der arbejder med innovation inden for turisme industrien og i forbindelse med oplevelsesøkonomi
- Kunne forstå og anvende mulighederne for samarbejde for at SMV kan få adgang til yderligere ressourcer

Den studerende skal have kompetencer i at:

- Analysere og vurdere ændringer i markedet for turisme og identificere hvilke metoder og arbejdsprocesser virksomheden kan anvende for at forblive innovative
- Analysere og vurdere ideen med og behovet for at arbejde med oplevelsesøkonomi og kommunikere dette

Statistik - 2. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

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

Den studerende skal have færdigheder i at:

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

Den studerende opnår kompetence til:

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

Strategisk ledelse – 3. semester (5 ects)

Indhold:

Kulturelle forskelle i forskellige organisationer og i forskellige lande skal analyseres og vurderes og på den baggrund kan en leder bedre træffe de rigtige afgørelser for strategiske forandringer. Det indebærer også at opbygge relationer på tværs af forskellige virksomhedskulturer ved fusioner og opkøb.

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Kulturelle forskelle i organisationer nationalt og internationalt
- Muligheder og begrænsninger i dansk virksomhedskultur
- Kulturelle værdier, identitet og adfærd

Den studerende skal have færdigheder i:

- Identificere og vurdere kulturelle symboler
- Forstå konsekvenserne af kultur i forretningsmæssige sammenhænge
- Analysere og vurdere relevansen af strukturer og processer til at forfølge en strategi

Den studerende skal have kompetencer i:

Definere og analysere en virksomheds kultur og efterfølgende foreslå forbehold i forhold til virksomhedens strategi.

Kulturel markedsføring – 3. semester (5 ects)

Indhold:

Ser på betydningen af kulturelle forskelle på forskellige markeder og hvilken indflydelse det har på fastlæggelsen af virksomhedens parametermix. Med baggrund i kendte teorier fra 2. semester og nye teorier om forbrugeradfærd fokuseres der på hvorfor og hvordan det ofte er nødvendigt at tilpasse virksomhedens aktiviteter til nye markeder.

Den studerende skal have viden om:

- Elementerne i en forbrugeradfærd/-kultur
- Produkters indhold af kultur
- Forskellige markedsindtrængningsmodeller

Den studerende skal have færdigheder i:

- Beskrive og analysere forbrugeradfærd/-kultur
- Vurdere virksomhedens produkter/ydelser i forhold til ændret forbruger adfærd
- Vurdere betydningen i forhold til/indflydelse på virksomhedens parametermix
- Beskrive sammenhænge og forskelle mellem forskellige markeder/forbruger adfærdstyper

Den studerende skal have kompetencer i:

- Opstille en tilpasset marketingplan på baggrund af kulturens indflydelse

PR/Branding - 3. semester (5 ects)

Indhold:

Opbygning af et brand og image bla. gennem brug af historiefortælling og målrettet intern og ekstern kommunikation. Der er særligt fokus på hvordan Public relations kan bruges aktivt for at brande produkter såvel som begivenheder og virksomheder.

Den studerende skal have viden om

- Hvad er branding og corporate branding
- Hvordan bruges branding i forhold til virksomhedens kommunikation og markedsføring generelt
- Forskellige PR kommunikationsformer (spin. krise, offentlig)

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Analysere og kommentere virksomheders branding og kommunikation
- Diskutere og beskrive produkters/virksomheders image
- Identificere relevante kommunikationsformer i en given situation

Den studerende skal opnå kompetencer til:

- Udarbejde en presse meddelelse/pressekommunikation
- Foreslå og beskrive et produkts/en virksomheds historie
- Sammensætte en kommunikationsplan der kan være med til at øge brandingværdien

Økonomi - 3. semester (5 ects)

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at:

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

Den studerende skal opnå kompetencer til:

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

5. RETNINGSLINJER FPR PRAKTIKKENS GENNEMFØRELSE

Praktikvirksomhederne forventes at være blandt den kreds af samarbejdspartnere, som også bistår med bedst practice-erfaring i undervisernes videnetværk samt er opdragsgivere på de studerendes hhv. 1. og 2. semesterprojekt.

I virksomhedspraktikken har den studerende en vejleder fra hhv. uddannelsen og en kontakt virksomheden. Den studerende og de to vejledere fastlægger i fællesskab mål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

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

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

5.1 Krav til de involverede parter

5.1.1 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.

5.1.2 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.

5.1.3 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.

5.1.4 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

5.1.5 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.

6. SKRIFTLIGE OPGAVER OG PROJEKTER

6.1 Obligatoriske opgaver

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.

6.2 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.

6.3 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.

6.4 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.

6.5 Eksamenssnyd

6.5.1 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.

6.5.2 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.

6.5.3 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.

6.5.4 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.

6.5.5 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.

6.5.6 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.

6.5.7 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.

6.6 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.

6.6.1 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.

7. AFSLUTTENDE EKSAMENSPROJEKT

Det afsluttende projekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 studerende i fællesskab. Projektet må maksimalt have et omfang af:

100.000 anslag for en studerende

150.000 anslag for to studerende

Op til 200.000 anslag for tre studerende.

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

Krav til bachelorprojektet er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets digitale undervisningsplatform.

Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed inklusiv votering. Evaluering sker efter 7-trins-skalaen. Der gives en samlet karakter for bachelorprojektet, hvor den skriftlige rapport tæller 2/3, og den mundtlige eksamination tæller 1/3.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemstilling.

Ved en skriftlig opgavebesvarelse, som er udarbejdet af flere studerende, kan der kun gives en selvstændig bedømmelse, hvis den enkelte studerendes bidrag kan konstateres. Det mundtlige individuelle forsvar baseres enten på den enkelte studerendes bidrag eller den samlede opgave, såfremt individualisering ikke konstateres.

Ved løsningen af den opstillede problemstilling er det vigtigt, at den studerende kan anvende centrale teorier og metoder. Derudover skal projektet inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.

Uddannelsesinstitutionen udarbejder nærmere retningslinjer med de formelle krav til projektet. Retningslinjerne udleveres til de studerende i god tid inden eksamensprojektet starter.

8. UDDANNELSESELENTER SOM KAN GENNEMFØRES I UDLANDET

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

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.

9. 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.

10. 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.

11. 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.

12. 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.

12.1 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.

13. 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.

14. DISPENSATIONSREGLER

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

15. 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.

16. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER

Studieordning træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. september 2014.

17. 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 11/03/2014: 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