ERHVERVSAKADEMI
KOLDING

Studieordning for markedsførings-økonom

Vinteroptag
2017-2019

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



Godkendt af rektor Carsten Vikkelsøe

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER 4
1.1 Studieordningens ikrafttrædelse 4
1.2 Overgangsordninger 4
1.3 Studieordningens lovmæssige rammer 5
1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom 6
2. UDDANNELSENS INDHOLD 7
2.1 Uddannelsens opbygning 7
2.2 Kerneområder 9
2.3 Obligatoriske uddannelseselementer 15
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 25
3.1.2 Dispensationsregler 25
4. Eksaminer 25
Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen: 30
5.1 Fag og placering 38
5.2 Eksamen i valgfri uddannelseselementer 38
5.3 Uddannelseselementer som kan gennemføres i udlandet 38
6.0 Praktikkens gennemførelse 39
6.1 Krav til de involverede parter 39
6.1.1 Ansvar- og opgavefordeling i forbindelse med praktik er som følger: 39
6.1.2 Den studerende 39
6.1.3 Praktikvejleder 39
6.1.4 Karrierecentret 39
6.1.5 Praktikstedet 39
7.0 Obligatoriske opgaver og projekter 39
8.0 Særlige prøvevilkår 40
9.0 Syge- og omprøver 40
10.0 Hjælpemidler til eksamen 41
11.0 Eksamenssnyd 41
11.1 Forstyrrende adfærd og snyd til eksamen 41
11.2 Plagiat 41
11.3 Hvornår betragtes en aflevering som plagiat? 41
11.4 Forstyrrende adfærd under prøver og eksamen 41
11.5 Procedurer og sanktioner for eksamenssnyd og forstyrrende adfærd 42

11.6 Sanktioner 42
11.7 Typer af sanktioner 42
11.8 Klageadgang 43
11.8.1 Anke af afgørelse i de videregående uddannelser 43
12. ANVENDTE UNDERVISNINGSFORMER 44
13. RETNINGSLINJER FOR DIFFERENTIERET UNDERVISNING I UDDANNELSESFORLØBET 45
14. MERIT 45
Meritoverførsel 45
Meritstuderende 45
15. STUDIEAKTIVITET 45
15.1 Kriterier for vurdering af studieaktivitet 46
16. FREMMEDSPROG 46
17. DISPENSATIONSREGLER 46
18. PARALLELFORLØB MED UDENLANDSKE UDDANNELSESINSTITUTIONER 46
19. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER 46
20. HENVISNING TIL GÆLDENDE RETSREGLER 46

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

1.1 Studieordningens ikrafttrædelse

Studieordningen gælder for studerende med studiestart 01.02.2017

1.2 Overgangsordninger

Overgangsordning fra gammel studieordning til andet semester på ny studieordning:

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

Studerende som har gennemført 1. semester på tidligere studieordning:
Det anbefales, at studerende overflyttes til den ny studieordning.
Alternativt studieforløb: Ønsker studerende optaget på en af de tidligere studieordninger at gennemføre uddannelsen efter denne, er der følgende særligt tilrettelagte studieforløb omfattende nedenstående fag.

	Studieforløb for studerende på 2. semester på gammel studieordning	**Studieforløb for studerende på 3. semester på gammel studieordning**
Modul på gammel studieordning	**International markedsføring**	**International markedsføring**
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studie-ordning	Analysemetoder, -dataindsamling og data behandling	Parametermix og servicemarketing
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studie-ordning	Segmentering, positionering og målgruppevalg	Marketingplanen, B2B og B2C
Modul på gammel studieordning	**Organisation og SCM**	**Økonomi**
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studie-ordning	Kulturteorier og metoder	Budgettering og parameteroptimering
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studie-ordning	-	Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder

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

Genindskrivning
Studerende, der genindskrives på markedsføringsøkonomuddannelsen, indskrives som udgangspunkt på den nyeste studieordning.

