

Dania

ERHVERVSAKADEMI

Valgfag på Markedsføringsøkonom Årgang 2023-2025 *Sommerstart*

Erhvervsakademi Dania

Gældende fra 30.08.2023



Ændringslog:

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
1	29.06.2023	Mariann Platen/Mette Sutherland	Nyt valgfagskatalog for årgang 2023-2025, sommerstart.

Der tages forbehold for eventuelle trykfejl og ændringer

Indhold

1. Indledning	4
2. Retningslinjer for valgfag	4
2.1 Oversigt over valgfag	5
2.1. Valgfag i udlandet	5
SoMe Summer School, Toronto, Canada	5
3. Beskrivelse af valgfag	6
3.1 Promotion	6
3.2 Business Lab	10
3.3 Dataanalyse	13
3.4 Online marketing	16
3.5 Sustainability Marketing	19
3.6 Summer School in Social Media (Humber College, Toronto, Canada) Fejl! Bogmærke er ikke defineret.....	
3.7 Vietnam Summer (HUTECH University of Technology, Ho Chi Minh City)	25

1. Indledning

Uddannelsen indeholder ud over de nationale fagelementer også valgfag, der i alt udgør 20 ECTS. Valgfagene giver den studerende mulighed for at kvalificere sine studie- og erhvervskompetencer, toning og perspektivering af emner, der bredt relaterer sig til uddannelsens beskæftigelsesområde.

Institutionen er ikke forpligtiget til at gennemføre alle udbudte valgfag, men der gennemføres et passende antal efter en faglig og kapacitetsmæssig vurdering.

Valgfagskataloget træder i kraft den 30.08.2023.

I dette katalog præsenteres en oversigt over valgfag for efterår 2024.

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

2. Retningslinjer for valgfag

Når du vælger valgfag, skal du være opmærksom på følgende:

- Alle valgfag bliver løbende justeret, så de matcher udviklingen i de brancher og arbejdsområder, som uddannelsen sigter imod.
- Valgfagene giver dig mulighed for at tone din uddannelse inden for uddannelsens fagområder, så du kan styrke din faglige profil i forhold til dine interesseområder.
- Vi bestræber os på at oprette et bredt udsnit af valgfag. Antallet af studerende på uddannelsen og tilgængeligheden af kvalificerede undervisere er dog afgørende for, om et fag kan udbydes.
- Valgfag udbydes ikke, hvis antallet af studerende er utilstrækkeligt for at opnå et tilfredsstillende fagligt niveau.

2.1. Gældende for valgfag som udbydes på engelsk:

Fag som udbydes på engelsk, herunder Summer School, kræver engelsk på B-niveau.

Valgfagene udbydes på engelsk på Campus Viborg, hvortil der er sprogkrav om engelsk på B-niveau. Hvis dette ikke opfyldes, er det muligt at tage en sprogtest for at imødekomme kravet om engelsk på B niveau, eller følge valgfag hybridt fra Campus Randers hvor de udbydes på dansk. Se nedenstående oversigt.

Følgende sprogtest erstatter kravet om engelsk på B-niveau:

- 1) En TOEFL-test med et testresultat på mindst 83 eller
- 2) IELTS-test med testresultat på mindst 6,5.

Sprogkravet kan også opfyldes gennem en prøve, som udbydes af institutionen.

For nærmere information om sprograv og opfyldelse heraf, kontakt Flemming Kjærsgaard Andersen på fka@eadania.dk.

2.2. Oversigt over valgfag

Valgfag udgør i alt 20 af uddannelsens samlede antal ECTS.

Der kan vælges mellem 6 valgfag på 3. semester, dog skal der vælges ét på 10 ECTS samt to valgfag af 5 ECTS.

- Promotion 10 ECTS
- Business Lab 10 ECTS
- Dataanalyse 5 ECTS
- Online marketing 5 ECTS
- Sustainability Marketing 5 ECTS
- Social Media, Summerschool 5 ECTS
- Vietnam Summer School 5 ECTS

Valgfagene udbydes fysisk og hybridt på de pågældende lokationer, med undtagelse af Summer Schools, jf. nedenstående tabel.

