

**Studieordning for uddannelsen**

**MARKEDSFØRINGSØKONOM (AK)**

**Erhvervsakademi Dania**  
**Viborg**  
**Randers**



**2014 - 2016**

Studieordning for uddannelsen til  
Markedsføringsøkonom (AK) ved Erhvervsakademi Dania

*Prinsens Allé 2, Viborg / Minervavej 63, Randers  
1. september, 2014.*

Der tages forbehold for eventuelle trykfejl og ændringer

## Indholdsfortegnelse

|   |    |
|---|----|
| INTRODUKTION TIL STUDIEORDNINGEN .....                                      | 5  |
| 1. Uddannelsen .....  | 5  |
| 1.1. Formål.....  | 5  |
| 1.2. Omfang .....   | 5  |
| 1.3. Mål for læringsudbytte .....   | 6  |
| 1.4. Titulatur .....  | 7  |
| 2. Uddannelsens indhold og struktur .....                                   | 7  |
| 3. Læringsmål for kerneområderne .....                                      | 7  |
| 3.1. International markedsføring og salg .....                              | 8  |
| 3.2. Økonomi .....  | 8  |
| 3.3. Kommunikation, organisation og ledelse .....                           | 9  |
| 3.4. Erhvervsret .....  | 10 |
| 4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer .....                    | 11 |
| 5. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester..... | 12 |
| 5.1 International markedsføring og salg I.....                              | 13 |
| 5.2 Økonomi I .....   | 13 |
| 5.3 Kommunikation, organisation og ledelse I.....                           | 14 |
| 5.4 Erhvervsret I .....   | 16 |
| 6. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. semester..... | 17 |
| 6.1 International markedsføring og salg II .....                            | 17 |
| 6.2 Økonomi II .....  | 18 |
| 6.3 Kommunikation, organisation og ledelse II .....                         | 19 |
| 6.4 Erhvervsret II.....   | 20 |
| 7. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester..... | 21 |
| 7.1 International markedsføring og salg III .....                           | 21 |
| 7.2 Økonomi III .....   | 22 |
| 7.3 Kommunikation, organisation og ledelse III .....                        | 24 |
| 8. Læringsmål for de valgfrie uddannelseselementer .....                    | 24 |
| 8.1 Statistik .....   | 25 |
| 8.2 Driftsøkonomi.....  | 26 |
| 8.3 Medieproduktion .....   | 27 |
| 8.4 Markedskommunikation.....   | 29 |
| 8.5 Produktionsplanlægning og teknisk dokumentation .....                   | 30 |
| 8.6 Teknisk salg.....   | 31 |
| 8.7 Intern kommunikation.....   | 33 |
| 8.8 Markedskommunikation.....   | 34 |
| 8.9 Intraprenørskab .....   | 35 |
| 8.10 Entreprenørskab .....  | 35 |
| 9. Praktik og afsluttende eksamensprojekt .....                             | 36 |
| 9.1 Praktik .....   | 36 |
| 9.2 Afsluttende eksamensprojekt .....                                       | 37 |
| 10. Prøver.....   | 38 |
| 10.1 Oversigt over prøver .....   | 40 |
| 10.2 Prøver i obligatoriske uddannelseselementer.....                       | 41 |
| 10.2.1 1. eksterne prøve - 2. semester .....                                | 41 |
| 10.2.2 2. interne prøve - 3. semester .....                                 | 41 |

|   |    |
|---|----|
| 10.2.3 4. interne prøve - 4. semester .....                               | 42 |
| 10.2.4 2. eksterne prøve - 4. semester .....                              | 42 |
| 10.3 Eksamen i valgfrie uddannelseselementer.....                         | 43 |
| 10.3.1 1. interne prøve - 2. semester .....                               | 44 |
| 10.3.1 3. interne prøve - 3. semester .....                               | 45 |
| 10.4 Indstilling til en prøve .....                                       | 46 |
| 10.5 Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen.....                 | 47 |
| 10.6 Afholdelse af prøver ved ophold i udlandet .....                     | 48 |
| 11. Studiestartsprøve.....  | 48 |
| 12. Krav til skriftlige opgaver og projekter .....                        | 48 |
| 12.1 Obligatoriske opgaver og projekter .....                             | 48 |
| 12.1.1 Projekter på de tre første semestre .....                          | 49 |
| 12.1.2 Obligatoriske elementer .....                                      | 50 |
| 13. Regler for praktikforløbets gennemførelse .....                       | 50 |
| 14. Anvendte undervisnings- og arbejdsformer .....                        | 52 |
| 14.1 Retningslinjer for differentieret undervisning.....                  | 53 |
| 14.2 Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen ..... | 53 |
| 14.3 Krav om læsning af tekster på fremmedsprog. ....                     | 54 |
| 15. Internationalisering .....  | 54 |
| 16. Regler om merit .....   | 54 |
| 17. Orlov .....   | 55 |
| 18. Ikrafttrædelsesbestemmelser .....                                     | 55 |
| 19. Henvisninger til gældende retsregler .....                            | 55 |

## INTRODUKTION TIL STUDIEORDNINGEN

Denne studieordning for Markedsføringsøkonomuddannelsen er delvist udarbejdet i fællesskab af landets erhvervsakademier, som har udbudsgodkendelse til uddannelsen. Samarbejdet skal blandt andet sikre, at de færdiguddannede opnår viden, færdigheder og kompetencer på erhvervsakademiniiveau, som beskrevet i Kvalifikationsrammen for videregående uddannelse, jf. bekendtgørelse om akkreditering og godkendelse af erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser m.fl.

Desuden skal den fælles studieordning sikre, at de studerende ved studie- eller institutionsskift godskrives de beståede fag og kan færdiggøre uddannelsen.

Erhvervsakademierne har jf. retningslinjerne i Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser fastlagt fælles regler for følgende dele i studieordningen:

- Indhold, ECTS-omfang samt læringsmål for uddannelsens kerneområder, som er fastlagt i bekendtgørelsen for uddannelsen
- Indhold, ECTS-omfang, læringsmål samt antal prøver i uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer
- Indhold, ECTS-omfang, læringsmål samt antal prøver i valgfag fastlagt af bekendtgørelsen
- ECTS-omfang, læringsmål og antal prøver i praktikdelen
- Krav til det afsluttende eksamensprojekt
- Merit

Institutionen kan, når det findes begrundet i udsædvanlige forhold, dispensere fra reglerne i studieordningens fællesdel og institutionsdel. Institutionerne samarbejder om en ensartet dispensations praksis.

## 1. Uddannelsen

### **1.1. Formål**

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Markedsføringsøkonomen skal kunne kombinere viden om økonomiske, juridiske, organisatoriske, kulturelle, samfundsmæssige og teknologiske forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.

Endvidere skal den uddannede kunne indgå i samarbejde med mennesker med forskellig uddannelsesmæssig, sproglig og kulturel baggrund.

### **1.2. Omfang**

Uddannelsen er normeret til 2 studenterårsværk svarende til 120 ECTS. Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold,

praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i eksaminer. Uddannelsen er en fuldtidsuddannelse, og 1. år skal være bestået senest 2 år efter studiestart.

### **1.3. Mål for læringsudbytte**

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå på uddannelsen, jf. bekendtgørelsen for uddannelsen.

#### **Viden**

Den uddannede har viden om

- 1) Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering
- 2) Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold
- 3) Salgets gennemførelse
- 4) Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- 5) Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

#### **Færdigheder**

Den uddannede kan

- 1) Foretage en international markedsvurdering
- 2) Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markeds-mæssige emner
- 3) Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk
- 4) På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger
- 5) Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold
- 6) Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- 7) Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger.

#### **Kompetencer**

Den uddannede kan:

- 1) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi 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 færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen
- 5) Analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder
- 6) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt.

### **1.4. Titulatur**

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, opnår Erhvervsakademigraden AK og er berettiget til titlen Markedsføringsøkonom AK.