1.3 Studieordningens lovmæssige rammer

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

Desuden gælder følgende bekendtgørelser og love:

- LBK nr. 1147 af 23/10/2014:
  Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 829 af 04/07/2015: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK)

- BEK nr. 85 af 26/01/2016:

Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 1046 af 30/06/2016:
  Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr 114 af 03/02/2015:
  Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 597 af 08/03/2015:
  Bekendtgørelse om talentinitiativer på de videregående uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område (talentbekendtgørelsen

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom

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

Den uddannede har viden om

1) virksomhedens strategiske og økonomiske grundlag,

2) grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,

3) salgets gennemførelse,

4) erhvervsjuridiske forhold, herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold og

5) metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan

1) foretage en international markedsvurdering,

2) vurdere problemstillinger og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsmæssige emner,

3) formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på engelsk,

4) på et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsføringsmæssige problemstillinger,

5) vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,

6) vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel og

7) vurdere organisatoriske og supply chain managementmæssige problemstillinger samt anvende projekt og innovationsværktøjer.

Kompetencer

Den uddannede kan

1) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering,

2) håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring,

3) håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf,

4) tilegne sig nye færdigheder og ny viden inden for erhvervet,

5) analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder og

6) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på engelsk skriftligt og mundtligt.

2. UDDANNELSENS INDHOLD

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

1. Kerneområder i henhold til uddannelsens bekendtgørelse, herunder:
    a. Indhold
    b. ECTS-omfang
    c. Læringsmål
2. Obligatoriske uddannelseselementer inden for uddannelsens kerneområder, herunder:
    a. Indhold
    b. ECTS-omfang
    c. Læringsmål
    d. Antal prøver
3. Praktik, herunder
    a. ECTS-omfang
    b. Læringsmål
    c. Antal prøver
4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt henholdsvis bachelorprojektet.
5. Regler om merit, jvf., § 18, herunder angivelse af eventuelle meritaftaler, for så vidt angår uddannelseselementer, der er omfattet af studieordningens fællesdel.

2.1 Uddannelsens opbygning

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

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

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

Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes på den måde, 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 syv prøver på uddannelsen.

Prøvens navn	**Uddannelseselement**	**Anføres på eksamensbevis**	**Bedømmes**	**Semester**
1. interne	Forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse 30 ECTS	X	7-skalen	1

1. eksterne	Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B 30 ECTS	X	7-skalen	2
2. interne	Internationalisering 10 ECTS	X	7-skalaen	3
3. Interne	Valgfrit element 1, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
4. Interne	Valgfrit element 2, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
5. Interne	Praktik, 15 ECTS	X	Bestået/ikke bestået	4
2. eksterne	Afsluttende projekt, 15 ECTS	X	7-skalen	4

2.2 Kerneområder

Uddannelsen dækker fem kerneområder som 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 handle operationelt på det strategiske grundlag på henholdsvis B2B og B2C markeder.

Gennem anvendelse af eksisterende data og teori samt egne kvalitative og kvantitative analyser får den studerende færdigheder til at foretage segmentering, målgruppevalg og positionering på både det danske marked og eksportmarkeder.

Med udgangspunkt i ovenstående samt forståelse af godt købmandsskab og færdigheder i anvendelsen af markedsføringsmæssige handleparametre kan den studerende udarbejde og implementere markedsføringsplaner på det operationelle niveau.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om:

- Forskellige typer forretningsmodeller på B2C og B2B og både analoge og digitale modeller
- Teorier og modeller for dataindsamling og –behandling, statistiske beregninger
- Anvendte teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske situation med fokus på både interne og eksterne forhold
- Teorier og modeller om købsadfærd på B2C og B2B
- Handleparametre i forskellige forretningsmodeller
- Virksomhedens strategiske muligheder for vækst med speciel fokus på vækst gennem internationalisering

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 samt opstille og formidle resultater på professionel vis
- Anvende modeller og teorier til segmentering, målgruppevalg og positionering.
- Anvende modeller og teorier til opstilling af forslag til mix af handleparametre ud fra kendskab til virksomhed og marked
- Anvende modeller og teorier til at identificere vækstpotentiale nationalt og internationalt

Kompetencer

Den studerende kan:

- Udvise godt købmandsskab i en udviklingsorienteret kontekst for en virksomhed
- Deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnære og markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked
- Håndtere markedsføringsplanlægningen for virksomheden herunder de økonomiske implikationer af denne