Semester	Lokation	Fag	ECTS	Sprog	Minimum antal deltagere*
3. semester	Randers	Promotion	10	Dansk	12
3. semester	Viborg	Business Lab	10	Engelsk	12
3. semester	Viborg	Dataanalyse	5	Engelsk	12
3. semester	Randers	Online marketing	5	Dansk	12
3. semester	Randers og Viborg	Sustainability Marketing	5	Dansk (Randers) Engelsk (Viborg)	12
3. semester	Toronto, Canada	Social Media Summerschool	5	Engelsk	-
3. semester	Ho Chi Minh City, Vietnam	Vietnam Summer School	5	Engelsk	-

* Minimum kan afvige ud fra vurderingen af holdstørrelsen.

2.3. Valgfag i udlandet

Du kan vælge at gennemføre et eller flere af dine valgfag på en uddannelsesinstitution i udlandet. Hvis du ønsker et studieophold i udlandet, skal du kontakte Flemming K. Andersen (FKA@Eadania.dk) for nærmere information.

SoMe Summer School, Toronto, Canada

I samarbejde med Humber College og EAAA udbydes dette 3 ugers valgfag som foregår i Toronto, Canada. Det arbejdes med udvikling af indhold til Social Medier, skabelse af sociale effekter og opfølgning på disse. Sammen med studerende fra hele verden arbejdes der i grupper på en case fra en rigtig virksomhed. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.6.

Summer School, Ho Chi Minh City, Vietnam

I samarbejde med HUTECH University of Technology udbydes dette 2 ugers valgfag som foregår i Ho Chi Minh City, Vietnam. Der arbejdes med internationale kompetencer i kultur og business. Sammen med internationale studerende arbejdes der gruppevis og caseorienteret. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.7.

3. Beskrivelse af valgfag

3.1 Promotion

I valgfaget promotion opnår den studerende konkrete færdigheder i anvendelse af markedsførings-værktøjer til kommunikation af brand og budskaber. Samtidig erhverves bløde færdigheder i valg af relevante markedsføringstiltag, planlægning af en kampagne og evaluering af effekten.

Emner

- Grafisk design til online og offline medier
- Visuel identitet i sammenhæng med ønsket brand position
- Kreativ problemløsning
- Design guide
- Kampagneplanlægning
- Præsentation af kreative løsninger
- Tekstforfatning
- Videoproduktion
- Medieudvælgelse
- Evaluering af kampagnetiltag

Læringsmål for Promotion

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Logotyper, typografi, farveteori i relation til brand voice/tone
- Praksis og centralt anvendt teori indenfor grafisk design
- Målrettede kampagner i relation til valg af medier og indhold (tekst, billeder og video)

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Udarbejde og følge op på et kreativt oplæg, samt pitche løsningen i et bredere forum
- Planlægge og eksekvere designkoncept, kampagner og reklamemateriale til online og offline medier
- Kombinere medier, budskaber og indhold med henblik på synergi i kampagneindsatsen

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- Udarbejde og følge designoplæg på baggrund af et kreativt oplæg, markedssituation og budget
- Planlægge og gennemføre realistiske reklamekampagner online/offline og på tværs af medie
- Tilegne sig grundlæggende viden, færdigheder og kompetencer indenfor design og udvikling af digitalt indhold

ECTS-omfang

Fagelementet Promotion har et omfang på 10 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Formålet med prøven er at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet. Opgaven udarbejdes for en nærmere defineret samarbejdsvirksomhed og består af tre dele - en design del, en kampagnedel og en skriftlig del. Der tages udgangspunkt i samarbejdsvirksomhedens udfordringer og kundernes købsadfærd, som er lært på 2. semester. Med dette udformes der løsninger med hjælp fra de værktøjer, de studerende har mødt i studiet på 3. semester.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Promotion. Læringsmål fremgår ovenfor.
Tilknyttede ECTS	10 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået. For at gå til den mundtlige del af eksamensprojektet skal indholdet af den skriftlige opgave opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret. Det er en forudsætning for at gå til mundtlig prøve, at man via underskrift bekræfter aflevering. Dette sker rent praktisk ved upload i WISEflow, at man er ansvarlig for projektudarbejdelsen.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	Mundtlig gruppeprøve med afsæt i en skriftlig gruppeopgave. Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online/offline), hvorpå du er indskrevet på studiet.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<u>Skriftlig opgave</u> Opgaven skal udarbejdes i grupper 3-5, og skal indeholde analyser og anbefalinger, der dokumenterer de studerendes opnåelse af kompetencemålet, herunder arbejdet med udvalgte og væsentlige videns- og færdighedsmål. Opgaven udarbejdes for en nærmere defineret samarbejdsvirksomhed og består af tre elementer: <ol style="list-style-type: none"> 1. Én fil med brand guide. Brand-guiden skal indeholde gruppens forslag til samarbejdsvirksomhedens nye brand identitet og tilsvarende nye visuelle identitet. Brand-guiden skal indeholde specifikationer for alt, hvad der spiller en rolle for et brands udseende og fornemmelse – alt fra typografi og farve til logoer og billeder. Det lader alle vide præcis, hvordan man præsenterer et brand for verden. 2. Én fil med den foreslåede kampagne samt det tilhørende design og tekst til alle de foreslåede medier. Kampagnedelen skal indeholde gruppens forslag til en konkret udformet kampagne for samarbejdsvirksomheden med et for gruppen defineret mål og budget. Alle elementer i gruppens kampagne skal vises med grafik, billeder, budskab, tekst og film. 3. Én fil i form af en skriftlig opgave, der præsenterer alle argumenter for gruppens valg og overvejelser. Den skriftlige del skal indeholde gruppens argumenter for de valg, de har truffet for dels at udforme brand identitet