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

## **2. Uddannelsens indhold og struktur**

Uddannelsen 120 ECTS består af fire semestre af hver 30 ECTS, der tilsammen giver den færdige markedsføringsøkonom den kompetenceprofil, der er nævnt under afsnit 1. Samtidig udgør hvert semester et samlet læringsforløb. Det er muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalente læring fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Ligeledes kan udenlandske studerende gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

Uddannelsen består af fire kerneområder, to valgfrie uddannelseselementer, praktik og afsluttende eksamensprojekt.

Fordelingen af ECTS fremgår af nedenstående skema, hvoraf de 95 ECTS er obligatoriske inden for kerneområderne.

| <b>Uddannelseselementer</b>   |  | <b>1. studieår</b> | <b>2. studieår</b> |
|-------------------------------|--|--------------------|--------------------|
| Kerneområder                  | International markedsføring og salg (30 ECTS)    | 20 ECTS            | 10 ECTS            |
|                               | Økonomi (20 ECTS)                                | 10 ECTS            | 10 ECTS            |
|                               | Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS) | 15 ECTS            | 5 ECTS             |
|                               | Erhvervsret (10 ECTS)                            | 10 ECTS            |                    |
| Valgfrie uddannelseselementer | 5 ECTS   | 5 ECTS             |                    |
| Praktik                       |  | 15 ECTS            |                    |
| Afsluttende eksamensprojekt   |  | 15 ECTS            |                    |
| <b>I alt ECTS</b>             | <b>(80 ECTS)</b>                                 | <b>60 ECTS</b>     | <b>60 ECTS</b>     |

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

Alle uddannelseselementer, inklusive det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes, som det fremgår af afsnittet om uddannelsens eksaminer.

## **3. Læringsmål for kerneområderne**

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

### **3.1. International markedsføring og salg**

Kerneområdet udgør 30 ECTS.

#### **Indhold:**

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik
- Markedsanalyse
- Vækststrategi
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering
- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om**

- Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg

##### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

##### **Den studerende skal opnå kompetencer til at**

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

### ***3.2. Økonomi***

Kerneområdet udgør 20 ECTS point.

#### **Indhold:**

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



**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

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

**Den studerende skal have færdigheder i at**

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

**Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

### ***3.3. Kommunikation, organisation og ledelse***

Kerneområdet udgør 20 ECTS.

**Indhold:**

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

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

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

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- at kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- at kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- at planlægge og styre forskellige typer af projekter
- at kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ide udvikling og innovation som konkurrenceparameter
- at præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- At kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse.

### **3.4. Erhvervsret**

Kerneområdet udgør 10 ECTS.

#### **Indhold:**

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret

- Pant og kaution
- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om**

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

##### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - Erstatning, herunder produktansvar
  - E-handel
  - Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
  - Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - Ansættelsesret, navnlig funktionærret
  - Insolvensret
  - Ejendomsforbehold
  - Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

##### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

- at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af
- Markedsføring
  - Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2000

## **4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer**

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer, der har et samlet omfang på 95 ECTS-point, valgfri uddannelseselementer, der har et omfang på 10 ECTS-point samt et afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS-point. Fordelingen er således:

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

## 5. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester

### Tema: Virksomhedens strategiske situation

## **5.1 International markedsføring og salg I**

Faget svarer til 10 ECTS point.

### **Indhold:**

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik 1

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

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

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier
- Kunne vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer
- Identificere virksomhedens stakeholders og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd
- Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden
- Formidle virksomhedens stærke og svage sider og trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere
- Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- Udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- Behandle markedsanalysetilgængelige data ved brug af statistiske værktøjer.

#### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

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

### **Udprøvning:**

International markedsføring og salg I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

## **5.2 Økonomi I**

Faget svarer til 5 ECTS point.

### **Indhold:**

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

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- Virksomhedens omkostningsforløb herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- Virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- Virksomheders økonomiske styringsområder herunder målsætning og opgaver
- Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- Virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra.
- Virksomhedens pengestrømme
- Virksomheders supplerende rapporteringsformer herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteters betydning
- Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- Eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

#### **Udprøvning:**

Økonomi I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

### ***5.3 Kommunikation, organisation og ledelse I***

Faget svarer til 10 ECTS point.

**Indhold:**

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

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsmodeller og teorier
- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer indenfor Supply Chain Management
- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier
- Grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde

**Den studerende skal have færdigheder i at**

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

**Den studerende skal opnå kompetence til**

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- At kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter.

- Kunne analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- At kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- At kunne præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- At kunne tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- At præsentere materiale skriftlig og mundtligt

#### **Udprøvning:**

Kommunikation, organisation og ledelse I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

### **5.4 Erhvervsret I**

Faget svarer til 5 ECTS point.

#### **Indhold:**

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

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om**

- Retskilderne
- Domstolssystemet
- Konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse, samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- Ugyldighed og fortrydelsesret
- Ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- Tvangsakkord og frivillig akkord
- Kaution
- Pant i løsøre herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- Mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældslovens regler om sikringsakter.



**Den studerende skal have færdigheder i at**

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - Aftaleret, herunder
    - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
    - Fuldmagtsforhold
  - Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
  - Individual- og universalforfølgning, herunder
    - Trangsbeneficiet
    - Betalingsstandsning
    - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
  - Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
  - Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
    - Prioritetsordenen
    - Sikringsakter
    - Gyldighedsvirkningen
    - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

**Udprøvning:**

Erhvervsret I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

## **6. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. semester**

### **Tema: Strategiformulering**

#### ***6.1 International markedsføring og salg II***

Faget svarer til 10 ECTS point.

**Indhold:**

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

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

- Og forståelse for og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- Og forståelse for segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- Og forståelse for forskellige vækststrategier
- Og forståelse for internationaliseringsteorier, modeller og strategier

- Dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner
- De grundlæggende teorier om gruppedannelse og teamarbejde

**Den studerende skal have færdigheder i at**

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

**Den studerende skal opnå kompetence til at**

- Håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- Vurdere selvstændigt statistisk bearbejdet markedsanalyse
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering.

**Udprøvning:**

International markedsføring og salg I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

## **6.2 Økonomi II**

Faget svarer til 5 ECTS point.

**Indhold:**

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

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

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

- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

**Den studerende skal have færdigheder i at**

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

**Den studerende skal opnå kompetencer til**

- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform

**Udprøvning:**

Økonomi I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

### **6.3 Kommunikation, organisation og ledelse II**

Faget svarer til 5 ECTS point.

**Indhold:**

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse – nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle.
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

- De logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain, kulturteorier og – modeller, analyse af nationale kulturer
- Kulturforskelle, nationalt og internationalt samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- Begreber som kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- Begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur

- Aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- Evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- At kunne foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne
- At tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger.

#### **Udprøvning:**

Kommunikation, organisation og ledelse I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

## **6.4 Erhvervsret II**

Faget svarer til 5 ECTS point.

#### **Indhold:**

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

- Konkurrenceret

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Lovvalg og værneting i internationale konflikter
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- Designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder
  - Erstatningsbetingelserne
  - Arbejdsgiveransvar
  - Produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- E-handel

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

At håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder
  - Risikoovergang
  - Levering
  - Misligholdelse
  - Misligholdelse i danske forbruger køb
  - Incoterms 2000

#### **Udprøvning:**

Erhvervsret I + II indgår i en prøve efter 2. semester.

## **7. Læringsmål for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester**

### **Tema: Strategiimplementering**

#### ***7.1 International markedsføring og salg III***

Faget svarer til 10 ECTS point.

#### **Indhold:**

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Designbriefets struktur og indhold
- Og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- Og forståelse for markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- Marketing- og salgsbudgetter
- Og forståelse for forskellige salgsstrategier
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Betydningen af internationale kompetencer

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- Deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- Forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- Kunne arbejde i internationale teams/grupper

#### **Udprøvning:**

International markedsføring og salg III indgår i en prøve efter 3. semester.

## **7.2 Økonomi III**

Faget svarer til 10 ECTS point.

#### **Indhold:**

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller

- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- Grundlæggende budgetkontrol
- Arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- Det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- Forskellige former for økonomisk politik
- Forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager.
- Rente- og valutakursdannelsen
- Det monetære samarbejde indenfor EU
- Forskellige økonomiske teories opfattelse af konjunktursvingninger.