Kerneområde 2: Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

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

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

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

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

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

Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- Vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, 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
- Vurdere, beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Vurdere aktivitetsbudgetter, likviditetsbudgetter og balancebudgetter
- Vurdere og bestemme optimal pris- og mængdefastsættelse ved forskellige markedsformer
- Vurdere og håndtere effekten af forskellige markedsindgreb.
- Anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder

Kompetencer

Den studerende kan:

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

Kerneområde 3: Salg og Markedskommunikation

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

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

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

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

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

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

Færdigheder

Den studerende kan:

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

Kompetencer

Den studerende kan:

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

Kerneområde 4: Erhvervsret

Omfang: 5 ECTS

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

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

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

Færdigheder

Den studerende kan:

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

Kompetencer

Den studerende kan:

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

Kerneområde 5: Organisation og Supply Chain Management

Omfang: 10 ECTS

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

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

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

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

Læringsmål:
Viden og forståelse
Den studerende har viden om og forståelse for:

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

Færdigheder
Den studerende kan:

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

Kompetencer
Den studerende kan:

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

2.3 Obligatoriske uddannelseselementer

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

Tabel: Fordeling af ECTS på obligatoriske uddannelseselementer

Obligatoriske uddannelseselementer							
Kerne-områder	**1. semester**			**2. semester**		**3. semester**	**Antal ECTS**
	Forretnings-forståelse	Metode	Markeds-forståelse	Taktisk operationel markedsføring B2C	Taktisk operationel markedsføring B2B	Internatio-nalisering	
Int. Markedsføring	1	6	5	5	3	5	25
Økonomi	1	2	2	6	4	5	20
Salg og Markedskom.			5	5			10
Erhvervsret			2	3			5
Organisation og Supply Chain Management	3	2	1	1	3		10
ECTS i alt	**5**	**10**	**15**	**20**	**10**	**10**	
Udprøvning	**1 prøve**			**1 prøve**		**1 prøve**	**70**

Obligatorisk uddannelseselement: Forretningsforståelse
Omfang: 5 ECTS – 1. semester
Indhold:

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

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

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

Obligatorisk uddannelseselement: Metode

Omfang: 10 ECTS 1. semester

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

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

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

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i:

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

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

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

Obligatorisk uddannelseselement: Markedsforståelse

Omfang: 15 ECTS 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde, gennemføre og anvende analyser til opnåelse af overordnet markedsforståelse.
På det operationelle niveau får den studerende kompetence til at gennemføre salg til virksomhedens kunder.
I dette uddannelseselement indgår jura som en vigtig komponent i at forstå de reguleringer virksomheden vil møde på markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens strategiske situation:
- At vurdere virksomhedens produkt-/markedsportefølje i forhold til kunder og konkurrenter.
- At identificere virksomhedens kunder og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd – både btb og btc.
- At vurdere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletals betydning for virksomhedens markedssituation
- At vurdere befolkningsudvikling, arbejdsmarkedet og indkomsten i forhold til markedssituationen,
  at vurdere kulturens betydning i en forretningsmæssige og kommunikativ sammenhæng
- At vurdere effekten af forskellige markedsindgreb, herunder handelspolitiske indgreb på virksomhedens aktiviteter
- At anvende juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til aftaleret
- At anvende segmentering af markedet, vælge målgrupper og positionere virksomheden og dennes produkter eller services
- At vurdere strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg, fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- At anvende forhandlingsteorier og –modeller til at gennemføre en konkret salgsforhandling

- At vurdere virksomhedens placering i forsyningskæden og anvende dette i salg- og kommunikationssammenhænge

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i planlægningen af udvælgelsen af relevante markeder for virksomheden ud fra konkurrencemæssige forhold
- At håndtere udviklingsorientrede situationer i organisationens verbale og non-verbale kommunikation til andre kulturer
- At håndtere udviklingsorientrede situationer i forbindelse med virksomhedens salgsplanlægning, -organisering, implementering og opfølgning
- At deltage i forhandlinger med faglig og personlig gennemslagskraft
- At i en struktureret sammenhænge kunne tilegne sig ny viden om lovgivning i forhold til markedet
- At håndtere den samfundsmæssige effekt af forskellige markedsindgreb i forhold til virksomhedens aktiviteter