	<p>og visuel identitet og dels for at nå det fastsatte mål for kampagnen, herunder også de økonomiske konsekvenser, kampagnen vil have for virksomheden. Gruppens argumenter tager udgangspunkt i fundament for kundernes købsadfærd, som er lært på 2. semester og udformet med hjælp fra de værktøjer, de har mødt i studiet på 3. semester. Denne fil må ikke være på mere end 10 sider, dvs. maksimalt 24.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og billeder, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).</p> <p>Der er ikke specifikke krav til, hvor mange elementer kampagnen skal indeholde, men der lægges vægt på, at de studerende kan vise, at de har et realistisk forhold til, hvilke elementer der kræves for at kunne nå deres mål, samt at de kan vise en bredde i de faglige værktøjer, de kan anvende.</p> <p><u>Mundtlig gruppeprøve</u></p> <p>Der afsættes 10 minutter til eksamination per studerende. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 50 minutter pr. gruppe. Alle gruppemedlemmer skal præsentere og kunne besvare spørgsmål.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den mundtlige del af prøven indledes med en præsentation af det udarbejdede produkt fra gruppen samt en præsentation som tager udgangspunkt i projektet (10-20 min. afhængig af gruppestørrelse) • Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og de bagvedliggende refleksioner (15-30 min. afhængig af gruppestørrelse) • Votering og karaktergivning (5-10 min.)
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-skalaen</p> <p>Der gives en samlet individuel karakter. Bedømmelsen er baseret på såvel det skriftlige produkt samt den studerendes mundtlige præsentation.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurdering af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sammenhængen mellem den stillede opgave og den udarbejdede løsning • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder fra valgte fag • Evnen til at bruge de faglige begreber samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber • Evnen til at reflektere ift. forbedring af tidligere afleveret produkter <p>Ved den mundtlige prøve lægges vægt på:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den mundtlige præsentation af projektet og dets vigtigste konklusioner, faglig indsigt og fordybelse i den faglige dialog samt kombination af viden fra valgte fag • Eksaminandens evne til at foretage tværfaglige overvejelser i forbindelse med Eksamensforudsætningerne, herunder argumentation for forbedringer • Refleksion over kvaliteten af det gennemførte arbejde <p>Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsbedømmelse for <i>både</i> den skriftlige opgave og den mundtlige præstation.</p>

Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.2 Business Lab

Dette valgfag udbydes kun på engelsk, hvorfor beskrivelsen er på engelsk.

Content

Developing your strategic thinking skills isn't enough to get you promoted. To advance in your career, you need to demonstrate them. The course focuses on Business Development and it will give you the ability to develop and realise visions, ideas, and concepts. Through practical Project Management, you will acquire theories and tools to apply in your work for real organisations. The course will enable you to further qualify your work, develop yourself, and develop your direction and career path.