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

### **Udprøvning:**

Økonomi III indgår i en prøve efter 3. semester.

### **7.3 Kommunikation, organisation og ledelse III**

Faget svarer til 5 ECTS point.

#### **Indhold:**

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om**

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

##### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

##### **Den studerende skal opnå kompetence til**

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

#### **Udprøvning:**

Kommunikation, organisation og ledelse III indgår i en prøve efter 3. semester.

## **8. Læringsmål for de valgfrie uddannelseselementer**

De valgfrie elementer ligger på 2. og 3. semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje.

De valgfrie uddannelseselementer består af 2 fag, der udbydes på alle udbudssteder – statistik og driftsøkonomi - samt en række øvrige valgfrie uddannelseselementer, der med udgangspunkt i uddannelsens overordnede rammer er udviklet af de enkelte institutioner og afdelinger.



Som udgangspunkt vælges de valgfrie uddannelseselementer fra studiestart, men der tilbydes vejledning og mulighed for eventuelt ændring af valg. Se venligst den lokale afdelings materiale om valgfagene.

Alle studerende skal have 10 ECTS i valgfrie uddannelseselementer.

På Erhvervsakademi Dania udbydes følgende institutionsspecifikke uddannelseselementer i henholdsvis Viborg og Randers:

## Erhvervsakademi Dania i RANDERS

### Reklame:

- 5 ECTS: Medieproduktion (2. semester)
- 5 ECTS: Markedskommunikation (3. semester)

### Teknisk salg:

- 5 ECTS: Produktionsplanlægning og teknisk dokumentation (2. semester)
- 5 ECTS: Teknisk salg (3. semester)

Den studerende har hermed mulighed for at vælge imellem enten salgspecialet, reklamespecialet, teknisk salg eller økonomispecialet, som er fællesbetegnelsen for de fælles valgfrie uddannelseselementer statistik og driftsøkonomi.

## Erhvervsakademi Dania i VIBORG

### Kommunikation:

- 5 ECTS: Intern kommunikation (2. semester)
- 5 ECTS: Markedskommunikation (3. semester)

### Supply Chain Management *(indgår kun i det engelsksprogede udbud/henvises til beskrivelse her):*

- 5 ECTS: Supply Chain Management theory (2. semester)
- 5 ECTS: Supply Chain Management praxis (3. Semester)

### Entrepreneurskab:

- 5 ECTS: Intraprenørskab (2. semester)
- 5 ECTS: Entreprenørskab (3. semester)

## 8.1 Statistik

Faget svarer til 5 ECTS point, og udbydes på 2. semester  
Udbudssted: Erhvervsakademi Dania begge afdelinger

### Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

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

#### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

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

#### **Den studerende opnår kompetence til:**

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

#### **Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 2. semester.

## **8.2 Driftsøkonomi**

Faget svarer til 5 ECTS point, og udbydes på 3. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania begge afdelinger

#### **Indhold:**

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

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

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

#### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til:**

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

### **Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 3. semester.

## **8.3 Medieproduktion**

Faget svarer til 5 ECTS point og udbydes på 2. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

### **Indhold:**

- Løsning af mindre layout- og designopgaver med anvendelse af professionelle værktøjer og computerprogrammer til bearbejdning af billeder, grafik og tekst
- Udarbejdelse af en virksomheders visuelle identitet
- Udarbejdelse af en designmanual for en virksomheds visuelle identitet

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

- Den visuelle identitets betydning for virksomheden
- Centrale processer, begreber og problemstillinger i trykt og netbaseret medieproduktion fra idé til færdigt produkt
- Workflowet i den grafiske branche
- Typografisk fagterminologi
- Fagterminologi forbundet med elektronisk bearbejdning af billeder og grafik
- Grundlæggende farvelære og
- Farvesystemer og farvestyring i grafisk produktion
- Grundbegreber i digital billedproduktion
- Elektroniske filformater i den grafiske branche
- Typografiens grundlæggende begreber og konventioner
- Konventioner for visuel komposition og opsætning
- Dtp-workflowets hovedelementer fra idé til færdigt tryk
- Elementær opbygning og vedligeholdelse af et websted
- Grundprincipper for brugervenligt design.
- Designmanualers indhold, opbygning og anvendelse

#### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

- Kunne anvende professionelt programmel til fremstilling og bearbejdning af vektorbaseret og pixelbaseret grafik
- Anvende professionelt dtp-programmel til opsætning og ombrydning af tryksager og andre publikationer
- Nydesigne grafiske objekter samt viderebearbejde eksisterende grafik.
- Selvstændigt løse mindre grafiske design- og billedbehandlingsopgaver
- Udarbejde centrale elementer af en virksomheders visuelle identitet
- Udarbejde designmanualer

#### **Den studerende opnår kompetence i:**

- Selvstændig løsning af mindre layout- og designopgaver med anvendelse af professionelle værktøjer og computerprogrammer
- Udarbejdelse af en grafisk linje med designmanual for en virksomhed
- Deltagelse i planlægning, koordinering, udformning af en virksomheds medieproduktion
- At kunne fungere som kontaktperson i forhold til aktører i mediebranchen
- At kunne kommunikere på kvalificeret grundlag med samarbejdspartnere om typografiske og grafiske spørgsmål
- At kunne vurdere og træffe valg i forbindelse med udformning af kommunikation.

#### **Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 2. semester.

## 8.4 Markedskommunikation

Faget svarer til 5 ECTS point og udbydes på 3. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

### Indhold:

- Planlægning og udarbejdelse af virksomheders markedskommunikationen
- Valg af kommunikationsstrategi, media og budskabsudformning
- Anvendelse af integreret markedskommunikation
- Idégenerering og konceptvisualisering
- Analyse og effektmåling

### Mål for læringsudbyttet:

#### **Den studerende skal have viden om:**

- Markedskommunikationens historie og særtræk
- Kommunikationsteori
- Kampagnestrategiske tilgange
- Grundtræk ved international markedskommunikation
- Branding og storytelling
- Strategisk kommunikationsplanlægning.
- Identificering og anvendelse af markeds- og kommunikationsmål
- Segmentering, målgruppevalg og positionering i relation til markedskommunikation
- Design af kommunikationsbudskaber og valg af kommunikationskanaler
- Medievalg, mediestrategi og medieplanlægning
- Integreret markedskommunikation
- Massekommunikation og interpersonel kommunikation
- Marketing Public Relations
- Nyere og ukonventionelle kommunikationsformer, f.eks. trade marketing, product placement, viral markedsføring og guerillamarkedsføring
- Markedskommunikationens juridiske og etiske rammer
- Mediekonvergens og centrale forandringer i medie- og kommunikationsbilledet

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Planlægge og udarbejde markedskommunikationen
- Kunne vælge kommunikationsstrategi, media og budskabsudformning
- Implementere integreret markedskommunikation
- Anvende metoder til idégenerering og konceptvisualisering
- Anvende analysemetoder og effektmålinger
- Analysere og vurdere de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed

#### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

- Deltage i udarbejdelse og planlægning af virksomheders markedskommunikation

- Planlægge kommunikationsstrategier afstemt efter virksomhedens idégrundlag, budskab og målgruppen
- Anvende segmentering, målgruppevalg og positionering i relation til markedskommunikation
- Designe kommunikationsbudskaber og vælge kommunikationskanaler
- Benytte teknikker til idégenerering og konceptvisualisering
- Anvende analysemetoder og effektmålinger som redskaber i virksomheders markedskommunikation

**Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 3. semester.

## **8.5 Produktionsplanlægning og teknisk dokumentation**

Faget svarer til 5 ECTS point, og udbydes på 2. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

**Indhold:**

- Produktionsplanlægning og driftsledelse som en ramme for de aktiviteter og ressourcer, som skal styres og planlægges i en produktionsvirksomhed
- Værktøjer til optimering af funktioner og processer
- Produktionsmæssige aspekter i forsyningskæden for små og mellemstore produktionsvirksomheder
- Forståelse for styring og optimering af materiale- og informationsflowet i små og mellemstore produktionsvirksomheder på strategisk, taktisk og operativ niveau
- Forståelse for og anvendelse af (på brugerniveau) udvalgte teknikker til integrering og optimering af logistiske processer, med særlig fokus på anvendelse af ERP-systemer.
- Materialer & fremstillingsprocesser
- Teknisk dokumentation til inddragelse i andre fag, når det er nyttigt
- Problemstillinger ved tekniske elementer

### **Mål for læringsudbyttet i Produktionsplanlægning**

**Den studerende skal have viden om:**

- Centrale teorier og modeller inden for produktionsplanlægning
- De styringsmæssige aspekter for et givent produktionsmæssig set up
- Forsynings- og værdikæders betydning i forhold til virksomhedens valg af forretningsmodel og strategisk målsætning
- Hvordan man planlægger og koordinerer aktiviteter på tværs af virksomhedens funktionsområder

**Den studerende skal have færdigheder i:**

- At anvende et konkret ERP-system, som er designet til små og mellemstore virksomheder, til optimering og kontrol af logistiske operationer, med særlig relation til salgsarbejdet.