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2C

Omfang: 20 ECTS - 2. semester

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

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

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

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens parametermix i forhold til virksomhedens målgruppe/r – online og offline

- At opstille forslag til tilpasning af virksomhedens parametermix og vurdere dettes profitabilitet
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsatser
- At opstille markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At vurdere resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At vurdere markedsføringsplanens likviditetspåvirkning
- At opstille en break-even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger, samt grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- At anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
    - Markedsføringsret
    - E-handel
    - Køberet, herunder
        - Risikoovergang
        - Levering
        - Sikring af købesummen ved ejendomsforbehold
        - Misligholdelse i handels- og forbrugerkøb
- At anvende regler for indsamling og behandling af persondata
- At opstille markeds- og kommunikationsmål i forhold til den valgte målgruppe
- At opstille et brandpositioning statement
- At opstille analyser og vurdering af medieplaner og kreative oplæg
- At anvende opdaterede teknikker og redskaber til at designe virksomhedens interne og eksterne kommunikation
- At vurdere betydningen af relevante værdier i en markedsmæssig kontekst
- At anvende teoretiske og praktiske redskaber til planlægning og implementering af markedskommunikationsopgaver
- At vurdere og anvende optimering af organisationens anvendelse af promotion ressourcer
- At vurdere og anvende retoriske strategier baseret på brand positioning, målgruppe og anvendt medie
- At analysere og vurdere virksomhedens muligheder inden for omnichannel herunder space management, sortimentsstyring, distribution

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

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

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2B

Omfang: 10 ECTS – 2. semester

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

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

- Virksomhedens parametermix på B2B markedet
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Salgsstrategier B2B – online og offline
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhedens økonomi
- Grundlæggende budgetkontrol
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteter i forbindelse med prissætning for et produkt
- Viden om relationstyper og SCM samarbejde

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling i en B2B kontekst
- At anvende grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At anvende prisstrategier og pisfastsættelsesmetoder
- At analysere og vurdere virksomhedens relationstyper samt SCM samarbejde ud fra styrker og svagheder

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

- At håndtere B2Bmarkedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden – herunder: gennemføre organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag, samt formidling til samarbejdspartnere og brugere.
- At deltage i styring markedsføringsplanens økonomiske konsekvenser
- At håndtere optimering af virksomhedens forsyningskæderelationer

Obligatorisk uddannelseselement: Internationalisering

Omfang: 10 ECTS – 3. semester

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

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

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

Færdigheder
Den studerende skal have færdigheder i:

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

Kompetencer
Den studerende opnår kompetence i:

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

2.4 Praktik

Praktik
Indhold

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

Omfang: 15 ECTS - 4. semester

Læringsmål:
Viden
Den studerende skal:
- have dybdegående viden om erhvervet/professionen
- have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver inden for det erhvervsøkonomiske felt

Færdigheder
Den studerende skal kunne:
- Anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Anvende indsamlet viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt
- Anvende uddannelsens metoder og teorier i deltagelse i løsningen af virksomhedens opgaver
- Formidle og kommunikere professionelt med kollegaer, kunder og andre interessenter

Kompetencer
Den studerende kunne:
- I en struktureret sammenhæng reflektere over og forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori og metoder i praksis
- Håndtere sin egen faglige og personlige rolle i forhold til de konkrete opgaver og deltage i et fagligt og tværfagligt samarbejde
- I en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet.