Topics

- Various methods of business plan developments
- Strategic thinking
- Various methods of entrepreneurial and intrapreneurial development

Learning objectives for Business Lab

Knowledge

The student shall have knowledge of:

- Organisational Design, Development as well as the Psychology behind making choices
- Business Model Design, Prototyping, Marketing and Branding, Entrepreneurship and Regenerative Approaches to Entrepreneurship and Business

Skills

The student shall have skills in:

- Designing, facilitating, and leading processes in diverse groups from conception to realisation
- Crafting a business plan for a specific business venture and choosing relevant Key Performance Indicators
- Investigating, reading, and understanding patterns, trends and tendencies

Competencies

The student shall acquire competencies to:

- Create multiple layers of value for your customers and stakeholders both short term and long term
- Communicate and align your team around strategic goals
- Strategically develop businesses on a commercial level for start-ups, initiatives within existing organizations, or enterprising projects

ECTS-omfang

The subject element Business Lab is weighted 10 ECTS credits.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	I forbindelse med eksamen præsenteres resultaterne for case-virksomheden, så de kan handle direkte på anbefalingerne og flytte virksomheden fremad.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmål fra valgfaget Business Lab. Læringsmål fremgår af den lokale del af studieordningen under pkt. 3.2.
Tilknyttede ECTS	10 ECTS
Forudsætningskrav	<p>Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået.</p> <p>For at gå til den mundtlige del af eksamensprojektet skal indholdet af den skriftlige opgave opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret. Det er en forudsætning for at gå til mundtlig prøve, at man via underskrift bekræfter aflevering. Dette sker rent praktisk ved upload i WISEflow, at man er ansvarlig for projektudarbejdelsen.</p> <p>Desuden vil "activity completion" i Moodle og gruppe-Mural fungere som dokumentation for gennemførte aktiviteter. Begge elementers komplette udfyldelse er en forudsætning for evaluering af den skriftlige opgave, og derfor vil en manglende udfyldelse vurderes som ikke afleveret, og den studerende vil derfor have brugt et prøveforsøg. Opfyldes forudsætningskravet ikke, kan den studerende ikke deltage i prøven og bruger et prøveforsøg. Dette gælder både for ordinære prøver og omprøver.</p>
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før den mundtlige prøve
Form	<p>Mundtlig gruppeprøve med afsæt i en skriftlig opgave.</p> <p>Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online/offline), hvorpå du er indskrevet på studiet.</p>
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Skriftlig gruppeopgave</u></p> <p>Der udarbejdes i grupper af 3-5 en samlet anbefaling til virksomheden i form af konkrete strategiske scenarieplaner, som virksomheden kan handle på. Med udgangspunkt i disse laves en skriftlig aflevering, der dækker alle elementer i De Ruijter's 'Scenario Based Strategy'- model.</p> <p>Opgaven skal indeholde analyser og anbefalinger, der dokumenterer den studerendes opnåelse af kompetencemålet, herunder arbejdet med udvalgte og væsentlige videns- og færdighedsmål.</p> <p>Krav til opgaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maximalt 48.000 tegn eksklusiv mellemrum, indholdsfortegnelse og bilag • Skal indeholde introduktion, trends, mission, roadmap, actions, monitoring, options, strategic scenarios, vision, og konklusion • Modellerne fra Mural vedlægges som bilag i udfyldt form • Fuld kildehenvisning samt referencer

	<p><u>Mundtlig gruppeprøve</u></p> <p>Der afsættes 10 minutter til eksamination per studerende. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 50 minutter pr. gruppe. Alle gruppemedlemmer skal præsentere og kunne besvare spørgsmål.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den mundtlige del af prøven indledes med en præsentation af det udarbejdede produkt fra gruppen samt en præsentation som tager udgangspunkt i projektet (10-20 min. afhængig af gruppestørrelse) • Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og de bagvedliggende refleksioner (15-30 min. afhængig af gruppestørrelse) • Votering og karaktergivning (5-10 min.)
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-skalaen.</p> <p>Der gives en samlet individuel karakter. Bedømmelsen er baseret på såvel det skriftlige produkt samt den studerendes mundtlige præsentation.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder. • Evnen til at bruge de faglige begreber, samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber <p>Ved den mundtlige prøve lægges vægt på:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klar kommunikation som case-virksomheden umiddelbart forstår. • Den mundtlige præsentation af projektet og dets vigtigste konklusioner, faglig indsigt og fordybelse i den faglige dialog <p>Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsbedømmelse for både den skriftlige opgave og den mundtlige præstation.</p>
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Engelsk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	<p>Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende.</p> <p>Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.</p>

3.3 Dataanalyse

Dette valgfag udbydes kun på engelsk, hvorfor beskrivelsen er på engelsk.