**Den studerende opnår kompetencer i:**

- I forbindelse med salgsarbejde og tilbudsgivning til kunder, at kunne inddrage relevante logistiske problemstillinger, især af produktionsplanlægnings- og indkøbsmæssig karakter.

**Mål for læringsudbyttet i Teknisk Dokumentation**

**Den studerende skal have viden om:**

- Dokumentationssystemer
- Alm. tolerancer og geometriske tolerancer.
- Standarder.
- Og forståelse for tekniske specifikationer.
- Kvalitetsnormer.
- Myndighedsgodkendelser,
- Samspelet mellem pris og kvalitet.

**Den studerende skal have færdigheder i:**

- Grundlæggende forståelse for tekniske dokumentationsformer
- At kunne formidle teknisk forhandlingsgrundlag
- At kunne foretage tekniske, økonomiske og miljømæssige vurderinger inden for teknisk salg og indkøb.

**Mål for læringsudbyttet i Materialer og fremstillingsprocesser:**

**Den studerende skal have viden om:**

- Materialeegenskaber
- Fremstillingsprocesser
- Materialestandarder
- Sammenhængen mellem pris, fremstillingsprocesser, materialer og bæredygtighed.

**Den studerende skal have færdigheder i:**

- At kunne anvende tekniske informationer indhentet fra materialestandarder.

**Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 2. semester.

## **8.6 Teknisk salg**

Faget svarer til 5 ECTS point, og udbydes på 3. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Randers

**Indhold:**

- Det moderne tekniske salg

- Salgsledelse – etik, organisering og kontrol
- Udvikling af salgsstrategier
- Udvikling af CRM strategier, med udgangspunkt i både nysalg og salg til eksisterende kunder.
- Salget og kunden

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

- Centrale teorier og modeller til udvikling af en virksomheds salgsgrundlag, baseret på såvel relationelle som transaktionsorienterede salgs- og købsbeslutninger.
- De teoretiske værktøjer i forhold til en virksomheds forsynings- og værdikæde.
- Udvikling og ledelse af en salgsorganisation.
- Værktøjer og modeller for kunde opfølgning.
- Værktøjer til at måle effektiviteten af en virksomheds supply chain
- Udvikling og opfølgning på salgsstrategier
- Teorier og modeller, der understøtter og udvikler det taktiske og operationelle salgresultater.
- KPI-værktøjer og kriterier for evaluering af salgsafdelingens indsats, herunder forståelse for rapporteringsmetoder
- Salgets faser, herunder behovsafklaring.
- Forhandlingsteknikker.

#### **Den studerende skal have færdigheder i:**

- Være i stand til at udvikle og vurdere virksomhedens indsats parametre i forhold til den enkelte kunde
- Være i stand til at sikre inddragelse af teorier og metoder til en virksomheds supply chain for udvikling af et kommercielt plan for salg
- Have kendskab til at identificere og opbygge personlige netværk
- Være i stand til at indsamle relevante data for evaluering og udvikling af planer for en virksomheds supply chain planer, der støtter salget basen
- Være i stand til at identificere områder for udvikling i organiseringen af salget
- Være i stand til, at udarbejde en plan for udvikling af en salgsorganisation.
- Kunne anvende, underviste teori i forbindelse med vurdering af alternative salgsplaner.
- Være i stand til at vælge og anvende teorier og modeller til planlægning af et salg, baseret på den valgte salgsstrategi

#### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- Være i stand til at håndtere og styre udviklingen af salgsstrategien fra forskellige komplekse situationer og med inddragelse af relevante interessenter, samt dokumentere og arrangere de valgte strategier i en salgsplan for relevante parter
- Udvikle en organisatorisk handlingsplan, som sikrer gennemførelsen af en salgsstrategi
- Være i stand til at gennemføre salgsaktiviteter
- være i stand til at deltage i salgsudviklingen i en virksomhed på taktisk og operationelt niveau
- være i stand til, at forvalte og udvikle løsninger omkring komplekse situationer inden for salg.



- være i stand til, at vurdere de økonomiske konsekvenser af en given salgsindsats, herunder risikovurdering og begrænsning og grundlæggende salgsprojektstyring.

**Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 3. semester.

## **8.7 Intern kommunikation**

Faget svarer til 5 ECTS point og udbydes på 2. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Viborg

**Indhold:**

- Virksomhedskommunikation
- Virksomhedsanalyse
- Mediekaraktistik
- Kommunikationsstrategi og -politik
- Kommunikationskanaler
- Kommunikationsplaner
- Pressemeddelelser
- Strategisk og praktisk kommunikation
- Journalistisk tekstproduktion

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om:**

- Forskellen mellem intern kommunikation og markeds kommunikation (ekstern kommunikation)
- Corporate branding og -identity
- Kommunikationsstrategier, -politik og -planer
- Afsender- /modtagerforhold i relation til den interne kommunikation
- Kommunikationsmodeller og -teorier samt paradigme forståelse
- Journalistisk tekstproduktion
- Retoriske virkemidler og strategier
- Storytelling
- Forandringskommunikation

**Den studerende skal have færdigheder i:**

- At udarbejde skriftligt materiale
- Virksomhedsanalyse og udnyttelse af denne til udarbejdelse af internt kommunikationsmateriale
- På operationelt niveau, at være i stand til at udarbejde kommunikationsplaner for en given virksomhed.
- At analysere og vurdere de forskellige skriftlige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed i relation til den interne kommunikation

**Den studerende opnår kompetencer i:**

- At udnytte relevante kommunikationskanaler i en virksomheds interne kommunikation og således sammensætte et hensigtsmæssigt mediemix i den interne kommunikation
- At udarbejde kommunikationsplaner på baggrund af viden en given virksomheds vision, mission og værdisæt
- At udarbejde tekstmateriale, der er tilpasset genre og medie

**Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 2. semester.

## **8.8 Markedskommunikation**

Faget svarer til 5 ECTS point og udbydes på 3. semester

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Viborg

**Indhold:**

- Markedsrettet kommunikation
- Budskabsudformning
- Målgruppevalg
- Strategisk, taktisk og operationel kommunikation
- Praktisk kommunikationsplanlægning
- Grafiske programmer
- Sociale medier
- Medieudvælgelse

**Den studerende skal have viden om:**

- Kommunikationsteorier som udgangspunkt for den eksterne kommunikation
- Forståelse for en given virksomhed for på den baggrund at kunne udarbejde overordnede kommunikationsstrategier
- Klassiske såvel som moderne kommunikationskanaler
- Grundlæggende markedskommunikative genrer (f.eks. reklame, pressemeddelelse, direct mail)
- De forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed

**Den studerende skal have færdigheder i:**

- At analysere og vurdere de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed
- At arbejde med professionelle grafiske programmer, der bruges til design af layout af trykt kommunikation
- At analysere en virksomheds/organisations idégrundlag og på den baggrund udforme budskabet og udvælge målgruppe

**Den studerende opnår kompetencer i:**

- At planlægge en kommunikationsstrategi, der er afstemt efter virksomhedens idégrundlag, kommunikationens budskab og målgruppen

**Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 3. semester.

## **8.9 Intraprenørskab**

Faget svarer til 5 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Viborg

### **Indhold:**

- Forstå vigtigheden af intraprenørskab
- Erfaring med innovation- samt idéudviklingsværktøjer, der kan benyttes såvel i eksisterende som i nye virksomheder f.eks. inden for innovation og lancering af nye koncepter og produkter
- Kilder til nye ideer/muligheder
- Entreprenant miljø i eksisterende organisationer

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

- Hvilke forhold der fremmer foretagsomhed og intraprenørskab, samt hvad der afgør succes og fiasko ved opstart af nye virksomheder/lancering af nye koncepter
- Hvordan forskellige virksomheder har arbejdet med udviklingen af et mere entreprenant miljø i deres eksisterende organisationer.
- Teorier, værktøjer, metoder og processer der kan anvendes for at fremme et innovativt miljø

#### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

- Kunne vurdere hvilke teorier og metoder der er mulige at anvende til at udvikle idéer
- Kunne analysere og teste holdbarheden af en idé
- Kunne analysere og vurdere hvilke kompetencer og redskaber, der er nødvendige for at gennemføre en idé

#### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- Gennemføre de indledende aktiviteter samt vurderinger ved opstart af et nyt koncept, projekt, produkt eller forretningsområde.

### **Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 2. semester.

## **8.10 Entreprenørskab**

Faget svarer til 5 ECTS point.

Udbudssted: Erhvervsakademi Dania, Viborg

### **Indhold:**

- Karakteristika ved entreprenørskab og succesfulde entreprenører
- Entreprenørskabstankegangen
- Entreprenørens rolle, vilkår og personlige egenskaber
- Den danske iværksætter- og selvstændighedskultur
- Fra idé til forretningsplan
- Kommunikation og forhandling i forbindelse med forretningsplanen

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Hvilke forhold der fremmer entreprenørskab, samt hvad der afgør succes og fiasko ved opstart af nye virksomheder/lancering af nye koncepter
- Nødvendige kompetencer med hensyn til markedsføring, budgettering, finansiering, organisering m.v. i en nystartet virksomhed
- Muligheder i at hente ressourcer via erhvervspolitiske tiltag
- Relevante modeller for udarbejdelse af en forretningsplan

#### **Den studerende skal have færdigheder i:**

- At anvende værktøjer til idégenerering
- At anvende relevante modeller og metoder for udarbejdelse af en forretningsplan - herunder udarbejde markedsanalyser og behovsdokumentation, finansieringsforslag i form af budgetoverslag, samt en praktisk handlingsplan for gennemførelsen af en konkret idé

#### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- At kunne udarbejde en forretningsplan og dermed skabe grundlag for etablering af egen virksomhed
- At kunne sælge en forretningsidé gennem præsentation af forretningsplanen

#### **Udprøvning:**

Der er en prøve i faget efter 3. semester.

## **9. Praktik og afsluttende eksamensprojekt**

### **9.1 Praktik**

Markedsføringsøkonomuddannelsen er et selvstændig uddannelse, der omfatter både teori og praktik. Praktikforløbet skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte.

Under praktikforløbet arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikforløbet tilknyttet en eller flere private

eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og Erhvervsakademi Dania sikrer rammerne om praktikforløbet.

Praktikforløbet varer tre måneder, og gennemføres på uddannelsens fjerde semester. Den forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt.

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

Praktikforløbet svarer til 15 ECTS point og gennemføres fra starten af 4. semester

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Viden**

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

#### **Færdigheder**

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

#### **Kompetencer**

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

#### **Udprøvning**

Praktikeksamen, som gennemføres på 4. semester som afslutning på praktikforløbet.

## ***9.2 Afsluttende eksamensprojekt***

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

Eksamen i det afsluttende projekt afvikles som en ekstern prøve, som sammen med prøven efter praktikforløbet og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

Prøven består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at den afsluttende prøve i praktikforløbet og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

Det afsluttende eksamensprojekt svarer til 15 ECTS point og gennemføres på 4. semester.

**Formål:**

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen, som indledningsvist i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.

**Mål for læringsudbyttet:****Viden**

- Den studerende skal have viden om de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet

**Færdigheder**

- Den studerende skal kunne anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig til uddannelsens centrale fagområder.
- Den studerende skal kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling

**Kompetencer**

- Den studerende skal kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser
- Den studerende skal kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger
- Den studerende skal kunne opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger.

## 10. Prøver

Alle regler om prøver/eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser.

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

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

Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde akademiets regler for afholdelse af eksamen og prøver.

Når alle obligatoriske opgaver og projekter er godkendte, tilmeldes den studerende automatisk uddannelsens prøver, og det er ikke muligt at framelde sig.

Har den studerende påbegyndt et læringselement og/eller semester, ligestilles dette automatisk med indstilling til eksamen/prøve. I tilfælde af manglende beståelse/deltagelse i den ordinære eksamen eller prøve indstilles den studerende på Erhvervsakademi Dania automatisk til reeksamen, med mindre andet aftales. Yderligere informationer findes i afdelingens reglement vedr. eksamen.

Manglende deltagelse i en prøve sidestilles med et forbrugt forsøg på at bestå prøven. Det gælder dog ikke, hvor den studerende bliver forhindret i at deltage på grund af dokumenteret sygdom.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. prøve.

Alle prøver skal bestås. Beståede prøver kan ikke tages om.

### **Sygeprøve**

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 erklæring fra lægen. Institutionen skal senest have modtaget erklæring tre hverdage efter prøvens afholdelse. Studerende, der bliver akut syg 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 lægeerklæringen.

### **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.

### Det anvendte sprog ved eksamen.

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

### Særlige prøvevilkår

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

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

### Klage

I forbindelse med eksamen er det muligt at klage over:

1. Prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende
2. Prøveforløbet
3. Bedømmelsen
4. Retlige forhold.

Klagen skal være skriftlig og begrundet og indsendes senest 2 uger efter bedømmelsen ved den pågældende eksamen er meddelt.

## 10.1 Oversigt over prøver

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

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



|   |                             |   |
|---|-----------------------------|---|
| 2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt) | Afsluttende eksamensprojekt | X |
|---|-----------------------------|---|

## 10.2 Prøver i obligatoriske uddannelseselementer

### 10.2.1 1. eksterne prøve - 2. semester

#### Prøve i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering

Eksamen består af 2 deleksaminer og afholdes ved udgangen af 2. semester. Eksamen består af:

1. En digital eksamen i alle fagområder
2. En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed

Den digitale eksamen afprøver bredt læringsmål for viden og færdigheder indenfor

- International markedsføring og salg
- Økonomi
- Kommunikation, organisation og ledelse.
- Erhvervsret

Den tværfaglige caseeksamen er en 4 timers eksamen, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for de obligatoriske fag på 1. år, idet der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan anvende den lærte teori i forbindelse med 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. Besvarelsen må max. have et omfang af 24.000 karakterer, inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den tværfaglige caseeksamen 2/3 og den elektroniske test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvis og påføres eksamensbeviset.

#### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

### 10.2.2 2. interne prøve - 3. semester

#### Prøve i strategiimplementering

2. interne prøve er en tværfaglig eksamen i hele 3. semesters pensum. Prøven består af en skriftlig og en mundtlig del og afholdes i slutningen af 3. semester.

Den skriftlige del er en 48 timers *tag-hjem* opgave, som løses individuelt på baggrund af et caseoplæg på engelsk. Den studerende skal i løbet af 48 timer besvare den stillede opgave. Løsningen må max. have et omfang af 24.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Besvarelsen skal udarbejdes og afleveres individuelt.

På baggrund af den skriftlige del skal den studerende forberede et mundtligt forsvar af den løsning, der er afleveret. Der gives én samlet karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset. Den skriftlige og mundtlige del tildeles lige stor vægt og præstationen vurderes samlet ud fra en helhedsbedømmelse.

#### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen

### **10.2.3 4. interne prøve - 4. semester**

#### **Prøve i praktikforløb**

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 efter 7-skalaen på baggrund af praktikrapporten. Praktikprøven 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.