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. Projektet udarbejdes i samarbejde med en konkret virksomheden og tager udgangspunkt i aktuelle problemstillinger for denne virksomhed.
Omfang: 15 ECTS – 4. semester
Læringsmål: **Viden** Den studerende har viden om: • Metoder til identifikation og løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for professionen på et erhvervsøkonomisk grundlag **Færdigheder** Den studerende kan: • Identificere udviklingsbehov og -potentiale for en virksomhed • Vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte metoder til løsning af problemstillingen • Anvende metoder og redskaber til systematisk indsamling og analyse af både primær og sekundær data • Anvende værdiskabende aktiviteter og opstille forslag på baggrund af den valgte problemstilling • Opstille og formidle beslutningsoplæg herunder økonomiske konsekvensberegninger og implementeringsplaner • Anvende og formidle nye perspektiver med udgangspunkt i en konkret problemstilling **Kompetencer** Den studerende kan: • Deltage I fagligt og tværfaglig, helhedsorienteret og praksisnært samarbejde • Formidle og begrunde praksisnære problemstillinger og løsningsforslag til relevante interessenter • Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring • Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
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

baggrund 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.

3.1.2 Dispensationsregler

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

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	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Alt. Decembe r/Januar		

Taktisk og operationel markedsføring B-B				Skriftlig og digital		
Eksamen i Internationa-lisering	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skriftlig	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement 1 (3. interne eksamen)	Intern	Instititui-onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr/mdt.	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement 3 (4. interne eksamen)	Intern	Instititui-onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr/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: 4 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: 4 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: 7,5 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: 7,5 ECTS

Indhold:

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

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
-
- Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret 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.

Øvrige valgfag

Erhvervsret
5 ECTS
Indhold: • International ret • Fordringer • Juridisk metode
Læringsmål: *Viden* Den studerende skal have viden om: • Andre mellemmænd end fuldmægtige • Grundlæggende skatteret *Færdigheder* Den studerende skal have færdigheder i at kunne: • Regler for international proces og privatret • Regler for internationale løsørekøb • Kreditaftaler og ejendomsforehold • Almindelige regler for fordringer • Overdragelse af fordringer • Erstatningsret herunder andre ansvarsgrundlag end culpareglen *Kompetencer* Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne: • National aftale og købsret • Formulering af skriftlige svar på juridiske opgaver ved brug af almindelig juridisk metode

Salg
5 ECTS
Indhold:

- Planlægning og udførsel af salget
- Håndtering af større kunder
- Kunder som samarbejdspartnere
- Relations opbygning
- Eksportsalg

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.

Digital Markedsføring

5 ECTS

Indhold:

- Etablering af on line markedsføring
- Content marketing
- Planlægge og gennemføre marketingtiltag og vurdere effekten af disse på de digitale platforme
- Arbejde med SEO og webstatistik

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og den digitale strategis betydning og relevans.
- Strategisk anvendelse af digital marketing i relation til virksomhedens kommunikationsstrategi

Færdigheder :

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online
- SEO optimere en hjemmeside/blog
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder
- Vurdere og begrunde behov samt og udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
- Analysere og udvikle relevant "content" til virksomhedens digitale kommunikation
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi
- Udarbejde en kampagne på sociale medier med relevant for en valgt målgruppe.
- Anvende forskellige analytics og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater

Kompetencer :

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsførings-indsats

Innovation

Omfang: 5 ECTS

Indhold:

- Arbejde med innovationsmodeller og værktøjer
- Vurdering af innovationsbehov
- Idegenerering
- Forretningsplaner
- Implementering af innovationstiltag

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

Entreprenørskab

5 ECTS

Indhold:

- Forretningsplanen
- Særlige udfordringer ved start af virksomhed
- Rentabiliteten af tiltag
- Pitching af ideer
- Investeringer og investorer

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:
• Entreprenørskab og intraprenørskab
• Viden om, hvordan iværksætteren kan genkende og udvikle nye muligheder, som andre ikke ser.
• Hvordan iværksætteren kan identificere attraktive markeder.
• Sådan oprettes en konkurrencemæssig fordel
• Hvordan det ydre miljø påvirker iværksætteren og processen.
• Relevante teorier og modeller for iværksætteri.
• udvikling af Forretningsplan
• Trin der kræves for at starte en virksomhed.
• Hvordan til at erhverve ressourcer til at starte en ny virksomhed.
• Juridiske spørgsmål vedrørende patenter, ophavsret og selskab ejerskab.