Purpose

If you are interested in working with online marketing, marketing campaigns, sales or business development, this subject offers an important and basic understanding of the field. With this subject, you will be capable of making money for the company on an informed basis.

You will learn about programs that can help track and process raw data, so that you can make better decisions. You will also learn what kind of data is needed for a general outline to uncover what information is missing in your decision-making process or understanding.

Content

- Key concepts in Data analysis
- The company's internal data sources
- Setting up and use of systems for Data Analysis (ex Google Analytics, MS Power BI, R, Shiny)
- Drawing up KPIs to measure performance

Learning Objectives for Data analysis

Knowledge

The student will gain knowledge about:

- various tools, approaches and methods in data-driven marketing and business development
- the practice and centrally applied theories and methods in practical tasks

Skills

The student will get the skills to:

- select and apply tools in data analysis
- evaluate the most important tools and methods applied in data analysis
- communicate practice-orientated questions and possible data work solutions to the participants, customers, partners and users

Competencies

The student will learn to:

- participate in academic and interdisciplinary collaboration with a professional approach to data analysis
- manage data-driven marketing challenges and business development in relation to decision making
- in a structured context, acquire new knowledge, skills and competencies in relation to data analysis.

ECTS weight

The subject element Data analysis is worth 5 ECTS credits.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Der laves en teoretisk case på baggrund af realistiske data, så man formår at vise hvordan data kan analyseres og præsenteres i et interaktivt dashboard.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Dataanalyse. Læringsmål fremgår af den lokale del af studieordningen under pkt. 3.3.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før aflevering
Form	Individuel skriftlig rapport med digitalt online interaktivt dashboard
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p>Der skal udarbejdes en skriftlig rapport baseret på en case, samt "dashbord" bygget i Google Data Studio (alternativt Shiny, Tableau eller PowerBI).</p> <p>Formkrav til den skriftlige aflevering:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maximalt 12.000 tegn eksklusiv mellemrum, indholdsfortegnelse og bilag • Indhold jf. caseoplæg på Moodle • Klart og tydeligt link til online interaktivt dashboard
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7 trins-skalaen.</p> <p>Der gives en samlet individuel karakter.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evnen til at bruge de faglige begreber, samt værktøjer til at udarbejde løsnings- forslag • Evnen til at svare præcist med anbefalinger relevante for casen • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber <p>Der vil blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det digitale dashboard:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evnen til at udnyttelsen af interaktive funktioner relevant • Evnen til at vælge visualiseringsmetoder der er relevant for den specifikke data
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Engelsk

Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.4 Online marketing

Indhold

I valgfaget online marketing opnår den studerende konkrete færdigheder i anvendelsen af online medier (en virksomheds egne platforme og andres) som kommunikationsplatforme for en virksomheds markedsføringsindsats.

Emner

- Opsætning af website
- Markedsføring via
- Søgeordsoptimering (SEO)
- Søgeordsannoncering (SEM)
- Sociale medier
- E-mail

Læringsmål for Online Marketing

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Foretage søgeordsanalyser
- Online markedsføring, herunder også sociale medier
- Website og CMS-systemer

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Foretage søgeordsanalyser i relation til konkret case
- Udarbejde markedsføringsmateriale på online medier og sociale medier
- Opsætning af website, herunder domæner, hosting og CMS-system

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- Gennemføre realistiske reklamekampagner online
- Drive trafik online med henblik på konvertering

ECTS-omfang

Fagelementet Online marketing har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Prøven har til formål at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet i anvendelsen af online medier som kommunikationsplatforme for en virksomheds markedsføringsindsats. Den primære fokus er på udarbejdelsen af en landing-page (owned media), hvor udarbejdelsen af paid- og earned media aktiviteter skal drive trafik ind på landing-pagen.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Online Marketing. Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før aflevering
Form	Skriftligt gruppeprojekt.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Skriftlig gruppeaflevering</u></p> <p>Opgaven består af to dele, og skal udarbejdes i grupper af 3-5 studerende.</p> <p>1) Dels en enkelt side (landing page), som er et forslag til casevirksomhedens website. Siden skal være opsat med forskellige features i det valgte CMS-system, som understøtter målet med siden, samt indholdet skal SEO-optimeres.</p> <p>2) Dels en skriftlig opgave med forklaring af hensigt med siden og forklaring af relevante plugins, en søgeordsanalyse og illustration af, hvordan søgeordsanalysen er anvendt til SEO-optimering, relevant installation af relevant dataopsamling eller sporing af brugeradfærd, samt opsætning af relevante sociale medier og relation mellem disse og landing page.</p> <p>Det skriftlige projekt afleveres som en fil indeholdende link til den landing page, som er skabt af projektgruppen.</p> <p>Det skriftlige projekt må maksimalt udgøre 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og billeder, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).</p>
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7 trins-skalaen.</p> <p>Ønskes der en individualisering af det skriftlige projekt, skal den enkelte studerendes bidrag kunne dokumenteres i projektet.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder fra valgte fag • Evnen til at bruge de faglige begreber samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder

	<ul style="list-style-type: none"> • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber • Evnen til at reflektere ift. forbedring af tidligere afleveret produkter
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.5 Sustainability Marketing

Indhold

Målet med valgfaget er at bibringe de studerende en forståelse af, hvorfor og hvordan virksomheder kan arbejde i retning af en mere bæredygtig forretningsforståelse. Valgfaget har desuden fokus på erhvervsdrevet social ansvarlighed og på at give de studerende den fornødne indsigt og de fornødne redskaber til at omsætte CSR/bæredygtighed fra tanke til handling.

Emner

- Nøglebegreber indenfor bæredygtighed
- Rapporterings praksis for SMV'er
- Implementering af Verdensmålene i en SMV
- Sustainability Marketing i teorien og praksis

Læringsmål for Sustainability Marketing

Viden

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Corporate Social Responsibility (CSR) og bæredygtighed
- Underliggende økonomiske teorier
- Hvordan elementer af CSR/ bæredygtighed kan skabe værdi i en virksomhed, både i forhold til forretningsudvikling, strategi og i brandingprocessen
- Bæredygtighed som drivkraft bag innovation og som en måde at forstå de nye markedsforhold for både samfund og marked.
- Hvordan Sustainability Marketing kan anvendes som forretningsmodel

Færdigheder

Den studerende kan:

- Identificere CSR-og bæredygtighedselementer i en virksomhed
- Inspirere andre til at arbejde praktisk med CSR og bæredygtighed
- Analysere effekterne af at anvende Sustainability Marketing set i forhold til konkurrencen i branchen
- Analysere de økonomiske konsekvenser af at anlægge en markant grøn profil
- Analysere effekterne på forsyningskæden af et øget fokus på Sustainability Marketing

Kompetencer

Den studerende kan:

- Vurdere en virksomheds evne til at anvende Sustainability Marketing som konkurrenceparameter
- Deltage i innovativ udvikling af nye koncepter med relation til virksomhedens bæredygtighedsprofil

ECTS-omfang

Fagelementet Sustainability Marketing har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	<p>Prøven består af to elementer.</p> <p>Multiple-choice-prøven har primært til formål at teste de studerendes begrebsviden. Sekundært at teste hvorledes denne begrebsviden kan anvendes i forhold til forholdsvis simple case analyser. I multiple-choice-afprøvningen skal de studerende forholde sig til, hvad der er korrekt/forkert i forhold til påstande om specifikke cases. De konkrete cases indgår i undervisningen.</p> <p>Det skriftlige gruppeprojekt har til formål at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet. I dialog/samarbejde med en virksomhed skal den interne situation afdækkes i forhold til virksomhedens erfaringer og kompetencer indenfor bæredygtighed. Der skal udarbejdes en konkret strategi, der giver øget værditilvækst til virksomheden i relation til bæredygtighed. Diskussion vedr. implikationer i forhold til udvalgte elementer i parametermikset bør indgå.</p>
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for det lokale fagelement Sustainability Marketing. Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før aflevering
Form	Skriftligt gruppeprojekt og individuel multiple-choice-prøve
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p>Der skal udarbejdes et skriftligt gruppeprojekt og herefter en individuel multiple-choice-prøve, som foregår på Wiseflow umiddelbart efter aflevering af gruppeprojektet.</p> <p><u>Skriftligt gruppeprojekt</u> Skriftligt projekt som tæller 50% af bedømmelsen: Projektet udarbejdes i grupper af 3-5 studerende. Det skriftlige projekt skal være 18.000-19.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).</p> <p>Ønskes der en individualisering af det skriftlige projekt, skal den enkelte studerendes bidrag kunne dokumenteres i projektet.</p> <p><u>Individuel multiple-choice-prøve</u> Prøven varer 60 minutter. Multiple Choice som tæller 50% af bedømmelsen: Spørgsmålene besvares individuelt umiddelbart efter aflevering af gruppeprojekt i Wiseflow.</p>

Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7 trins-skalaen.</p> <p>Der afgives en samlet individuel karakter, hvor det skriftlige gruppeprojekt indgår med 50% af den samlede bedømmelse, og den individuelle multiple-choice-prøve indgår med 50% af den samlede bedømmelse.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurdering af det skriftlige gruppeprojekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder. • Evnen til at bruge de faglige begreber, samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Prøvens sprog afhænger af, hvilket campus valgfaget udbydes på. Prøvens sprog er dansk i Randers, og engelsk i Viborg.
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.6. Summer School in Social Media

Offered by: Humber College in cooperation with Dania Academy and Business Academy Aarhus

Content

Do you connect with friends on Instagram, Facebook, YouTube, or Twitter? Do you read reviews on social media before checking out a company in-person? Do you ever wonder why online advertising seems to read your mind? Social media is reshaping our communication on every personal and professional level! Stay ahead of the digital marketing curve and learn the fundamental skills needed to stay competitive in your desired industry with the Social Media course, in conjunction with Business Academy Aarhus and Humber College, Toronto, Canada. By using hands-on experience, this course will give you the required expertise to plan, execute, and monitor social media strategies, with the tools industry leaders are already using.

Learning Goals

Knowledge

The student will gain knowledge about:

- Implementation and administration of social media campaigns
- Theories and methods in relation to storytelling and production techniques
- Measuring and analyzing outcomes

Skills

The student will get the skills to:

- Define social media and why it's crucial in a communication strategy, no matter what industry or geography
- Identify social media communities and stakeholders across platforms, and create tailored industry-specific content
- Evaluate the benefits and limitations of SEO tactics
- Create a social media strategy for any organization or brand

Competencies

The student will learn to:

- Manage and integrate the expression of digital media on different digital platforms
- Work in a cross-cultural team
- Develop a digital content strategy for a real-life industry client in Toronto

ECTS-weight

The subject element covers 5 ECTS-points.

Exam description

Placement	July, before start of 3 rd semester.
Purpose	The purpose of the exam is for the student to demonstrate knowledge, skills, and competencies related to the development and implementation of Social Media solutions. Understanding should be illustrated through practical work with a case company. It is expected that the case solution is supported by theories and research related to the issue. Finally, perspectives should be provided regarding practical options for action.

Learning objectives being tested and the related subject elements	The elective exam in the Social Media summer school tests the learning objectives mentioned above.
ECTS	5 ECTS
Prerequisites	<p>Approval of mandatory learning activities in the subject: Active participation in teaching activities, including presentation for the involved company.</p> <p>The prerequisite requirement is not included in the assessment of the exam but is a qualification criterion for being able to participate in the exam. If the student does not meet the prerequisite requirement, he/she cannot participate in the exam and will use one examination attempt.</p>
Deadline for meeting the prerequisites	Two days at the latest before the exam.
Examination Form	A business case conducted in groups of 3 – 6 selected by the lecturers, and an oral group examination with presentation/pitch and dialogue.
Basis of the examination incl. formalities	<p><u>Business case</u></p> <p>The student is required to demonstrate knowledge, skills, and competencies related to the development and implementation of Social Media solutions. Understanding should be illustrated through practical work with a case company. It is expected that the case solution is supported by theories and research related to the issue. Finally, perspectives should be provided regarding practical options for action.</p> <p><u>Oral group exam</u></p> <p>The oral exam is conducted in groups and does not involve voting. The exam will last approximately 30 minutes, depending on group size. During the oral exam, the student presents and elaborates on their problem statement, demonstrating their ability to convert theory into practice. Furthermore, the student is expected to discuss the chosen approaches and alternative methods.</p>
Assessment	Grading is done according to the Danish 7-point scale. The student will receive an individual grade, based on the student's oral presentation. The evaluation is conducted internally.
Assessment Criteria	<p>The overall presentation is evaluated based on the student's pitch, where the student demonstrates the competence to analyze a case company's situation, possible strategies/tactics, and optimization opportunities based on the company's objectives. Additionally, the student should be able to discuss the chosen approaches and alternative methods.</p> <p>A grade of 12 is awarded for an outstanding performance that demonstrates comprehensive fulfillment of all the case issues with few or no insignificant shortcomings in the presentation. The oral presentation also needs to meet all the requirements mentioned above with few or insignificant flaws.</p> <p>A grade of 02 is given for a sufficient performance where the student only meets the minimum requirements for half of the case issues and, during the oral presentation, as a minimum can answer questions related to the optional presentation.</p>
Writing and spelling skills	N/A

Language	English
Aids	All aids are permitted
Enrollment for the exam	When registering for the summer school in Social Media, the student is automatically enrolled for the exam, which takes place at the end of the summer school.