### **10.2.4 2. eksterne prøve - 4. semester**

#### **Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt**

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 eksklusiv 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.

### **Bedømmelseskriterier**

Nedenstående bedømmelseskriterier ligger til grund for vejleder og censors evaluering og endelig karaktergivning for præstationen.

- Opgavens struktur (problemformulering /"rød tråd" / vægtning af stof)
- Inddragelse og anvendelse af relevant teori
- Form (stavefejl, formuleringsevne m.v.)
- Anvendelse af statistik, litteratur m.v.
- Argumentation og bedømmelsesevne - sund fornuft
- Opgavens praktiske værdi - hvad/hvordan kan den bruges
- Opgavens konklusioner. Hvordan kommer vi videre?

### **10.3 Eksamen i valgfrie uddannelseselementer**

Nedenfor er en beskrivelse af de valgfrie fags udprøvning.

### 10.3.1 1. interne prøve - 2. semester

#### **Statistik**

Eksamen i det ene fælles landsdækkende valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen, som påføres eksamensbeviset.

Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler er tilladte. Se generel beskrivelse vedr. hjælpemidler.

#### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

#### **Medieproduktion (Randers):**

Casebaseret, individuel praktisk/skriftlig projektopgave, som danner grundlag for en efterfølgende mundtlig eksamen, som varer 30 minutter.

Såvel den skriftlige projektopgave som den mundtlige eksamen indgår i bedømmelsesgrundlaget.

Beskrivelse udleveres af underviser.

#### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

#### **Produktionsplanlægning og teknisk dokumentation (Randers):**

Casebaseret praktisk/skriftlige projektopgave. Casen kan udarbejdes individuelt eller af to studerende i fælleskab. De studerende angiver, hvem der er ansvarlige for hvilke dele af projektopgaven.

Beskrivelse udleveres af underviseren.

#### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

#### **Intern kommunikation (Viborg):**

Den studerende skal lave en synopsis og en journalistisk artikel. Det overordnede emne er intern kommunikation i virksomheder, men det er op til den enkelte at indsnævre emnet og vinkle historien. Opgaven er individuel.

Krav til artiklen – den SKAL indeholde:

- Interviews – mindst et interview skal være ansigt-til-ansigt
- Mindst to forskellige mundtlige kildetyper
- Baggrundsinformation. Husk at kilder også kan være skriftlige/elektroniske
- Et eller to billeder, som du selv har taget + billedtekster

- Overskrift og underoverskrifter
- Observationer eller reportageelementer

**Omfang:** Artikel 3.000 anslag uden mellemrum

**Eksamen:** Skriftlig.

Yderligere supplerende beskrivelse udleveres af underviser.

***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

**Intraprenørskab (Viborg)**

Et gruppeprojekt danner grundlag for en mundtlig gruppeprøve med præsentation. En gruppe består af 2-3 personer. Eksaminationstiden er 30 minutter pr. gruppe.

Såvel gruppeprojektet som den mundtlige eksamen indgår i bedømmelsesgrundlaget, hvor de to dele hver tæller 50 % i vurderingen.

Beskrivelse udleveres af underviser.

***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

### **10.3.1 3. interne prøve - 3. semester**

**Driftsøkonomi**

Eksamen i det andet fælles landsdækkende valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler er tilladte. Se generel beskrivelse vedr. hjælpemidler.

***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

**Markedskommunikation (Randers):**

Individuel mundtlig eksamen på grundlag af et skriftligt eksamensprojekt, som udarbejdes individuel eller to studerende sammen. Eksaminationstiden er 30 minutter.

Såvel den skriftlige projektopgave som den mundtlige eksamen indgår i bedømmelsesgrundlaget.

Beskrivelse udleveres af underviser.

### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

#### **Teknisk salg (Randers):**

Mundtlig eksamen på grundlag af et skriftligt eksamensprojekt. Eksaminationstiden er 30 minutter.

Såvel den skriftlige projektopgave som den mundtlige eksamen indgår i bedømmelsesgrundlaget.

Beskrivelse udleveres af underviser.

#### **Markedskommunikation (Viborg)**

Udgangspunktet for den mundtlige eksamen er udarbejdelsen af en caseopgave, hvor udformningen af en kampagne for casevirksomhedens beskrives:

Opgaven i markedskommunikation vil typisk indeholde de fleste eller alle elementer fra listen nedenfor:

- Målgruppeidentificering og positioneringsstrategi
- Definition af marketing og kommunikationsmål
- Kommunikationsstrategi – budskab, struktur og format
- Den kreative strategi
- Kommunikationskanaler - udvælgelse
- Mediaplan – evt. Gantt kort over indrykninger

Caseopgaven kan laves individuelt eller i grupper af to studerende. Den mundtlige eksamen er individuel. Karakteren gives for den individuelle mundtlige præsentation.

**Omfang:** Min. 5 sider og max. 10 sider (2400 anslag med mellemrum) + Gantt kort + kreative løsninger.

### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

#### **Entreprenørskab (Viborg)**

Mundtlig prøve med udgangspunkt i en forretningsplan, hvor såvel forretningsplanen som den mundtlige prøve indgår i bedømmelsesgrundlaget. Forretningsplanen og den mundtlige prøve gennemføres i grupper á 2-3 personer. Eksaminationstiden er 30 minutter. I den samlede bedømmelse vægtes forretningsplanen med 70 % og den mundtlige prøve med 30 %.

Beskrivelse udleveres af underviser.

### ***Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen***

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen.

## ***10.4 Indstilling til en prøve***

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, 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 eksaminer, om der er obligatoriske aktiviteter, som forudsætningskrav for eksamen.

Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde den lokale afdelings regler for afholdelse af eksamen og prøver.

### **10.5 Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen**

Ved konstateret eksamenssnyd, så som at give eller få uretmæssig hjælp til bevarelsen af en opgave eller benyttelse af ikke tilladte hjælpemidler og forstyrrende adfærd bortvises den studerende fra prøven. Ved sidstnævnte tilfælde giver akademiet i mindre alvorlige tilfælde først en advarsel.

Under særligt skærpende omstændigheder kan akademiet beslutte, at den studerende skal bortvises fra institutionen i en kortere eller længere periode. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelse kan medføre varig bortvisning.

En bortvisning medfører, at en eventuel karakter for den pågældende prøve bortfalder, og at den studerende har brugt en prøvemulighed.

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

#### ***Brug af egne og andres arbejde – plagiat:***

Eksamenssnyd ved plagiering omfatter tilfælde, hvor en skriftlig opgave helt eller delvist fremtræder som produceret af eksaminanden eller eksaminanderne selv, når opgaven:

1. omfatter identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller værker, uden at det gengivne er markeret med anførselstegn, kursivering, indrykning eller anden tydelig markering med angivelse af kilden, jf. institutionens krav til skriftlige arbejder
2. genbruger eget allerede bedømt materiale uden iagttagelse af bestemmelserne i punkt 1.

Når en skriftlig opgave er individuel betragtes det også som plagiat, hvis der i opgaven forekommer tekstpassager, som er udformet i fællesskab af en gruppe af studerende og fremstår enslydende i flere opgaver.

## **10.6 Afholdelse af prøver ved ophold i udlandet**

Den studerende kan, når særlige forhold begrundes, få tilladelse til at aflægge en prøve i udlandet på en dansk repræsentation (ambassade, konsulat) eller uddannelsesinstitution. Eventuelle omkostninger dækkes af den studerende, hvor den studerende forud skriftligt skal have bekræftet at ville betale de pågældende udgifter forbundet med afholdelsen.

En mundtlig prøve kan ved ophold i udlandet i særlige tilfælde afholdes via nettet, f.eks. Skype eller andre godkendte videokonferencesystemer.

Institutionen udpeger eller godkender en tilsynsførende, der skal være hos den studerende under prøven. Regler og muligheder fremgår af den lokale afdelings retningslinjer.

## **11. Studiestartsprøve**

Den studerende skal deltage i og bestå en studiestartsprøve for at kunne fortsætte på uddannelsen. Studiestartsprøven har til formål at klarlægge, om den studerende reelt er begyndt på uddannelsen.