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:
• Anerkend betydningen af iværksætteri og profil af iværksættere og deres rolle i den økonomiske vækst
• Identificere og anvende elementer af iværksætteri og entreprenørielle processer;
• Analysere markedsmuligheder og evaluering.
• Analysere industri, organisatoriske og finansielle faktorer for et nyt forretningskoncept
• Udvikle forretningsplaner og implementeringsplan for et nyt forretningskoncept.
• Forberede og præsentere en elevator pitch
• Identificere de nødvendige finansielle og ikke-finansielle ressourcer til rådighed for en ny venture.
• Identificere juridiske spørgsmål, der påvirker udviklingen, ejerskab og drift af et nyt selskab.

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:
• Forstå udviklingen af iværksætteri som et fagområde og som et erhverv.
• Analysere, vurdere og skøn gennemførlighed, rentabilitet og risiko for at starte en ny virksomhed eller vækst i en eksisterende virksomhed.
• Arbejde med og nuværende forretningsplaner.
• Forstå kriterier investor finansiering og kontraktvilkår.

Kommunikation

5 ECTS

Indhold

- Branding både b-t-c og b-t-b
- Content Marketing
- Kommunikationsstrategi
- Kommunikationsplanlægning og gennemførelse

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal lære om:

- hvad indeholder begrebet ”branding”
- hvordan bruges branding som strategisk redskab
- modelapparat, som kan anvendes til en branding-strategi
- branding på både b-t-c, b-t-b og på corporate niveau, og forholde sig til alle de aspekter, som i dag influerer på virksomhedens branding.
- Content Marketing med relevans for en given målgruppe, som del af SoMe kampagne
- Opnå viden om medier og platformes kommunikative karakteristika

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- At analysere og udarbejde en branding strategi
- Udarbejde forskellige kommunikationsstrategier for forskellige stakeholders og situationer
- Kende forskelle i forskellige branding og kommunikationsstrategier
- Kunne arbejde med forskellige brandtyper b2c og b2b
- at identificere relevante stakeholders og opstille konkrete kommunikationstiltag.
- at opstille et forslag til en given strategisk kommunikationsplatform ud fra virksomhedens strategier og værdier

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- koble medievalg i forhold til kommunikationsstrategi og –politik
- Implementere virksomhedens PR og branding ift. målgrupper

5.1 Fag og placering

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer som beskrevet ovenfor. Oprettelse af et valgfag er betinget af et tilstrækkeligt antal tilmeldte studerende.

5.2 Eksamen i valgfri uddannelseselementer

De valgfri uddannelseselementer udprøves efter 3. semester som 3. og 4. interne eksamen. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

Eksamen i statistik

4 timers skriftlig prøve

Eksamen i driftsøkonomi

4 timers skriftlig prøve

Eksamen i jura

3 timers skriftlig prøve

Eksamen i Innovation

Skriftligt projekt i grupper af 3-5 med udgangspunkt i en konkret case eller virksomhed. Nærmere krav til opgaven kan ses i fagbeskrivelsen.

Eksamen i Entreprenørskab

Skriftligt projekt i grupper af 3-5 med udgangspunkt i en konkret case eller virksomhed. Nærmere krav til opgaven kan ses i fagbeskrivelsen.

Eksamen i Salg

Skriftligt projekt i grupper af 3-5 med udgangspunkt i en konkret case eller virksomhed. Nærmere krav til opgaven kan ses i fagbeskrivelsen.

Eksamen i Digital Marketing

Skriftligt projekt i grupper af 3-5 med udgangspunkt i en konkret case eller virksomhed. Nærmere krav til opgaven kan ses i fagbeskrivelsen.

Eksamen i Kommunikation

Skriftligt projekt i grupper af 3-5 med udgangspunkt i en konkret case eller virksomhed. Nærmere krav til opgaven kan ses i fagbeskrivelsen.

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 indstilles 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 være afleveret og godkendt:

1. semester:

Projekt 1, 2 og 3
Projekter 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.

Prøveeksamen i 1. interne

2. semester:

Projekt 4 og 5
Projekt der omhandler virksomheders udfordringer ved markedsføring b-t-c og b-t-b. De studerende udarbejder en rapport til virksomheden i gruppe og individuelt.

Prøveeksamen i 1. eksterne

3. semester:

Projekt 6

Prøveeksamen i 2. interne

Der kan kræves tilstedeværelsespligt til visse valgfag. Dette vil fremgå af fagbeskrivelsen.

Det er ikke et krav at den studerende består intern test/prøveeksamen for at gå til den ordinære eksamen.

For projekterne (temaerne) 2-6 gives bedømmelse som påføres et temabevis, der udleveres som bilag til eksamensbeviset.

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 sags arkiv.

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.

<u>Aktiviteter med deltagelsespligt:</u>

Forudsætning for eksamen:

Se under 7.0

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. Manglende studieaktivitet/fremmøde kan føre til udeukkelsse 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

Bacheloruddannelsen i Business Management across Europe tager tre år og læses i tre forskellige lande.

De første 2 semestre læses på IBA i Danmark. For at kunne deltage i Bacheloruddannelsen i Business Management across Europe er det en forudsætning, at 3. semester læses på UCLL i Leuven, Belgien.

Efter 3. semester kan du vælge, om du vil gennemføre dit praktikophold på 4. semester i Danmark eller om du vil blive i Leuven, Belgien.

På det tredje år er der mulighed for at vælge mellem flere forskellige universiteter i enten Storbritannien eller Frankrig.

Hvis den studerende i slutningen af første år ikke ønsker at læse på UCLL i Belgien, kan man vælge at afslutte markedsføringsuddannelsen på et almindeligt forløb på IBA.

19. IKRAFTTRÆDELSESBESTEMMELSER

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

20. HENVISNING TIL GÆLDENDE RETSREGLER

Studieordningen er udarbejdet efter retningslinjerne i Bekendtgørelse om erhvervsakademi-uddannelser og Professionsbacheloruddannelser – BEK nr. 1521 af 16/12/2013 samt Bekendt-gørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK) - BEK nr 829 af 04/07/2015.

Desuden gælder følgende bekendtgørelser og love:

- LBK nr. 1147 af 23/10/2014:
  Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannel-ser

- BEK nr. 829 af 04/07/2015: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK)

- BEK nr. 85 af 26/01/2016:
  Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 1046 af 30/06/2016:
  Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr 114 af 03/02/2015:
  Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 597 af 08/03/2015:
  Bekendtgørelse om talentinitiativer på de videregående uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område (talentbekendtgørelsen

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

BILAG

4.6 :

Eksamensbeskrivelser:

1. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER
PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. interne – beslutningsoplæg	
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 30 minutter 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

2. semesters prøver i obligatoriske uddannelseselementer

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. eksterne – <u>case eksamen</u>	
Facts om årsprøven jf. studieordningen	Den tværfaglige case eksamen er en 6 timers prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Case eksamen 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 Wiseflow det angivne link. 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 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:** Skal uploades på Wiseflow **Elektronisk aflevering**: Skal uploades på Wiseflow
Bedømmelse	Der gives en karakter efter 7-skalaen Karakteren vil blive offentliggjort via Wiseflow – 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.

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 eller 3 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 Wiseflow 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 uploades på Wiseflow**
Bedømmelse	Der gives karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.
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 Black Board.

4. semester prøve i obligatoriske uddannelseselementer

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

3.og 4 interne eksamen - Valgfag

Eksamensform	Skriftlig gruppe prøve i de valgte valgfire uddannelseselementer på 3. semester. Den skriftlige prøve tager udgangspunkt i et case oplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med de valgte elementer. Case oplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om • Virksomhed og produktområder • Information om diverse relevante markeder, konkurrenter m.m. • Diverse kilder For valgfagene statistik, driftsøkonomi og erhvervsret er der tale om skriftlige, individuel eksamen af 4 timers varighed. Erhvervsret (5 ects) dog 3 timer.
Varighed	Den skriftlige prøve er en gruppe eller individuel opgave som laves hen over forløbet. Den mundtlige prøve kan foregå i grupper eller individuelt.
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 Wiseflow 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: *3. 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 uploades på Wiseflow**
Bedømmelse	Der gives karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.
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 Black Board.