3.7 Vietnam Summer School (HUTECH University of Technology, Ho Chi Minh City)

Offered by: Dania Academy in cooperation with HUTECH University of Technology

Content

The course aims to enhance students' awareness and understanding of the challenges associated with cross-cultural communication and collaboration in the business realm, with a specific focus on Vietnamese/Asian Business Culture.

The objective of the Vietnam Summer school program is to broaden students' knowledge and develop their competencies in "How to Do in Business in Vietnam". The course emphasizes providing students with valuable insights into Vietnamese culture and the country's business environment through firsthand experiences. By doing so, it aims to equip students with the skills necessary to navigate an international business setting effectively and provide expert guidance to future employers on conducting business in or with Vietnam.

The Vietnam Summer school program incorporates various elements, including classroom instruction, workshops, teamwork activities, company visits, and field trips. Additionally, students will engage in project-based assignments and personal reflection to further enhance their learning experience.

Learning objectives

Knowledge

The student will gain knowledge about:

- Basic knowledge of culture and cultural differences
- In-depth knowledge of Vietnamese culture
- Knowledge of how culture influences the operations of international companies.

Skills

The student will get the skills to:

- Analyze behavioral differences across diverse cultures
- Analyze the difference between European/Danish and Vietnamese culture
- Analyze specific issues related to the internationalization process of companies

Competencies

The student will learn to:

- Apply their understanding of Vietnamese culture in specific business contexts
- Advise future employers how to do business in or with Vietnam

ECTS-weight

The subject element covers 5 ECTS-points.

Exam description

Placement	August, beginning of 3 rd semester.
Purpose	To assess to which degree the students fulfill the learning objectives.
Learning objectives being tested and the related subject elements	The elective exam in the Vietnam summer school tests the learning objectives mentioned above.
ECTS	5 ECTS
Prerequisites	None.

Deadline for meeting the prerequisites	None.
Examination Form	Business case conducted in groups, an individual written essay, and an oral group examination.
Basis of the examination incl. formalities	<p><u>Group business case</u> During the course students will have to build a business case in which they analyze and qualify a business opportunity which connects the Denmark/Europe and Vietnam/Asia regions. The business case is developed in groups of 2-5 students and must result in a business concept in form of a group presentation.</p> <p><u>Individual written essay</u> Besides the group presentation, the students must hand in an individual essay on a cultural experience (2 pages).</p> <p>To attend the oral group examination, students must hand in their group presentation and individual essay before the stipulated deadline.</p> <p><u>Oral group examination</u> The business case is assessed in an oral group examination. There is a total of 15 minutes per group + additional 5 minutes pr. group member for the oral exam, not including voting time.</p> <p>The oral exam starts with a 10-minute presentation by the students, then dialogue for 10-25 minutes depending on group size, and finally 5 minutes of voting on the grade.</p>
Assessment	Grading is done according to the Danish 7-point scale. An individual grade is awarded based on the group's business case, the student's individual essay and the student's oral presentation. The exam has internal assessment.
Assessment criteria	<p>The ability to fulfill the learning objectives of the Vietnam Summer school program.</p> <p>A grade of 12 is awarded for an outstanding performance that demonstrates comprehensive fulfillment of all the case issues with few or no insignificant shortcomings in the presentation. The oral presentation also needs to meet all the requirements mentioned above with few or insignificant flaws.</p> <p>A grade of 02 is given for a sufficient performance where the student only meets the minimum requirements for half of the case issues and, during the oral presentation, as a minimum can answer questions related to the optional presentation.</p>
Writing and spelling skills	Part of the overall assessment.
Language	English
Aids	All aids are permitted
Enrollment for the exam	When registering for the Vietnam summer school, the student is automatically enrolled for the exam, which takes place at the end of the summer school.