Studiestartsprøven afholdes inden uge 42, og resultatet vil blive meddelt den studerende som bestået / ikke bestået senest to uger efter prøvens afholdelse.

Prøven består af

- en test på vidensniveau inden for rammerne af de gennemgåede fag siden studiestart
- Vurdering af studieaktivitet, herunder såvel tilstedeværelse og løsning af de stillede opgaver

Er prøven ikke bestået, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, som afholdes senest tre måneder efter studiestart. Den studerende gives to forsøg på at bestå studiestartsprøven. Prøven er ikke omfattet af reglerne i eksamensbekendtgørelsen om klager over prøver.

Ved manglende beståelse af studiestartsprøven udmeldes den studerende fra studiet.

## **12. Krav til skriftlige opgaver og projekter**

### **12.1 Obligatoriske opgaver og projekter**

I studieforløbet stilles der krav om, at elementer i form af aflevering af opgaver, projekter, specialedage, studietur, specialeuger samt øvrige aktiviteter, skal være gennemført, for man kan indstilles til eksamen. Dette gælder både for de nedenfor nævnte projekter samt øvrige aktiviteter. Yderligere information herom ligger tilgængeligt på akademiets kommunikationsplatform.

Sammen med de egentlige prøver og eksaminer udgør disse elementer det samlede bedømmelsesgrundlag for beståelse af uddannelsen.



### **12.1.1 Projekter på de tre første semestre**

#### **Projekt A – Projekt med fokus på virksomhedens strategiske situation samt metode**

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at træne metode ved udarbejdelse af skriftlige projekter. Projektet tager udgangspunkt i semestrets overordnede tema, som er virksomhedens strategiske situation hovedsageligt fra fagene markedsføring, kommunikation, organisation og ledelse samt økonomi.

Projektet fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation under anvendelse af semestrets teknikker til dette formål. I forbindelse med fremlæggelsen bør der kunne dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse. Præsentationen kan være suppleret med en individuel mundtlig prøve med afsæt i projektet og inddragelse af pensum fra semesterets fagelementer.

Bedømmelse af projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning.

Projekt A er obligatorisk opgave for at blive indstillet til kommende prøver.

#### **Projekt B – Projekt med fokus på markedsanalyse**

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at arbejde med markedsanalyser på praktiske problemstillinger på danske eller internationale markeder.

Projektet afsluttes med præsentation, forsvar og opponering af enten studerende eller virksomhedsrepræsentanter. Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning.

Projekt B er en obligatorisk opgave for deltagelse i eksamen ved slutningen af 2. semester.

#### **Projekt C – Projekt med fokus på planlægning og gennemførelse af markedsføringsplanen**

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb, hvor målet er at udarbejde en markedsføringsplan med udgangspunkt i en virksomhed og dennes produkt/produktportefølje. Der tages udgangspunkt i en praktisk problemstilling. Den enkelte afdeling fastlægger selv, i hvilket omfang der gives skemafril til projektet, jf. lokal vejledning til projektet

Projektet fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation. I forbindelse med fremlæggelsen bør der dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse. Præsentationen efterfølges af en individuel eller gruppebaseret mundtlig prøve med afsæt i projektet. Prøveformen vil almindeligvis afhænge af en konkret virksomhedsaftale og senest blive bekendtgjort i forbindelse med præsentationen af projektets konkrete mål og indhold.

Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning.

Projekt C er en obligatorisk opgave for deltagelse i efterfølgende eksaminer.

### 12.1.2 Obligatoriske elementer

Når en opgave eller aktivitet af erhvervsakademiet kaldes et obligatoriske element, er det ensbetydende med, at opgaven / aktiviteten skal bestås/godkendes som grundlag for indstilling til det efterfølgende projekt eller eksamen. Obligatoriske elementer kan ligge ud over de krævede projekter og eksaminer og vil fremgå af uddannelsens aktuelle årsprogram.

Eksempler er afleveringsopgaver og præsentationer samt deltagelse i forhandlings- og salgsteknik-aktiviteter, virksomhedsbesøg, temadage m.v.

#### Afleveringsregler:

De fleste opgaveafleveringer vil typisk fremgå af uddannelsens aktivitetsplan/årsprogram eller den enkelte undervisers fremlagte lektionsplan. Større opgaver vil blive fastlagt med minimum 14 dages varsel af den ansvarlige underviser.

Skriftlige opgaver skal afleveres i Fronter med henblik på automatisk plagiatkontrol. Underviseren kan i visse tilfælde vælge, at der også skal afleveres i papirformat.

Overskrides den fastsatte frist for aflevering, fastsætter underviseren snarest muligt en ny frist for aflevering. Overholdes denne ikke, indkaldes den studerende til en samtale med den studiesansvarlige.

Hvis opgaven er individuel er det selvfølgelig tilladt at diskutere opgaverne, men det skal tydeligt fremgå, at besvarelsen er individuel.

Underviseren er forpligtet til at gøre status over afleveringer hurtigst muligt efter fristen for aflevering. Ved gentagende manglende overholdelse af deadlines gives besked til den studieansvarlige angående mødeaktivitet og fravær.

Afviste opgaver skal forbedres efter undervisers anvisning og vil typisk være en forbedring af samme opgave. Hver studerende har 3 forsøg. Hvis den obligatoriske opgave ikke er bestået efter 3. forsøg, kan der søges begrundet dispensation hos studieansvarlige.

#### Evalueringsregler:

Der gives kommentarer og evt. karakter for alle opgaver. Såfremt en opgave ikke bestås, afgør den ansvarlige underviser, efter en vejledende samtale med den studerende, hvorvidt den studerende skal forbedre opgaven eller løse en helt ny opgave.

## 13. Regler for praktikforløbets gennemførelse

Formålet med praktikforløbet er at bibringe den studerende erhvervskompetencer inden for uddannelsens formål samt relatere den indlærte teori til praksis i en specifik erhvervs kontekst, hvor den studerendes erhvervskompetence underbygges. Dette samtidig med, at der sker en indlæringsmæssig progression i forhold til uddannelsens overordnede formål. Progressionen sikres blandt andet gennem vejlederkontakt,

eksaminer og det afsluttende eksamensprojekt, der - så vidt det er muligt – afvikles i relation til den virksomhed, hvor den studerende har afviklet sit praktikforløb.

I forbindelse med søgning af praktikvirksomhed udbydes der kursus og/eller vejledning i praktiksøgning, således de studerende bliver fortrolige med at skrive ansøgninger vedrørende et praktikophold.

Afdelingerne gennemfører forskellige tiltag med henblik på at finde interessante praktikvirksomheder. Eksempelvis arrangeres i Randers en årlig Praktik Dating event medio september, hvor studerende og virksomheder møder hinanden med henblik på et muligt praktikophold. I Viborg vil dette typisk ske i forbindelse med praktiksøgningsdagen.

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen. Den studerende og vejlederen fastlægger i fællesskab mål for den studerendes læringsudbytte i praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde. Der vil være mulighed for møder i praktikperioden mellem den studerende, virksomheden og vejlederen. For studerende i Viborg gennemføres et praktikopstartsmøde.

Op til 3 studerende kan være i praktik i samme funktion og samme virksomhed.

### **Arbejdstid og aflønning**

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

Arbejdstiden aftales individuelt mellem den studerende og virksomheden. Praktik opholdet er at betragte som en fuldtidsstilling. Virksomheden har ingen økonomiske forpligtelser over for praktikanten, da den studerende er SU-berettiget.

### **Praktikkontrakt**

Der underskrives en kontrakt mellem den studerende og praktikvirksomheden, som godkendes af den studieansvarlige med henblik på at sikre et fagligt relevant indhold i praktikopholdet.

### **Fortrolighed**

Den studerende lover ved kontrakten fuld diskretion i forhold til oplysninger, som den studerende kommer i besiddelse af i forbindelse med praktikforløbet og de relaterede projekter – også efter afslutningen af uddannelsen.

### **Evaluering**

For at sikre et stort udbytte af praktikopholdet for både den studerende og virksomheden vil der i forbindelse med afslutningen af praktikforløbet blive gennemført en evaluering af praktikforløbet for både den studerende og virksomheden.

### **Praktikmanual**

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer ved praktikforløbet, herunder:

- Praktikperiodens længde
- Erhvervsakademiets ansvar og rammer for vejledning
- Forventninger til studerende
- Forventninger til virksomheden
- Krav til handlingsplan

- Rammer for dialog mellem parterne
- Kontrakt og ansættelsesforhold
- Evaluering.

#### Ansvarsfordeling

- Den studerende
  - Indgår aftale med virksomhed
  - Udarbejder handlingsplan
  - Sikrer godkendelse af plan og kontrakt
  - Aftaler kontakt og møder med praktikvejleder
  - Arbejder med aftalte problemstillinger/opgaver
  - Udarbejder praktikrapport
  - Afrapporterer og evaluerer forløbet
- Praktikvejlederen
  - Godkender kontrakten (eller den uddannelsesansvarlige efter aftale)
  - Godkender handlingsplanen og arbejdsopgaverne
  - Afklarer tvivlsspørgsmål
  - Følger op på forløb og deadlines
- Vejleder i afsluttende eksamensprojekt
  - Kan være den samme som praktikvejlederen
  - Udpeges og står til rådighed fra før praktikforløbets start
- Virksomheden
  - Indgår kontrakt og aftale om handlingsplan
  - Medvirker ved udarbejdelse af problemstilling(er)
  - Sørger for relevant introduktion og information om virksomheden
  - Stiller kontaktperson til rådighed
  - Evt. fysiske ressourcer stilles til rådighed
  - Opstiller evt. krav til afrapportering
  - Evaluerer forløbet

## 14. Anvendte undervisnings- og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer, gæstelærere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen. I undervisningen inddrages endvidere erfaringer fra praksis og viden fra centrale tendenser i professionen og metoder til at udvikle professionsfaget samt udføre kvalitets- og udviklingsarbejde.

Det er Erhvervsakademi Dania's politik, at underviseren tilrettelægger og gennemfører undervisningen ud fra følgende grundlæggende principper:

- Akademiets værdier
- Der skal være en stigende grad af tværfaglighed i studiet
- Der arbejdes i videst muligt omfang projekt- og procesorienteret
- Der gives mulighed for kreativitet og innovation i undervisningen

- Den studerende skal udvise stor selvstændighed
- Undervisningen understøttes med hensigtsmæssige it-værktøjer
- De studerende forventes at udvise motivation og deltage aktivt i undervisningen

Underviseren har følgende roller:

- Formidling (forelæsninger, klasseundervisning, dialogundervisning, cases, præsentationer, gøre brug af gæstelærere eller foredragsholdere m.v.)
- Vejleder/facilitator (understøtte de studerende ved projekter, praktikophold, gruppearbejde m.v.)

Markedsføringsøkonomuddannelsen er en koncentreret uddannelse på 2 år, hvorved det forventes, at den studerende deltager aktivt i rollen som studerende. Det er op til den studerende selv at være ansvarlig for at opstille rammer for egen læringsproces, så den studerende får optimalt udbytte af sin uddannelse.

Den gode studerende vil derfor:

- Møde til alle undervisningsaktiviteter
- Være forberedt til hver lektion/projektarbejde
- Være aktiv i hver lektion/ved projektarbejde

Alle tre elementer indgår i vurderingen af studieaktiviteten.

### ***14.1 Retningslinjer for differentieret undervisning***

Som udgangspunkt er undervisningen ens for alle studerende, med mindre andre specielle aftaler indgås med den uddannelsesansvarlige. Der kan forekomme en mindre differentiering i den daglige undervisning i form af feedback på præsentationer, projekter o. lign. samt ved fællesundervisning af de danske og internationale studerende.

### ***14.2 Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen***

På Markedsføringsøkonomuddannelsen hos Erhvervsakademi Dania er det en forudsætning for at være studieaktiv, at den studerende møder op til undervisningslektionerne, deltager i obligatoriske elementer, deltager i eksamen samt i andre studierelevante aktiviteter.

Med kravet om studieaktivitet ønsker vi at bidrage til at skabe et udviklende og berigende læringsmiljø for hver enkelt studerende.

I praksis betyder det, at der er deltagelsespligt til al undervisning og undervisningsrelaterede aktiviteter. Hør nærmere på den enkelte afdeling om, hvordan der følges op.

Studieaktivitet er i sig selv et obligatorisk element i uddannelsen.

For at den studerende kan indstilles til studiets eksaminer, er det en forudsætning, at den studerende har været studieaktiv. Den studerende har været studieaktiv, når han/hun har afleveret de obligatoriske opgaver og har bestået de tilhørende mundtlige prøver og evalueringer samt har overholdt reglerne om deltagelsespligt. Kriterier er bl.a. fremmøde, progression i læring og deltagelse i de udbudte aktiviteter på uddannelsen.

En studerende, der gentagende gange registreres som fraværende, indkaldes til en samtale, hvor studieaktiviteten vurderes. Hvis studieaktiviteten på sigt ikke forbedres, kan den studerende blive bedt om at lave en afløsningsopgave med det formål at vurdere om det faglige niveau er tilfredsstillende.

Indskrivningen på uddannelsen kan bringes til ophør for en studerende, som ikke har været studieaktiv i en sammenhængende periode på minimum et år. Institutionen kan dispensere fra kravet, hvor der foreligger usædvanlige forhold.

Studieaktivitet er en forudsætning for at være berettiget til SU-støtte.

### **14.3 Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.**

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelses-elementer der helt eller delvist vil foregå på engelsk. Adgangskravet til uddannelsen er niveau C i engelsk, men det skal forventes, at visse tekster vil ligge over dette niveau, som uddannelsen skrider frem.

## **15. Internationalisering**

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er opbygget, således det er muligt for en studerende at læse tredje eller fjerde semester i udlandet, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et semester på uddannelsen. Erhvervsakademi Dania skal godkende den udenlandske uddannelsesinstitution samt det faglige indhold i de(t) søgte uddannelsesforløb. Den studerende har pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer. Den studerende skal desuden i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne ske i udlandet. Praktikvirksomheden godkendes jf. de generelle regler om praktikforløbet.

## **16. Regler om merit**

Institutionen kan godkende, at beståede 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 fag i nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

Det er aftalt i Erhvervsakademi Dania, at en handelsøkonomstuderende, som har bestået 1. år, har mulighed for at søge om optagelse på uddannelsens 2. semester.

Den studerende bedes kontakte studievejledningen for aktuel information, da der løbende kan dukke nye muligheder op. Den studerende skal sende en skriftlig ansøgning med de relevante bilag til uddannelsesinstitutionen, såfremt der skal være mulighed for at give merit. Dette gælder ligeledes for Erasmus-studerende, der ønsker at få merit for et semester på 30 erts-point.

I Danmark findes der mange overbygningsuddannelser, hvor man med en markedsføringsøkonom uddannelse kan erhverve sig en professionsbacheloruddannelse på 1-1,5 år. Det anbefales at kontakte det lokale erhvervsakademi for yderligere information om, hvor og hvordan man kan søge information. Der henvises til Uddannelsesguiden (Undervisningsministeriet) samt særligt professionshøjskolerne.

Man kan også vælge at videreuddanne sig i udlandet, hvor man med en overbygningsuddannelse på et eller to år kan erhverve sig en international bachelorgrad, hvilket normalt er en 3-årig uddannelse.

## 17. Orlov

En studerende kan få orlov fra uddannelsen begrundet i personlige forhold. Yderligere viden om orlov og bestemmelserne for studerende på orlov findes i bekendtgørelse nr. 214 af 21. februar 2012 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

Som udgangspunkt skal 1. år på uddannelsen være bestået for at kunne søge orlov.

## 18. Ikrafttrædelsesbestemmelser

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

## 19. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

- LBK nr. 467 af 08/05/2013:  
Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013:  
Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 689 af 03/07/2019:  
Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)
- BEK nr. 223 af 11/03/2014:  
Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

- BEK nr. 1519 af 16/12/2013:  
Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2007:  
Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse

Institutionen kan, når særlige forhold begrundet det, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget.