



Studieordning for Markedsføringsøkonom (AK)

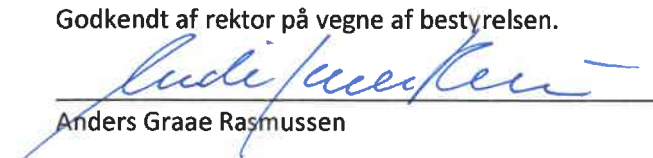
Erhvervsakademi Dania

Gældende fra 20.08.2020



Studieordning for uddannelsen til
Markedsføringsøkonomuddannelsen ved Erhvervsakademi Dania

Godkendt af rektor på vegne af bestyrelsen.



Anders Graae Rasmussen

20. august 2020

Ændringslog:

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
1	19.08.2020	Marianne Aardalsbakke	• Ændringer i prøver på 1. studieår • Orientering om ændringer i valgfagsmuligheder. Der vil komme flere valgmuligheder.
2	01.10.2020	Mette Gebert Sutherland	• Korrektion af 2. eksterne prøve varighed af 45 minutter.

Der tages forbehold for eventuelle trykfejl og ændringer

Indholdsfortegnelse

Indledning	1
Tidsmæssig placering af uddannelsens fagelementer	1
DEL 1 – Den nationale del	2
1. Uddannelsens mål for læringsudbytte	2
2. Uddannelsen indeholder 6 nationale fagelementer	3
2.1. Forretningsforståelse	3
2.2. Markedsforståelse	4
2.3. Markedsanalyse	5
2.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik	6
2.5. Markedsføringsplanen – implementering	7
2.6. Internationalisering	8
2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer	9
3. Praktik	9
4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt	10
5. Regler om merit	10
DEL 2 – Institutionsdelen	11
6. Uddannelsen indeholder lokale fagelementer, herunder valgfag	11
6.1. Valgfag	11
6.2. Prøver	12
6.2.1. Prøver på eksamensbeviset	12
6.2.2. Beskrivelse af prøverne	13
6.2.3. Sygeprøve, dispensation, snyd, klager og særlige prøvevilkår	20
6.3. Deltagelsespligt	20
6.4. Kriterier for vurdering af studieaktivitet	20
6.4.1. Studiestartsprøven	21
6.5. Studieaktivitetsmodellen	22
6.5.1. Undervisnings- og arbejdsformer	23
6.6. Dele af uddannelsen, som kan gennemføres i udlandet	24
6.7. Regler om merit – institutionsdelen	24
6.8. Merit mellem de videregående uddannelser	24
6.9. Orlov	25
6.10. Dispensation	25
6.11. Fremmedsprog	25
6.12. Gældende lovgivning	25
7. Ikrafttrædelse og overgangsordning	25

8. Bilag A: Beskrivelse af kerneområdeindhold under fagelementer, samt ECTS fordeling.....	27
8.1. Forretningsforståelse.....	27
8.2. Markedsforståelse.....	28
8.3. Markedsanalyse	28
8.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik.....	29
8.5. Markedsføringsplanen – implementering.....	30
8.6. Internationalisering	31
8.7. ECTS fordeling	32
9. Bilag B: Valgfagskatalog for Randers	33
9.1. Studieordningens rammer	34
9.2. Valgfag.....	34
9.3. Hvordan det gøres	34
9.4. Reklame og Online Markedsføring (15 ECTS)	35
9.5. Business Management (15 ECTS).....	39
9.6. Åbne valgfag	42
9.6.1. Sustainability Marketing (5 ECTS)	42
9.6.2. International Summer School (5 ECTS)	43
10. Bilag C: Valgfagskatalog for Viborg.....	44
10.1. Studieordningens rammer	45
10.2. Valgfag.....	45
10.3. Executive (20 ECTS).....	45
10.1.1 Driftøkonomi (7,5 ECTS)	45
10.1.2. Statistik (7,5 ECTS).....	47
10.1.3. Ledelse (5 ECTS)	48
10.4. Promotion (20 ECTS)	49
10.5. Development (20 ECTS).....	52

Indledning

Studieordningen for Markedsføringsøkonomuddannelsen består af to dele (regelsamlinger):

1. Del 1 - Den nationale
2. Del 2 - Den institutionelle

Denne nationale del af studieordningen for Markedsføringsøkonomuddannelsen er udstedt i henhold til § 18, stk. 1 i bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Denne studieordning suppleres af institutionsdelen af studieordningen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Den er udarbejdet af uddannelsesnetværket for Markedsføringsøkonomuddannelsen og godkendt af alle udbydernes bestyrelse - eller rektor efter bemyndigelse - og efter høring af institutionernes uddannelsesudvalg og censorformandskabet for uddannelsen.

Den nationale del sikrer, at det faglige indhold af den nationale del af uddannelsen er identisk på alle institutioner.

Den institutionelle del er fastsat af uddannelsen ved Erhvervsakademi Dania og tilrettelagt under hensyntagen til lokale og regionale behov.

Den institutionelle del af studieordningen er godkendt af Erhvervsakademi Dania i overensstemmelse med de regler, der gælder for uddannelsen, herunder Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

Er der uoverensstemmelse mellem denne studieordning og reglerne for uddannelsen i øvrigt, er det de øvrige regler for uddannelsen, der gælder.

Tidsmæssig placering af uddannelsens fagelementer

Placering	Nationale fagelementer	Lokale fagelementer	ECTS	Intern/ Ekstern	Prøvenavn
1. semester	Tema 1: Forretningsforståelse		10	Intern 1. interne prøve	
	Tema 2: Markedsforståelse		10		
	Tema 3: Markedsanalyse		10		
2. semester	Tema 4: Markedsføringsplanen – strategi og taktik		20	Ekstern	1. eksterne prøve
	Tema 5: Markedsføringsplanen - implementering		10		
3. semester	Tema 6: Internationalisering		10	Intern	2. interne prøve
	Valgfag	Valgfag	20	Intern	3. interne prøve
4. semester	Praktik		15	Intern	4. interne prøve
	Afsluttende projekt		15	Ekstern	2. eksterne prøve
Antal ECTS i alt			120		

Figur 1: Tidsmæssig placering af uddannelsens fagelementer

Erhvervsakademi Dania kan dispensere for de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionen eller institutionerne, når det findes begrundet i usædvanlige forhold.

DEL 1 – Den nationale del

1. Uddannelsens mål for læringsudbytte

Viden

Den uddannede har:

- forståelse for central anvendt teori og metode samt kan forstå erhvervets praksis og anvendelse af teori og metode inden for markedsføring og salg,
- udviklingsbaseret viden om komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring i relation til virksomhedens markedsmæssige, organisatoriske og økonomiske grundlag.

Færdigheder

Den uddannede kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber, samt anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for det markedsføringsmæssige område,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller inden for det markedsføringsmæssige område,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag til samarbejdspartnere og brugere inden for det markedsføringsmæssige område.

Kompetencer

Den uddannede kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer, inden for markedsføring og salg, under hensyntagen til erhvervs- og samfundsøkonomiske forhold,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang, i relation til markedsføring og internationalisering,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsføring og salg.

I bilag A vises, hvordan studieordningen udmøntes, med beskrivelse af kerneområderne under uddannelsens nationale fagelementer (tema 1 - 6).

2. Uddannelsen indeholder 6 nationale fagelementer

2.1. Forretningsforståelse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder til analyse af virksomhedens interne forhold, herunder årsregnskabet og regnskabsanalyser. Ligeledes beskæftiger fagelementet sig med at identificere virksomhedens udviklingsmuligheder, samt hvilken organiserings- og selskabsform virksomheden kan vælge.

Læringsmål for Forretningsforståelse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om forskellige typer af analyser til vurdering af virksomhedens interne strategiske situation,
- forståelse for praksis og anvendelse af forskellige forretningsmodeller,
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode i relation til, hvordan virksomheden skaber indtjening.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber til at identificere udviklingspotentialer baseret på virksomhedens interne forhold,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i forhold til virksomhedens forretning med det formål at skabe merværdi for kunderne,
- vurdere og analysere virksomhedens organisering, struktur og kultur samt regnskab med henblik på optimering af virksomhedens forretningsprocesser,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmodeller i relation til interne analyser af virksomheden.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til udvikling og optimering af virksomhedens forretningsmodel,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i forhold til virksomhedens interne forhold og forretningsmodel med en professionel tilgang,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens interne forhold.

ECTS-omfang

Fagelementet Forretningsforståelse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.2. Markedsforståelse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder til analyse af virksomhedens eksterne forhold og markedspotentiale. Der er fokus på kunder og konkurrenter, og derudover omhandler fagelementet erhvervs- og samfundsforhold, virksomhedens juridiske forhold samt analyser af virksomhedens forsyningskæde.

Læringsmål for Markedsforståelse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om forskellige typer af analyser til vurdering af virksomhedens eksterne strategiske situation,
- forståelse for teori, metode og praksis i relation til forskellige typer af trendanalyser og deres relevans for virksomheden.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber i relation til ekstern analyse af virksomhedens situation,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation til udarbejdelse af kundeanalyser og konkurrentanalyser samt en vurdering af virksomhedens markedspotentiale,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder af den eksterne situation til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til virksomhedens eksterne strategiske situation,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i relation til analysearbejdet af virksomhedens eksterne strategiske situation,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens strategiske situation på et givent marked.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsforståelse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.3. Markedsanalyse

Indhold

Fagelementet omhandler metoder i forbindelse med udarbejdelse af markedsanalyser. Der er fokus på dataindsamlingsmetoder og datahåndtering samt juridiske forhold knyttet hertil. Vurdering af data og statistiske begreber og anvendelsen af disse samt metoder og værktøjer til projektledelse og projektstyring.

Læringsmål for Markedsanalyse

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om metoder til indsamling og anvendelse af data og håndtering af disse,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i relation til forskellige markedsanalysemetoder.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber i relation til at vurdere markedsanalyseres validitet og reliabilitet,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller ud fra indsamlede primære og sekundære data,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere inden for markedsanalyseområdet.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer ved hjælp af relevante markedsanalyser,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forbindelse med udarbejdelsen og præsentationen af markedsanalysebaserede anbefalinger,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsanalyse.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsanalyse har et omfang på 10 ECTS-point.

2.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik

Indhold

Fagelementet indeholder udvikling af markedsføringsstrategier, herunder målgruppevalg, positionering samt udarbejdelse af kommunikations- og salgsstrategi, under hensyntagen til budget og virksomhedens mål for indtjening. Fagelementet indeholder desuden udarbejdelse af strategisk og taktisk markedsføringsplan både på B2C samt B2B markedet. Ligeledes indgår metoder til prisfastsættelse baseret på udbuds- og efterspørgselsforhold, samt virksomhedens omkostningsforhold. Endvidere indeholder fagelementer opstilling af scenarier samt juridiske aspekter inden for markedsføring og salg.

Læringsmål for Markedsføringsplanen – strategi og taktik

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om markedsføringsplans opbygning, herunder relevante markedsføringsstrategier samt markedsføringsplanens taktiske opbygning,
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå markedsføringsplanens indhold og opbygning.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber, samt anvende de færdigheder der knytter sig til at opstille en markedsføringsplan og vurdere denne,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge strategiske og taktiske løsningsmodeller for markedsføringsplanen,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til en given markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til markedsføringsplanlægning for virksomheder, der agerer på B2B og B2C markeder,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til udarbejdelse af virksomhedens markedsføringsplan,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til markedsføringsplanlægningen på strategisk og taktisk niveau.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsføringsplanen – strategi og taktik har et omfang på 20 ECTS-point.

2.5. Markedsføringsplanen – implementering

Indhold

Fagelementet indeholder implementering af markedsføringsplanen i praksis og handlingsplanen for denne, herunder sikring af virksomhedens indtjening og opfølgning på målene, samt budgetkontrol. Fagelementet har fokus på udarbejdelse af markedsføringsmateriale, herunder parametermiksets anvendelse i praksis. Ligeledes indeholder fagelementet virksomhedens salgsplanlægning og salgets forskellige faser samt risikovurdering af planen og evaluering af dennes effektivitet.

Læringsmål for Markedsføringsplanen - implementering

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om opfølgning og evaluering af markedsføringsplanen, herunder parametermiksets anvendelse i praksis,
- forståelse for praksis, centralt anvendt teori og metode i relation til udarbejdelse af egentligt markedsføringsmateriale og tilhørende budgetter.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber til udarbejdelse af en praksisnær og detaljeret operationel markedsføringsplan,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation til den operationelle markedsføringsplan,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til den operationelle markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage udviklingsorienterede situationer i relation til implementering af den operationelle markedsføringsplan,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til virksomhedens arbejde med interne og eksterne samarbejdspartnere ved udarbejdelse af en operationel markedsføringsplan,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til at sikre opfyldelse af virksomhedens operationelle markedsføringsplan.

ECTS-omfang

Fagelementet Markedsføringsplanen – implementering har et omfang på 10 ECTS-point.

2.6. Internationalisering

Indhold

Fagelementet indeholder virksomhedens internationalisering og internationaliseringsstrategier, herunder markedsudvælgelse, etableringsformer samt tilpasning af parameterindsatsen. Fagelementet indeholder desuden kultur og dennes betydning for parameterindsatsen. Ligeledes inkluderer fagelementet handelspolitik og makroøkonomiske faktorer, der påvirker virksomhedens internationalisering. Derudover indeholder fagelementet finansierings- og investeringsteori.

Læringsmål for Internationalisering

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om erhvervets praksis og central anvendt teori og metode inden for internationalisering,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i relation til virksomhedens internationalisering.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teorier og begreber, der er af betydning for virksomhedens internationalisering,
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge markedsføringsorienterede løsningsmodeller i relation til virksomhedens internationalisering,
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til virksomhedens internationalisering.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med beslutninger vedrørende virksomhedens internationalisering,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forbindelse med udarbejdelse af virksomhedens internationalisering,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til virksomhedens internationalisering.

ECTS-omfang

Fagelementet Internationalisering har et omfang på 10 ECTS-point.

2.7. Antallet af prøver i de nationale fagelementer

Nationale fagelementer på 1. studieår udgør 60 ECTS (mindst 45 ECTS-point ud af det samlede omfang af uddannelsens nationale fagelementer), hvoraf mindst 45 ECTS-point indgår i den eller de prøver, som udgør førsteårsprøven.

Desuden er der 3 prøver i de øvrige nationale fagelementer, samt yderligere én prøve i det afsluttende eksamensprojekt. For antallet af prøver i praktikken, henvises til afsnit 4.

For et samlet overblik over alle uddannelsens prøver, henvises til institutionsdelen af studieordningen, idet de nationale fagelementer beskrevet i denne studieordning kan prøves sammen med fagelementer fastsat i institutionsdelen af studieordningen.

3. Praktik

Læringsmål for praktikken på uddannelsen

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

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praktikvirksomhedens praksis samt central anvendt teori og metode inden for praktikfunktionen og den pågældende branche,
- forståelse for praksis og central anvendt teori og metode i praktikfunktionens erhverv samt kan forstå praktikfunktionens praksis og anvendelse af teori og metode.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale teorier og begreber, der knytter sig til beskæftigelse inden for praktikfunktionens erhverv,
- vurdere praksisnære problemstillinger for virksomheden og opstille løsningsmuligheder i relation til praktikfunktionen,
- formidle praksisnære problemstillinger og begrundede løsningsforslag til kunder, samarbejdspartnere og brugere i relation til praktikfunktionen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i praktikopholdets sammenhænge,
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i praktikvirksomheden med en professionel tilgang i relation til praktikfunktionen,
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet inden for praktikfunktionen.

ECTS-omfang

Praktikken har et omfang på 15 ECTS-point.

Antal prøver

Praktikken afsluttes med 1 prøve.

4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt

Læringsmålene for det afsluttende eksamensprojekt er identisk med uddannelsens læringsmål, der fremgår ovenfor under pkt. 2.

Det afsluttende eksamensprojekt dokumenterer sammen med uddannelsens øvrige prøver og praktikprøven, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

Det afsluttende eksamensprojekt 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. Institutionen godkender problemstillingen.

For specifikke formkrav til det afsluttende eksamensprojekt henvises til studieordningens institutionsdel.

Prøven i det afsluttende eksamensprojekt

Eksamensprojektet afslutter uddannelsen på sidste semester, når alle forudgående prøver er bestået.

ECTS-omfang

Det afsluttende eksamensprojekt har et omfang på 15 ECTS-point.

Prøveform

Prøven er en mundtlig prøve med udgangspunkt i det afsluttende eksamensprojekt med ekstern censur, hvor der gives en samlet individuel karakter efter 7-trin skalaen for det skriftlige projekt og den mundtlige præstation.

5. Regler om merit

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer.

Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse efter ovenstående anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse.

DEL 2 – Institutionsdelen

6. Uddannelsen indeholder lokale fagelementer, herunder valgfag

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

Uddannelsen udbyder hvert år et antal lokale fagelementer i form af valgfag, som er beskrevet i bilag til denne studieordning. (Bilag B beskriver valgfag som udbydes i Randers og bilag C beskriver valgfag som udbydes i Viborg). Institutionen er ikke forpligtiget til at gennemføre alle udbudte valgfag, men der gennemføres et passende antal efter en faglig og kapacitetsmæssig vurdering.

6.1. Valgfag

Valgfag som udbydes i Randers	ECTS
Reklame og online promotion	15
Bureau Medieproduktion	
Business Management	15
Driftøkonomi Statistik	
Sustainability Marketing	5
Summer School	5

Valgfag som udbydes i Viborg	ECTS
Executive	
Driftøkonomi	7,5
Statistik	7,5
Ledelse	5
Promotion	20
Development	20

Figur 2: Fagelementer/valgfag

6.2. Prøver

Når en studerende begynder på et fagelement, semester mv. er den studerende samtidig tilmeldt til den ordinære prøve. Uddannelsesinstitutionen fastsætter for hver prøve en frist for, hvornår afmelding fra prøven kan finde sted. Uddannelsesinstitutionen kan i studieordningen fastsætte, at opfyldelse af deltagelsespligt og aflevering af opgaver og projekter m.v. er en forudsætning for deltagelse i en prøve. Institutionen kan for hele eller dele af uddannelser i studieordningen fastsætte, at afmelding ikke kan finde sted. Der er ikke mulighed for at framelde sig delprøver på 1. og 2. semester.

Formålet med prøver på uddannelsen er at udprøve, i hvilken grad den studerende opfylder de faglige mål, der er fastsat for uddannelsen og dens elementer.

Her henvises i øvrigt til *Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser* (Eksamensbekendtgørelsen), *Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse ved uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område* (Karakterbekendtgørelsen), samt **Erhvervsakademi Dania's Eksamensreglement**.

6.2.1. Prøver på eksamensbeviset

På uddannelsen vil nedenstående prøver fremgå af eksamensbeviset.

Placering	Eksamen	Fagelementer	ECTS	Bedømmelse	Karakter	Karaktervægt
1. semester	1. interne eksamen	- Forretningsforståelse - Markedsforståelse - Markedsanalyse Består i 3 dele: 2 delprøver samt et skriftligt gruppeprojekt med individuel mundtlig eksamen. Karakter for alle 3 dele vil fremgå af eksamensbeviset.	30	Intern	7 – trins skala	1
	1. eksterne eksamen	Markedsføringsplanen – strategi og taktik Markedsføringsplanen – implementering Består i 3 dele: 2 delprøver samt et skriftligt gruppeprojekt med mundtlig gruppeeksamen. Karakter for alle 3 dele vil fremgå af eksamensbeviset.	30	Ekstern	7 – trins skala	1
3. Semester	2. interne eksamen	- Internationalisering Skriftligt gruppeprojekt og mundtlig individuel eksamen omhandlende tema 6 på 3. semester.	10	intern	7 – trins skala	1

4. Semester	Valgfagsprøver	Se valgfagskatalog – bilag B eller C	20	Intern	7 – trins skala	1
	Praktikeksamen	Praktikeksamen Skriftligt projekt, der tager udgangspunkt i den studerendes praktik, efterfulgt af en mundtlig eksamen	15	Intern	7 – trins skala	1
	Afsluttende eksamensprojekt	Skriftligt projekt med mundtlig eksamen	15	Ekstern	7 – trins skala	1

Figur 3: Prøver der fremgår af eksamensbeviset.

6.2.2. Beskrivelse af prøverne

1. Interne prøve (eksamen)

Forudsætningskrav	Forudsætningskrav for at deltage i prøven: Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret. Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering For at gå til den mundtlige del af eksamensprojektet skal indholdet af den skriftlige opgave være redeligt. Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret. Det er et forudsætningskrav for at gå til mundtlig eksamen, at man via underskrift bekræfter. Dette sker rent praktisk ved upload i WISEflow, at man er ansvarlig for projektudarbejdelsen.
Form	Prøven omfatter dels to delprøver, og dels et skriftligt gruppeprojekt med en mundtlig individuel afprøvning af semesterets læringsmål.
Placering	1. semester.
Antal ECTS	30 ECTS
Indhold	Læringsmålene for prøven er identiske med læringsmål for de 3 nationale fagelementer "Forretningsforståelse", "Markedsforståelse" samt "Markedsanalyse". Læringsmål fremgår af den nationale del af studieordningen.
Beskrivelse af prøve	Delprøver: I slutningen af de første 2 uddannelseselementer er der en delprøve (A) og igen i slutningen af det 3. uddannelseselement, er der en delprøve (B) på 1.semester. Delprøve A: Delprøve A består af en skriftlig opgave, udarbejdet i grupper á 3-5 studerende, på min. 9.500 anslag og max. 12.000 anslag inkl. mellemrum (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Delprøve B:

	Delprøve B består af en skriftlig aflevering, udarbejdet i grupper a 3-5 studerende, på min. 9.500 anslag og max. 12.000 anslag, samt en mundtlig gruppeeksamination. Den mundtlig gruppeeksamination varer ca. 25 min. Alle gruppe-medlemmer skal være aktive under dialogen. Resultatet fra de to delprøver indgår som løbende bedømmelse og tæller hver 15% (i alt 30%) af karakteren. 1. interne eksamen tæller 70% af karakteren. Resultatet fra delprøverne påføres eksamensbeviset. Eksamensprojekt – skriftligt og mundtligt Det skriftlige gruppeprojekt skal tage afsæt i en virksomheds problemstilling. Udarbejdelsen af projektet skal tage udgangspunkt i casebeskrivelsen/projektvejledningen, som uddyber krav til formalia. Projektet udarbejdes i grupper af 3-5 studerende. Til den individuelle mundtlige eksamen præsenterer den studerende kort de valgte elementer i projektet, hvorefter fagundervisere vil eksaminere med udgangspunkt i det afleverede projekt samt bredt i læringsmålene for semesteret. Herudover trækker de studerende, ved den mundtlige eksamination, et teoretisk spørgsmål, der er udarbejdet bredt inden for semesterets læringsmål. Den studerende skal herefter redegøre for det teoretiske spørgsmål.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres omkring medio 1. semester og afleveres i den sidste del af semesteret. Den individuelle afprøvning omfatter 30 minutters individuel mundtlig eksamination (inkl. votering). For delprøver, se 'beskrivelse af prøven'.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	Vedrørende eksamensprojektet <i>Skriftligt omfang:</i> Minimum 40.000 anslag og maksimum 50.000 anslag inklusiv mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, executive summary, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. <i>Mundtligt omfang:</i> Individuel afprøvning – 30 minutter pr. studerende: 1) Den studerende laver en præsentation af de valgte elementer i projektet (ca. 5 min.) 2) Fagundervisere eksaminerer med udgangspunkt i det afleverede projekt samt bredt i læringsmålene for semesteret. (ca. 15 min.) 3) Den studerende trækker et teoretisk spørgsmål, der er udarbejdet bredt inden for semesterets læringsmål. Den studerende skal herefter redegøre for det teoretiske spørgsmål. (ca. 5 min) Votering og karaktergivning (ca. 5 min) For delprøver, se 'beskrivelse af prøve'.
Bedømmelse	De 2 delprøver bedømmes særskilt. Den studerende har ét forsøg til at gennemføre delprøven. Ved udokumenteret fravær til den mundtlige del, manglende aflevering af opgave eller aflevering uden

	reelt indhold tildeles den studerende karakteren -3. Har den studerende dokumenteret fravær ved sygdom, barsel og orlov tildeles et nyt prøveforsøg. Bedømmelseskriterierne for 1. interne eksamen er identiske med læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Prøven har intern censur. Karakteren for eksamensprojektet gives som en samlet vurdering af det skriftlige gruppeprojekt og den individuelle mundtlige eksamination, herunder besvarelsen af det trukne spørgsmål. Eksamensprojektet (skriftligt og mundtligt) og delprøverne bedømmes efter 7-trinsskalaen. Der gives en samlet karakter, hvor de 2 delprøver hver tæller 15% af karakteren, mens eksamensprojektet tæller 70% af karakteren. Eksamensprojektet (skriftligt og mundtligt) skal bestås. Karaktererne påføres enkeltvis og vægtes på eksamensbeviset.
Bedømmelseskriterier	Prøven bedømmes med udgangspunkt i læringsmålene for fagelementerne: Forretningsforståelse (tema 1), Markedsforståelse (tema 2) og Markedsanalyse (tema 3).
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Forudsætning for deltagelse i prøven	Se under forudsætningskrav.
Frist for afmelding	Der er ikke muligt at framelde sig delprøverne A og B. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

1. Eksterne prøve (eksamen)

Forudsætningskrav	For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. semester er bestået. Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	Prøven omfatter dels to delprøver, og dels en kombination af en skriftlig og mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i en konkret virksomheder (case).
Placering	2. semester
Antal ECTS	30 ECTS
Indhold	Læringsmålene for prøven er identisk med læringsmål for de 2 nationale fagelementer "Markedsføringsplanen – strategi og taktik" og "Markedsføringsplanen - implementering". Læringsmål fremgår af den nationale del af studieordningen.
Beskrivelse af prøve	Delprøver: I slutningen af de 2 uddannelseselementer på 2. semester er der en delprøve. Delprøve C: Delprøve C består af en skriftlig opgave omfattende dele af fagelementet "Markedsføringsplanen – strategi og taktik", udarbejdet i grupper a 3-5 studerende

	på min. 9.500 anslag og max. 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Krav til indhold uddybes i særskilt opgavebeskrivelse. Delprøve D: Delprøve D udarbejdes i grupper a 2-4 studerende og består af, et mundtligt output (som en video-præsentation) med en varighed på 10-15 minutter samt en skriftlig rapport på min. 6.000 og max. 7.200 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Alle gruppemedlemmer skal deltage i video-præsentationen. Resultatet fra de to delprøver indgår som løbende bedømmelse og tæller hver 15% (i alt 30%) af karakteren. 1. eksterne eksamen tæller 70% af karakteren. Resultatet fra delprøverne påføres eksamensbeviset. Eksamensprojekt – skriftligt og mundtligt Den skriftlige del af prøven består i udarbejdelse af markedsføringsplan for en virksomhed, herunder også valg af målgruppe. Udarbejdelsen af markedsføringsplanen skal tage udgangspunkt i casebeskrivelsen/ projektvejledningen, som uddyber krav til formalia. Projektet udarbejdes i grupper af 3-5 studerende. Den mundtlige del af prøven indledes med en præsentation af det udarbejdede kommunikationsprodukt fra gruppen. Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen og den skriftlige rapport, samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for de aktuelle fagelementer.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres senest medio 2. semester og afleveres i den sidste del af semesteret. Der afsættes 15 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 45 minutter og maksimalt 75 minutter pr. gruppe. For delprøver, se 'beskrivelse af prøve'.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	Eksamensprojektet Skriftligt omfang: • Den strategiske og taktiske del af markedsføringsplanen, må fylde minimum 40.000 anslag og maksimum 48.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, executive summary, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). • Implementeringsdelen af markedsføringsplanen må fylde minimum 20.000 anslag og maksimum 24.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, executive summary indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Markedsføringsplanen kan afvises, hvis de ikke opfylder de fastsatte formkrav. Hvis besvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og der er brugt et prøveforsøg. Mundtligt: Der afsættes 15 minutter til eksamination per studerende inklusiv votering og karaktergivning. Dog minimum 45 minutter og maksimalt 75 minutter pr gruppe. Præsentationen har en varighed på maksimalt 20 min, og skal tage udgangspunkt

	i den skriftlige del. Det er gruppens opgave, at alle gruppemedlemmer deltager aktivt i hele prøven. For delprøver, se 'beskrivelse af prøve'.
Bedømmelse	De 2 delprøver bedømmes særskilt. Den studerende har ét forsøg til at gennemføre delprøven. Ved udokumenteret fravær til den mundtlige del, manglende aflevering af rapport eller aflevering uden reelt indhold tildeles den studerende karakteren -3. Har den studerende dokumenteret fravær ved sygdom, barsel og orlov tildeles et nyt prøveforsøg. Bedømmelseskriterierne for 1. eksterne eksamen er identiske med læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Der gives en samlet bedømmelse af den skriftlige og mundtlige del af eksamensprojektet. Den skriftlige del af prøven vurderes som en helhed for hele gruppen, mens den mundtlige del vurderes ud fra den individuelle præstation til prøven. Eksamensprojektet (skriftligt og mundtligt) og de delprøver bedømmes efter 7-trinsskalaen. Der gives en samlet karakter, hvor de 2 delprøver hver tæller 15% af karakteren, mens eksamensprojektet tæller 70% af karakteren. Eksamensprojektet (skriftligt og mundtligt) skal bestås. Karaktererne påføres enkeltvis og vægtet på eksamensbeviset.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene for de obligatoriske fagelementer der afprøves i eksamen. Læringsmålene fremgår af fællesdelen i studieordningen. Følgende fagelementer afprøves: Markedsføringsplanen – strategi og taktik (tema 4) og Markedsføringsplanen - implementering (tema 5).
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Forudsætning for deltagelse i prøven	Se under forudsætningskrav
Frist for afmelding	Der er ikke muligt at framelde sig delprøverne C og D. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

2. interne prøve (eksamen)

Forudsætningskrav	Alle eksaminer på 1. studieår skal være bestået. Desuden skal den studerende have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	2. interne prøve består af et skriftligt gruppeprojekt samt en individuel mundtlig afprøvning i temaets læringsmål.
Placering	3. semester. Læringsmålene findes i den nationale del af studieordningen.
Antal ECTS	10 ECTS
Indhold	2. interne prøve afprøver læringsmålene for fagelementet, Internationalisering (Tema 6). Til den individuelle mundtlige eksamen vil fagundervisere eksaminere med udgangspunkt i det afleverede projekt samt bredt i læringsmålene for semesteret. Herudover trækker de studerende, ved den mundtlige eksamination,

	et teoretisk spørgsmål, der er udarbejdet inden for semesterets læringsmål. Den studerende skal herefter redegøre for det teoretiske spørgsmål.
Beskrivelse af prøve	Det skriftlige projekt er tværfaglig projekt og skal tage udgangspunkt i en praktisk problemstilling i en virksomhed. Udarbejdelsen af projektet skal tage udgangspunkt i casebeskrivelsen/projektvejledningen, som uddyber krav til formalia.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres omkring midtvejs i forløbet og afleveres ved slutningen af forløbet. Den mundtlige individuelle eksamen har en varighed på 20 minutter inkl. votering og karaktergivning.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	<i>Skriftligt:</i> Det skriftlige gruppe-projekt skal have et omfang af minimum 31.200 og maksimum 36.000 anslag (inklusiv mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, executive summary, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). <i>Mundtligt:</i> Individuel afprøvning – 20 minutter pr. studerende: 1) Fagundervisere eksaminerer med udgangspunkt i det afleverede projekt samt bredt i læringsmålene for semesteret. (ca. 10-12 min.) 2) Den studerende trækker et teoretisk spørgsmål, der er udarbejdet bredt inden for semesterets læringsmål. Den studerende skal herefter redegøre for det teoretiske spørgsmål. (ca. 5 min) Votering og karaktergivning (ca. 3-5 min)
Bedømmelse	Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Prøven bedømmes med udgangspunkt i læringsmålene for fagelementet, Internationalisering (Tema 6).
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

3. Interne prøve (valgfag)

Valgfagsprøver er beskrevet i bilag B for Randers og bilag C for Viborg.

4. interne prøve (eksamen) - Praktikeksamen

Nedenstående tabel tager afsæt i de formelle lokale retningslinjer for praktikkens gennemførelse for det pågældende udbud.

Forudsætningskrav	Alle eksaminer på 1., 2. og 3. semester skal være bestået. Desuden skal den studerende skal have gennemført de obligatoriske elementer i forløbet. Desuden er det en forudsætning, at den studerende skal have gennemført minimum 2/3 af praktikperioden.
Form	5. interne eksamen består i en mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt projekt. Både det skriftlige projekt samt den mundtlige prøve indgår i bedømmelsen, som sker ved intern bedømmelse. Praktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.
Placering	Sidste halvdel af 4. semester. Læringsmålene findes i den nationale del af studieordningen.
Antal ECTS	15 ECTS
Indhold	5. interne prøve afprøver læringsmålene for praktikken.

Beskrivelse af prøve	Prøven har til formål, at afprøve den studerendes evne til at reflektere over og dokumentere opnåelse af læringsmål i praktikken, hvor forskellige udførte opgaver, aktiviteter og erfaringer kommer i spil. Udarbejdelsen af projektet skal tage udgangspunkt i praktikbeskrivelsen/-vejledningen, som uddyber krav til formalia.
Varighed	Den mundtlige eksamen har en varighed på 25 minutter inkl. votering og karaktergivning.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	Det skriftlige projekt skal have et omfang af minimum 9.500 og maksimum 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).
Bedømmelse	Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Prøven bedømmes med udgangspunkt i læringsmålene for praktikforløbet.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

Afsluttende eksamensprojekt - 2. eksterne prøve (eksamen)

Forudsætningskrav	Forudsætningskrav for at deltage i prøven: alle uddannelsens prøver og eksaminer være bestået, inklusiv praktik.
Form	Mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt arbejde.
Placering	4. semester. Læringsmålene findes i den nationale del af studieordningen.
Antal ECTS	15 ECTS
Indhold	2. eksterne prøve afprøver læringsmålene for afsluttende projekt.
Beskrivelse af prøve	Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab.
Varighed	Den individuelle afprøvning omfatter 45 minutters individuel mundtlig eksamination (inkl. votering).
Indholdsmæssig omfang (formalia)	<i>Skriftligt omfang:</i> Eksamensprojektet må have et omfang af: v. 1 studerende: Minimum 70.000 anslag og maksimum 100.000 anslag v. 2 studerende: Minimum 105.000 anslag og maksimum 150.000 anslag v. 3 studerende: Minimum 140.000 anslag og maksimum 200.000 anslag Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, executive summary, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. <i>Mundtligt:</i> Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering.
Bedømmelse	Der gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen 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.

Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement der afprøves i eksamenen. Læringsmålene fremgår af fællesdelen i studieordningen.
Formulerings- og staveevne	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 fire uger før prøvens afvikling.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

6.2.3. Sygeprøve, dispensation, snyd, klager og særlige prøvevilkår

Erhvervsakademi Dania har fastsat en række regler og procedurer omkring særlige forhold ved afvikling af prøver. Reglerne og procedurerne fremgår af **Danias Eksamensreglement, som den studerende forventes at have læst ved studiestart.**

Eksamensreglementet indeholder bl.a. regler og procedurer på følgende områder:

- Hvornår en studerende kan gå op til en sygeprøve
- Hvornår den studerende skal bestå prøven
- Hvordan den studerende skal forholde sig ved fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse
- Prøver der afvikles i udlandet
- Klager
- Eksamenssnyd, plagiat og forstyrrende adfærd ved prøver mm.

6.3. Deltagelsespligt

På Erhvervsakademi Dania følger vi løbende vores studerendes studieaktivitet og opfyldelse af forudsætningskravene for prøverne.

6.4. Kriterier for vurdering af studieaktivitet

Det er en forudsætning for at være studieaktiv, at den studerende møder op til alle undervisningsaktiviteter, deltager i alle obligatoriske opgaver og prøver samt afleverer opgaver, projekter mm. tilknyttet uddannelsen. Med kravet om studieaktivitet ønsker vi at bidrage til at skabe et udviklende og berigende læringsmiljø for hver enkelt studerende.

At være studieaktiv er i sig selv en obligatorisk opgave, hvorved der gælder de samme krav som ved øvrige obligatoriske opgaver, hvilket betyder, at den studerende kun indstilles til en prøve, når der er tilfredsstillende studieaktivitet

I praksis betyder det, at der er mødepligt til al undervisning og undervisningsrelaterede aktiviteter. Ved fravær giver den studerende – med kort angivelse af årsag – besked hurtigst muligt. Ved sygdom af mere end en uges varighed skal den studerende efter nærmere aftale med akademiet indsende dokumentation for fravær eller udfylde en tro og love-erklæring til studiesekretæren.

Den studerende, som gentagne gange registreres som fraværende, indkaldes til en samtale hos den fraværs-ansvarlige eller den studieansvarlige, hvor studieaktiviteten vurderes. Hvis studieaktiviteten ikke efterfølgende forbedres, vil den studerende blive bedt om at løse en afløsningsopgave med det formål at sikre, om det faglige niveau er tilfredsstillende. I særligt alvorlige tilfælde indstiller akademiet til ophør af SU-støtte, da studieaktivitet er en forudsætning for at være berettiget til SU.

Studieaktivitet indebærer derfor at den studerende:

1. At den studerende består studiestartsprøven indenfor 3 måneder efter studiestart.
2. At den studerende består prøver af omfang på 45 ECTS pr. studieår.
3. At den studerende består mindst én prøve i en sammenhængende prøve på mindst 1 år.

Studerende, der ikke har bestået nogen prøver i en sammenhængende periode på mindst 1 år, udmeldes fra studiet.

6.4.1. Studiestartsprøven

Studerende på uddannelsens 1. semester 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 senest 2 måneder efter studiestart og resultatet vil blive meddelt den studerende som bestået/ikke bestået henholdsvis "godkendt" eller "ikke godkendt" senest to uger efter prøvens afholdelse.

Er prøven ikke bestået, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, som afholdes senest 3 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.

Forudsætningskrav	Tilmeldt studiet
Form	Der kan være tale om skriftlige eller mundtlige prøver, som udprøver den studerendes studieaktivitet
Placering	Senest 2 måneder efter studiestart
Indhold	Prøven kan bestå af en test på vidensniveau inden for rammerne af de gennemgåede fag siden studiestart og / eller en vurdering af studieaktivitet, herunder såvel tilstedeværelse og løsning af de stillede opgaver
Varighed, indholdsmæssig omfang	Vil fremgå af oplægget
Bedømmelse	Intern bedømmelse - bestået/ikke bestået
Bedømmelseskriterier	En helhedsvurdering af den studerendes studieaktivitet
Formulerings- og staveevne	Vil fremgå af oplægget
Sprog	Dansk hvis ikke andet fremgår af oplægget
Hjælpemidler	Vil fremgå af oplægget
Forudsætning for deltagelse i prøven	Tilmeldt studiet og adgang til Moodlerooms

Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Dania's Eksamensreglement
---------------------	--

6.5. Studieaktivitetsmodellen

Når man starter som studerende hos Erhvervsakademi Dania, vil man møde aktiviteter og en studieplanlægning, som måske adskiller sig fra det, man tidligere har mødt. Det forventes, at der ydes en indsats svarende til et fuldtidsjob. Uddannelsen er praksisnær, hvilket betyder, at der foruden praktikforløbet vil være løbende møder med erhvervet/professionen under uddannelsen.

Der indgår mange forskellige former for aktiviteter i et studie. Nogle af dem tager den studerende selv initiativ til – andre bliver planlagt for af uddannelsen. Nogle af dem udfører den studerende selv, alene eller sammen med medstuderende - andre udfører den studerende sammen med uddannelsens undervisere - og atter andre udføres sammen med virksomheder. Enten i forbindelse med praktikken, eller i forbindelse med virksomhedsbesøg, projekter el. lign.

Undervisningen på Erhvervsakademi Dania planlægges med udgangspunkt i nedenstående studieaktivitetsmodel, hvor aktiviteterne opdeles i 4 kategorier:



Figur 3: Studieaktivitetsmodel

6.5.1. Undervisnings- og arbejdsformer

Uddannelsernes videngrundlag er erhvervs- og professionsbaseret samt udviklingsbaseret. Erhvervs- og professionsbaseret indebærer, at uddannelsen er baseret på ny viden om centrale tendenser inden for det erhverv eller den profession, som uddannelsen retter sig mod.

Udviklingsbaseret indebærer, at uddannelsen er baseret på ny viden fra forsøgs- og udviklingsarbejde, som er relevant for det erhverv eller den profession, som uddannelsen retter sig mod. Udviklingsbaseret indebærer desuden, at uddannelsen er baseret på ny viden fra forskningsfelter, der er relevante for de kerneområder, der er konstituerende for uddannelsens formål og erhvervssigte.

Undervisningsformerne varierer i løbet af uddannelsen, men kan bl.a. være forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, online forløb, præsentationer, cases, seminarer, gæsteundervisere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold. Derudover fremgår den pædagogiske undervisningsform af de enkelte forløb.

6.6. Dele af uddannelsen, som kan gennemføres i udlandet

Uddannelsen er tilrettelagt således at den studerende har mulighed for at gennemføre dele af uddannelsen i udlandet inden for den normerede studietid.

Uddannelsen er opbygget, således det er muligt for en studerende at læse 3. semester i udlandet. Erhvervsakademi Dania skal godkende den udenlandske uddannelsesinstitution samt det faglige indhold de(t) søgte uddannelsesforløb. Den studerende har pligt til efter endt studieophold at dokumentere de 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.

6.7. Regler om merit – institutionsdelen

Regler for merit på institutionsdelen følger reglerne om merit på den nationale del jf. ovenfor.

Merit for uddannelseselementer i denne uddannelse:

Institutionen godkender beståede uddannelseselementer på samme uddannelse gennemført på andre institutioner. Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer ved en anden institution og uddannelse ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf 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 beregningen af et eventuelt karaktergennemsnit.

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. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

6.8. Merit mellem de videregående uddannelser

Nogle erhvervsakademiuddannelser giver mulighed for at få merit, hvis du søger ind på bestemte videregående uddannelser. Der kan både være tale om særlige meritforløb, eller der kan være tale om merit på det ordinære forløb, så du enten indtræder senere i forløbet, fx på andet studieår, eller ikke skal have nogle fag undervejs i uddannelsen.

Læs mere på:

<https://www.ug.dk/uddannelser/artikleromuddannelser/merit/merit-mellem-de-videregaende-uddannelser>

eller kontakt studievejledningen for yderligere aktuel information.

6.9. 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 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser*.

6.10. Dispensation

Institutionen kan, når det findes begrundet i udsædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionen eller institutionerne. Institutionerne samarbejder om en ensartet dispensationspraksis.

6.11. Fremmedsprog

Hovedparten af uddannelsens undervisningsmateriale er på dansk, og dele af undervisningen kan foregå på engelsk.

Der kræves ikke yderligere kendskab til fremmedsprog, udover hvad adgangsbekendtgørelsen angiver.

6.12. Gældende lovgivning

<https://ufm.dk/lovstof/gældende-love-og-regler/uddannelser/erhvervsakademiuddannelser>

7. Ikrafttrædelse og overgangsordning

Studieordningen træder i kraft den 20.08.2020 og har virkning for de studerende, som indskrives efter den 20.08.2019

Den nyeste version af studieordningen forefindes på www.eadania.dk under uddannelsens navn.

Overgangsordning

Studerende som er optaget indtil 20.08.2019 følger studieordning fra juni 2017, hvorefter de overgår til denne studieordning fra 31.01.2021. Prøver påbegyndt før den 31.01.2021 afsluttes efter den studieordning, de er påbegyndt på.

Juridisk grundlag

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 786 af 08/08/2019: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser

- LBK nr. 1343 af 10/12/2019: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven)
- BEK nr. 21 af 09/01/2020: Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 18 af 09/01/2020: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 152 af 26/02/2020: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 114 af 03/02/2015: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse.

Gældende love og bekendtgørelser offentliggøres på www.retsinfo.dk

8. Bilag A: Beskrivelse af kerneområdeindhold under fagelementer, samt ECTS fordeling

8.1. Forretningsforståelse

Markedsføring (2 ECTS)

- Forretningsmodeller
- Markedsorientering vs. produktorientering
- Virksomhedens mission og vision
- Virksomhedens kernekompetencer og værdiskabelse
- Produktvurdering og udvikling

Økonomi (3 ECTS)

- Indtægter
- Omkostninger (variable og faste)
- Årsregnskab (Resultatopgørelse og Balance)
- Regnskabsanalysens indhold
- Rentabilitetsanalyse
- Likviditetsopgørelse
- Analyse af indtjeningsevne
- Analyse af kapitaltilpasning
- Analyse af soliditet og likviditet

Organisation/SCM (4 ECTS)

- Forretningsmodeller
- Innovation
- Individ/personprofiler
- Grupper/Teams/teamudvikling
- Motivationsteorier
- Ledelsesteorier
- Organisationsstruktur
- Organisationskultur

Erhvervsret (1 ECTS)

- Juridisk metode og retskilder, herunder EU's retsskabende virksomhed, samt domstolssystemet
- Selskabsformer og deres betydning for hæftelsen

8.2. Markedsforståelse

Markedsføring (5 ECTS)

- Omverdensanalyse
- Brancheanalyse
- Konkurrentanalyse
- Benchmarkanalyse
- Kundeadfærd herunder kunderejsen
- Forbrugertrends
- Markedspotentiale
- Analyse af virksomhedens styrker, svagheder, muligheder og trusler

Økonomi (2 ECTS)

- Nationalregnskabet (værditilvækst, forsyningsbalancen og betalingsbalancen)
- Konjunkturanalyse og følsomhed
- Befolkningsudvikling
- Arbejdsmarked samt erhvervsstruktur

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Forsyningskædens opbygning
- Optimering af forsyningskæden (værdiskabelse, logistisk effektivitet/strategi/styring)
- Værktøjer til optimering i SCM
- Styling af vareflow (planlægningsprincipper, lager, transport mm)
- Relationer, partnerskaber, valg af partnere i SCM

Erhvervsret (1 ECTS)

- Aftaleret og forbrugeraftaler

8.3. Markedsanalyse

Markedsføring (4 ECTS)

- Markedsanalyseprocessen
- Primære og sekundære dataindsamlingsmetoder og analysetyper
- Analyseproblem og analysedesign
- Interne kilder (fx Google Analytics) og eksterne kilder (fx databaser)
- Kvantitative og kvalitative dataindsamlingsmetoder
- Interviewmetoder
- Reliabilitet og validitet
- Udvikling af spørgeskema/spørgeramme
- Dataanalyse
- Anvendelse og præsentation af indsamlede data

- Metodetriangulering

Statistik (2 ECTS)

- Beskrivende statistik
- Goodness of Fit
- Test af uafhængighed (analyse af antals-/krydstabeller)
- Konfidensintervaller

Økonomi (1 ECTS)

- Makroøkonomiske nøgletal (ingen makroøkonomiske modeller – er på 3. semester)
- Økonomiske rapporter vedr. makroøkonomien fra sekundære kilder herunder databaser
- Generelt vil det være oplagt, at de studerende bruger tid på at søge i sekundære kilder og databaser

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Projektstyring
- Projektplan
- Værktøjer til projektledelse (Risikoanalyse, interessentanalyse m.fl)
- Projektledelse i praksis

Erhvervsret (1 ECTS)

- Erstatningsret, herunder arbejdsgiveransvar og produktansvar
- Persondatalovgivning

8.4. Markedsføringsplanen – strategi og taktik

Markedsføring (6 ECTS)

- Markedsføringsplanens opbygning
- Virksomhedens mål
- Segmentering (b2b og b2c)
- Målgruppevalg
- Positionering
- Branding
- Produkt vs. Service
- Prisstrategier
- Distributionsstrategier
- Det effektive marketing-mix

Økonomi (6 ECTS)

- Udbud og efterspørgsel
- Markedsformer
- Forbrugeren (inkl. forbrugers overskud)
- Producenten (inkl. producentoverskud)
- Elasticiteter

- Virksomhedens omkostningsforhold
- Markedsindgreb (maksimalpris, minimalpris og stykafgift)
- Prisfastsættelsesmetoder (praksisnære, teoretiske og matematiske)
- Budgettering (resultat- og markedsføringsbudget)

Organisation/SCM (2 ECTS)

- Design og optimering af distributionskanaler (opgaver, værdiskabelse, kanalstruktur)
- Konceptstyring
- Optimering i detailhandel (koncept, opgaver, værdiskabelse)
- Offline, online, omnichannel

Salg (1 ECTS)

- Salgsstrategi
- Salgsplanlægning

Markedskommunikation (3 ECTS)

- Kommunikationsstrategier
- Målgruppens medievaner og touchpoints
- Kommunikationsmålsætning
- Budskab
- Medielandskabet
- Medieplanlægning

Erhvervsret (2 ECTS)

- Markedsføringsret, herunder forbud mod uanmodet henvendelse til forbrugere
- Varemærkebeskyttelse
- E-handelsret
- Køberet, herunder sikring af købesummen ved ejendomsforbehold

8.5. Markedsføringsplanen – implementering

Markedsføring (2 ECTS)

- Implementering af markedsføringsplanen
- Briefing af interne og eksterne leverandører
- Evaluering og effektmåling
- Værktøjer til implementering af virksomhedens digitale tiltag

Økonomi (3 ECTS)

- Budgettering (likviditetsbudget og balancebudget)
- Budgetkontrol

Salg (3 ECTS)

- Kommunikationsværktøjer (herunder CRM)
- Persontypologier
- Salgs- og forhandlingsteknik
- Salgspsykologi
- Social selling

Markedskommunikation (2 ECTS)

- Udformning af (minimum) et konkret kommunikationselement og/eller produkt
- Kommunikationsbudget (Budget og priser for medier/clicks mv)
- Effektmåling af kommunikationsindsats (herunder opfyldelse af kommunikationsmålsætning inden for budgettet)

8.6. Internationalisering

Markedsføring (4 ECTS)

- Internationaliseringsmotiver
- Markedsscreening og markedsvalg
- Indtrængningsstrategier
- Etableringsformer
- Identifikation af samarbejdspartnere
- International markedsføringsstrategi
- Tilpasning af parameterstrategien

Markedskommunikation (1 ECTS)

- Kulturforståelse
- Kulturanalyser og sammenligning af kulturer

Økonomi (5 ECTS)

- Investering (herunder kritisk værdi og følsomhedsanalyser)
- Finansiering (herunder balancestruktur, kapitalbehov og låntyper)
- De makroøkonomiske mål (med henblik på markedsvurdering)
- Makroøkonomiske modeller (varemarkedet, pengemarkedet, valutamarkedet og arbejdsmarkedet)
- Økonomiske politikker
- Klassiske handelsteorier og international handelspolitik (handelshindringer og handelssamarbejder)

8.7. ECTS fordeling

ECTS fordeling til ny studieordning								
	1 sem			2. sem		3. sem		
	Forretningsforståelse	Markedsforståelse	Markedsanalyse	Marketingplanen	Implementering	Int	Total	gl. kerneområder
Marketing								
Markedsføring	2	5	4	6	2	4	23	
Statistik			2				2	25
Salg				1	3		4	
Markedskommunikation				3	2	1	6	10
Økonomi								
Global/beskr		2	1				3	
Mikro(pris)				4			4	
Økonomistyring -- Budget	3			2	3		8	
Makro						3	3	
Investering/finansiering						2	2	20
Erhvervsret	1	1	1	2			5	5
Org/innovation/projekt	4		2				6	
SCM		2		2			4	10
Total	10	10	10	20	10	10	70	70
Mål	10	10	10	20	10	10	70	

9. Bilag B: Valgfagskatalog for Randers

VALGFAG Randers

Erhvervsakademi Dania

Markedsføringsøkonom (AK)

2020

Ændringslog:

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
1	19/08-2020	Marianne Aardalsbakke	Valgfagskataloget gældende for 2019 er beskrevet i det efterfølgende. Der kommer ændringer til dette, med nye og flere valgfagsmuligheder til implementeres fra efteråret 2020, gældende for denne studieordning.

9.1. Studieordningens rammer

Denne beskrivelse af valgfagselementer gælder for studerende, der har påbegyndt deres studier på Erhvervsakademi Dania pr. 20 august 2019. Nye og flere valgfag til implementering efteråret 2021, gældende for studerende der starter august 2020, vil præsenteres og implementeres i studieordningen senest april 2021. Vi vil på denne måde sikre at de studerende på bliver endnu bedre stillet i forhold til valgfagsmuligheder.

9.2. Valgfag

Valgfagene på 3. semester giver de studerende mulighed for at opbygge en individuel specialiseringsprofil på grundlag af et fokuseret, fagorienteret arbejde inden for uddannelsens fokusområde. Specialiseringen kan opnås ved at følge forskellige valgfag, som gennemføres af en eller flere af de institutioner, der udbyder denne uddannelse. De studerende kan for egen regning følge valgfag, som udbydes af andre institutioner.

Hvis færre end 12 studerende tilmelder sig et valgfag, kan akademiet vælge ikke at udbyde det pågældende fag.

9.3. Hvordan det gøres

Erhvervsakademi Dania udbyder en række valgfag med varierende erhvervsfagligt fokus. Visse valgfag udbydes på tværs af flere uddannelser for at give de studerende optimale muligheder for at udvikle tværfaglige kompetencer.

På uddannelsen til Markedsføringsøkonom opnår de studerende 20 ECTS ved at gennemføre et antal valgfag på 3. semester. Dette kan ske på forskellig vis, men fælles for alle studerende er, at de skal opnå 20 ECTS. Hvordan dette gøres er beskrevet under hvert valgfag.

På uddannelsen til Markedsføringsøkonom skal de studerende desuden følge de valgfag, som på forhånd er fastlagt af akademiet. Således kræver visse kombinationer af valgfag, at de studerende følger to eller flere valgfag på samme tid.

Det drejer sig om følgende valgfag:

Reklame og Online Markedsføring (15+5 ECTS)
Business Management (15+5 ECTS)

Valgfag	ECTS
Reklame og Online Markedsføring - Bureau-case 10 ECTS - Medieproduktion 5 ECTS	15
Business Management - Statistik 7,5 ECTS - Driftsøkonomi 7,5 ECTS	15
Åbne valgfag - Sustainability Marketing - Summer School	5

9.4. Reklame og Online Markedsføring (15 ECTS)

Kursusindhold

I valgfagene Reklame og Online Markedsføring opnår den studerende konkrete færdigheder i anvendelsen af såvel online som offline markedsføringsredskaber. Samtidig erhverves bløde færdigheder i valg af relevante markedsføringstiltag samt planlægning, gennemførelse og evaluering af disse. Ud over kurset i Reklame og Online Markedsføring skal de studerende desuden gennemføre et yderligere kursus med en vægtning på 5 ECTS, som udbydes af akademiet.

Del 1: Medieproduktion (5 ECTS)

- Grafisk design
- Kreativ problemløsning
- Visuel identitet
- Designmanual

Del 2: Bureau-case (10 ECTS)

- Kampagneplanlægning
- Kundeåndtering og Kundepræsentationer
- Søgmaskineoptimering (SEO)
- Tekstforfatning
- Markedsføring via e-mail
- Udvikling af kommunikationsløsninger
- Medieudvælgelse
- Gennemførelse og evaluering af kommunikationstiltag

Læringsmål med Reklame & Online Markedsføring:

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Online og offline medier og kommunikation
- Principper for grafisk design, typografi og brugervenlighed online og offline
- Målrettet markedsføring og kommunikation

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Udarbejde og følge op på kreativt oplæg, samt gennemføre præsentation for kunden
- Planlægge, vurdere og eksekvere designkoncept, kampagner og reklamemateriale online og offline
- Kombinere medier med henblik på synergier i kommunikationsindsatsen

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- Planlægge, lede og gennemføre realistiske reklamekampagner online/offline på tværs af medier
- Udarbejde og følge designoplæg på baggrund af briefing, markedssituation og budget

Reklame & Online Markedsføring Del 1 – Medieproduktion (3. interne eksamen)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • Alle prøver på 1. og 2. semester skal være bestået. • Den studerende skal have deltaget i undervisningen og gennemført alle obligatoriske kursuselementer.
Form	Denne eksamen er et skriftligt gruppeprojekt med intern bedømmelse.
Placering	3. semester
Antal ECTS	5 ECTS
Indhold	Den 3. interne eksamen afprøver læringsmålene for Reklame og Online Markedsføring Del 1 (læringsmålene er beskrevet i afsnittet <i>Bedømmelseskriterier</i>)
Beskrivelse af prøve	Det skriftlige projekt udarbejdes i samarbejde med en virksomhed eller organisation, hvor de studerende i grupper på 4 udvikler en designmanual baseret på virksomhedens kendetegn eller en organisations konkrete krav til eller ønsker om en visuel identitet. Det skriftlige projekt gennemføres i grupper og evalueres internt på institutionen. De studerende skal dokumentere, at de kan omsætte kundeoplægget om målgruppe og ønsket virksomhedsidentitet, kombineret med deres kompetence i at analysere virksomhedens situation, til et relevant forslag til en visuel identitet for virksomheden.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres 3-4 uger før fristen for aflevering af projektet.
Indholdsmæssigt omfang (formalia)	Projektrapporten består af to elementer: • Én fil med design til alle de foreslåede medier, herunder logo • Én fil i form af en skriftlig opgave, der præsenterer alle argumenter for den valgte visuelle identitet. Denne fil må ikke være på over 10 sider, dvs. maksimalt 24.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildefortegnelse og bilag).
Bedømmelse	Bedømmelseskriterierne svarer til læringsmålene for dette valgfag. Projektet bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne svarer til de nedenfor beskrevne læringsmål. <i>Viden:</i> • Branding/corporate branding (billedreklame/produktreklame) • Grundlæggende principper for grafisk design, typografi og brugervenlighed • Grundprincipper for design til brug online og offline <i>Færdigheder:</i> • Udvikling af enkle grafiske designprodukter ved hjælp af professionelle redskaber og

	teknikker, herunder Desktop Publishing (InDesign), fotoredigering (Photoshop), vektordesign (Illustrator) og præsentation (i XD) • Brug af forskellige redskaber til kreativ problemløsning, idéskabelse og idéudvikling • Håndtering af grundlæggende produktbranding <i>Kompetencer:</i> • Udarbejdelse af et designoplæg og opfølgning på dette samt præsentation af markedsføringsløsningen for kunden
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Frist for afmelding:	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

Reklame & Online Markedsføring Del 2 – Bureau-case (4. interne eksamen)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • Alle prøver på 1. og 2. semester skal være bestået. • Den studerende skal have deltaget i undervisningen og gennemført alle obligatoriske kursuselementer. • Desuden skal den studerende have afleveret projektet, som udgør den tredje interne eksamen.
Form	Prøven består af et skriftligt gruppeprojekt og en mundtlig gruppeeksamen. Eksaminering er intern.
Placering	3. semester
Antal ECTS	10 ECTS
Indhold	Den 4. interne eksamen afprøver læringsmålene for Reklame og Online Markedsføring Del 2 (Læringsmålene er beskrevet i afsnittet <i>Bedømmelseskriterier</i>).
Beskrivelse af prøve	Det skriftlige projekt udarbejdes i en fortsættelse af samarbejdet med virksomheden eller organisationen fra Del 1, hvor de studerende i grupper på 4 udvikler en reklamekampagne på grundlag af virksomhedens ønsker om enten en kampagne for at sælge et produkt eller en kampagne for at øge bevidstheden om virksomheden eller dens brand. Det skriftlige projekt udarbejdes af en gruppe studerende og bedømmes internt af institutionen. De studerende skal dokumentere, at de kan omsætte kundeoplægget om målgrupper og virksomhedsmål, kombineret med deres kompetence i at analysere virksomhedens situation, til et relevant og begrundet forslag til en reklamekampagne. Ved den mundtlige gruppeeksamen optræder de studerende som medarbejdere i det kommunikationsbureau, som gruppen har udviklet og etableret, og præsenterer kommunikationskampagnen i en salgspresentation.

	Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for denne eksamen.
Varighed	Der afsættes 15 minutter til eksaminering pr. studerende inklusive votering og karaktergivning, dog minimum 30 minutter og maksimalt 60 minutter i alt pr. gruppe. Præsentationen har en varighed på minimum 10 minutter og maksimalt 20 minutter, afhængigt af gruppens størrelse.
Indholdsmæssigt omfang (formalia)	Projektrapporten består af to elementer: • Én fil med design til alle de foreslåede medier, herunder logo • Én fil i form af en skriftlig opgave, der præsenterer alle argumenter for den valgte visuelle identitet. Denne fil må ikke være på over 10 sider, dvs. maksimalt 24.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Ved den mundtlige eksamen præsenterer de studerende deres forslag, herunder mindst 3-4 konkrete kommunikationsprodukter (udskrift, webside, sociale medier, tv, radio, video osv.)
Bedømmelse	Bedømmelsen gives på basis af denne mundtlige gruppeeksamen, som bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne svarer til de nedenfor beskrevne læringsmål. <i>Viden:</i> • Kommunikationsteorier, -form og -stil samt mediestrategi • Push- og pull-kommunikationsstrategier • Principper for markedsføring via sociale medier • Kampagnestrategi og -plan <i>Færdigheder:</i> • Planlægning og gennemførelse af kampagnestrategier online/offline og på tværs • Vurdering og evaluering af kommunikationstiltag • Anvendelse af online analyseredskaber (f.eks. Google Analytics) til at overvåge og tilpasse kommunikationstiltagene • Udvikling af enkle grafiske designprodukter <i>Kompetencer:</i> • Planlægning, ledelse og gennemførelse af reklamekampagner på tværs af medieplatforme • Udvikling af strategisk indhold - budskab, grafik, tekst m.v.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Frist for afmelding:	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

9.5. Business Management (15 ECTS)

Kursusindhold

Med valgfaget Business Management opnår den studerende en god forståelse af forretningsstatistik og driftsøkonomi, som styrker kvaliteten af markedsføringsbeslutningerne. Eksempelvis lærer man, hvordan reklame påvirker det forventede salg, og hvordan produktionen skal tilpasses efter dette.

Studerende der ønsker at indskrive sig på et universitet for at følge et bachelorstudium, skal selv kontakte det ønskede universitet, da optagelseskravene kan variere. Vi udbyder valgfagene Statistik (7,5 ECTS) og Driftsøkonomi (7,5 ECTS). Dette er en fast pakke.

Ud over kurset i Business Management, som består af hhv. statistik og driftsøkonomi skal de studerende endvidere gennemføre et yderligere kursus til 5 ECTS, som udbydes af akademiet.

Del 1: Statistik (7,5 ECTS)

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variabler og sandsynlighedsfordeling
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Del 2: Driftsøkonomi (7,5 ECTS)

- Udvidede omkostningsstrukturer, omkostningsberegning og valg mellem forskellige alternativer, herunder alternativomkostninger.
- Udvidet prisfastsættelse i forhold til markedsform og kapacitet samt prisoptimering.
- Udvidet kendskab til investeringsbeslutninger med sensitivitets-/break-even-analyser før og efter skat.
- Udvidet kendskab til finansiering og finansieringstyper, herunder leasing og kriterier for sammenligning og valg mellem foreliggende muligheder før og efter skat.

Del 1 - Læringsmål for Statistik (7.5 ECTS)

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Deskriptiv statistik og sandsynlighedsteori
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Beregne og analysere forskellige målinger af statistisk tendens og variation
- Udføre sandsynlighedsberegninger for stokastiske variabler/sandsynlighedsfordelinger
- Opstille, implementere og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variabler, herunder dummyvariabler.

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer i:

- Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variabler i forhold til et konkret marked og en konkret salgssituation.

- At kunne vurdere konkrete sandsynlighedsberegninger i forhold til markeder og salgssituationer
- At kunne vurdere konkret deskriptiv statistik i forhold til markeder og salgssituationer

Business Management Del 1 - Statistik (3. interne eksamen)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • Alle prøver på 1. og 2. semester skal være bestået. • Den studerende skal have deltaget i undervisningen og gennemført alle obligatoriske kursuselementer.
Form	Denne eksamen er en individuel skriftlig eksamen med intern bedømmelse.
Placering	3. semester
Antal ECTS	7,5 ECTS
Indhold	Den 3. interne eksamen afprøver læringsmålene for Business Management Del 1 (læringsmålene er beskrevet i afsnittet <i>Bedømmelseskriterier</i>)
Beskrivelse af prøve	En nationalt fastlagt individuel skriftlig bedømmelse. På eksamensdagen udleveres en eksamens-case. Eksamensdatoen fremgår af aktivitetsplanen. Under denne eksamen skal de studerende opholde sig i de af Erhvervsakademi Dania anviste lokaler.
Varighed	4 timer til besvarelse af den udleverede eksamens-case.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne svarer til læringsmålene for dette valgfag. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.
Sprog	Engelsk (Der udleveres dansksprogede eksamens-cases til danske studerende)
Hjælpemidler	Alt skriftligt materiale er tilladt.
Frist for afmelding:	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

Del 2 - Læringsmål for Driftøkonomi (7.5 ECTS)

Viden og forståelse

Den studerende skal opnå viden om:

- Udførelse af omkostnings- og rentabilitetsberegninger, herunder viden om omkostningsfordelings-systemer.
- Forståelse for teori, metode og praksis i relation til brugen af produktionsfaktorer, investeringstyper samt finansieringstyper samt deres indflydelse på virksomhedens beslutninger

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Gennemføre forskellige økonomiske analyser i relation til beslutningsprocessen samt for at optimere anvendelsen af forskellige produktionsfaktorer.
- Foretage investeringsberegninger vedrørende både anlægs- og omsætningsaktiver før og efter skat.
- Præsentere og formidle argumenter for valg af finansiering mellem hhv. egenkapital og ekstern kapital og for kapitalens anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i:

- Selvstændigt at udvikle mindre analyser herunder vurdere de økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder - såvel kvalitativt som finansielt - i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

Business Management Del 2 - Driftsøkonomi (4. interne eksamen)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • Alle prøver på 1. og 2. semester skal være bestået. • Den studerende skal have deltaget i undervisningen og gennemført alle obligatoriske kursuselementer.
Form	Denne eksamen er en individuel skriftlig eksamen med intern bedømmelse.
Placering	3. semester
Antal ECTS	7,5 ECTS
Indhold	Den 4. interne eksamen afprøver læringsmålene for Business Management Del 2 (læringsmålene er beskrevet i afsnittet <i>Bedømmelseskriterier</i>)
Beskrivelse af prøve	En nationalt fastlagt individuel skriftlig bedømmelse. På eksamensdagen udleveres en eksamens-case. Eksamensdatoen fremgår af aktivitetsplanen. Under denne eksamen skal de studerende opholde sig i de af Erhvervsakademi Dania anviste lokaler.
Varighed	4 timer til besvarelse af den udleverede eksamens-case.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne svarer til læringsmålene for dette valgfag. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.
Sprog	Engelsk (Der udleveres dansksprogede eksamens-cases til danske studerende)
Hjælpemidler	Alt skriftligt materiale er tilladt.
Frist for afmelding:	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

9.6. Åbne valgfag

For at opnå samtlige 20 ECTS, som kan opnås via specialiseringen, skal den studerende gennemføre et af følgende åbne valgfag. Der kan vælges mellem:

Sustainability Marketing (5 ECTS) eller
International Summer School (5 ECTS)

9.6.1. Sustainability Marketing (5 ECTS)

Kursusindhold

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

Læringsmål for Sustainability Marketing

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

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

Sustainability Marketing (5. interne eksamen)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • Alle prøver på 1. og 2. semester skal være bestået. • Den studerende skal have deltaget i undervisningen og gennemført alle obligatoriske kursuselementer.
Form	Eksamen består af et skriftligt gruppeprojekt og en mundtlig gruppeeksamen med intern bedømmelse.
Placering	3. semester
Antal ECTS	5 ECTS
Indhold	Den 5. interne eksamen afprøver læringsmålene for Sustainability Marketing (læringsmålene er beskrevet i afsnittet <i>Bedømmelseskriterier</i>)
Beskrivelse af prøve og indholds krav (formalia)	Denne eksamen består af et praktisk skriftligt projekt, som projektgruppen skal fremlægge og forsvare. Det skriftlige projekt er et gruppebaseret tværfagligt projekt, der skal tage udgangspunkt i en udfordring, som opleves af en udvalgt virksomhed eller som gruppen selv har identificeret. Projektet gennemføres i grupper på 2-5 studerende. Ved den mundtlige eksamen præsenteres de vigtigste elementer i projektet, hvorefter fagundervisere vil eksaminere med udgangspunkt i det afleverede projekt samt bredt i læringsmålene for semesteret Det er gruppens opgave at stille forslag til forbedring af udviklingen af den individuelle virksomheds profil/produkter/strategi i en mere bæredygtig retning. Det skriftlige projekt skal have et omfang på ca. 24.000 anslag svarende til ca. 10 sider, inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres i begyndelsen af kurset og afleveres ved kursets afslutning. Der afsættes 15 minutter til gruppens præsentation, 10 minutter til at besvare spørgsmål og 5 minutter til votering.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne svarer til læringsmålene for dette valgfag. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.
Sprog	Dansk og/eller engelsk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Frist for tilmelding til eksamen	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

9.6.2. International Summer School (5 ECTS)

På Erhvervsakademi Dania tilbyder vi vores studerende forskellige internationale muligheder, herunder muligheder for at studere i udlandet. Yderligere oplysninger fås hos Danias internationale afdeling.

10. Bilag C: Valgfagskatalog for Viborg

VALGFAGSKATALOG

Erhvervsakademi Dania Viborg

Markedsføringsøkonom (AK)

2020

Ændringslog:

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
1	20/08-2020	MAAR	Valgfagskataloget gældende for 2019 er beskrevet i det efterfølgende. Der kommer ændringer til dette, med nye og flere valgfagsmuligheder til implementeres fra efteråret 2020, gældende for denne studieordning.

10.1. Studieordningens rammer

Denne beskrivelse af valgfagselementer gælder for studerende, der har påbegyndt deres studier på Erhvervsakademi Dania pr. 20 august 2019. Nye og flere valgfag til implementering efteråret 2021, gældende for studerende der starter august 2020, vil præsenteres og implementeres i studieordningen senest april 2021. Vi vil på denne måde sikre at de studerende på bliver endnu bedre stillet i forhold til valgfagsmuligheder.

10.2. Valgfag

Valgfagene på 3. semester giver de studerende mulighed for at opbygge en individuel specialiseringsprofil på grundlag af et fokuseret, fagorienteret arbejde inden for uddannelsens fokusområde. Specialiseringen kan opnås ved at følge forskellige valgfag, som gennemføres af en eller flere af de institutioner, der udbyder denne uddannelse. De studerende kan for egen regning følge valgfag, som udbydes af andre institutioner.

Hvis færre end 12 studerende tilmelder sig et valgfag, kan akademiet vælge ikke at udbyde det pågældende fag.

10.3. Executive (20 ECTS)

Indhold:

- Driftsøkonomi (7,5 ECTS)
- Statistik (7,5 ECTS)
- Ledelse (5 ECTS)

10.1.1 Driftsøkonomi (7,5 ECTS)

I faget driftsøkonomi lærer du om produktivitet og omkostningslære. Du får derudover kendskab til virksomhedens afsætnings- og konkurrencesituation samt parameteroptimering.

Indhold:

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

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende har viden om:

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

- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag
- Hvorledes virksomhedens supplerende beretninger kan bruges som styringsværktøj
- Anvendelse af budgettet som styringsværktøj vha. finansiel kontrol
- Hvorledes man foretager en simpel prisoptimering
- Hvorledes muligheder for prisdifferentieringer påvirker pris på hjemmemarked og eksportmarked

Den studerende har færdigheder i at:

- Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning
- Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP)
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital og anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder
- Kunne anvende balanced scorecard som styringsværktøj
- Kunne foretage beregninger med simple prisoptimeringsproblematikker
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved forskellige konkurrenceformer
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved en fast pris
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved faldende prisafsætnings sammenhænge

Den studerende har kompetencer til at:

- Selvstændigt at kunne udvikle mindre analyser i Excel regnearksmodeller
- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at kunne udarbejde lønsomhed ved anvendelse af et forretningsområde
- Budget/-regnskab baseret på et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver
- Selvstændigt at kunne finde den optimale pris under forskellige konkurrenceformer og på forskellige markeder (hjemmemarked og eksportmarked)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. og 2. semester er bestået. • Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers individuel eksamen med hjælpemidler.
Placering	3.semester
Antal ECTS	7,5 ECTS
Beskrivelse af prøve	Skriftlig individuel prøve

Varighed	4 timer
Bedømmelse	Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Driftsøkonomi. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

10.1.2. Statistik (7,5 ECTS)

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Læringsmål:

Den studerende har viden om:

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

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- At beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.
- At foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- At opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. og 2. semester er bestået. • Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers individuel eksamen med hjælpemidler.
Placering	3.semester
Antal ECTS	7,5 ECTS
Beskrivelse af prøve	Skriftlig individuel prøve

Varighed	4 timer
Bedømmelse	Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Statistik. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene.
Sprog	Dansk
Hjælpe midler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

10.1.3. Ledelse (5 ECTS)

Indhold:

- ledelsesforståelse der leder hen på praksisnære ledelsesteorier/-værktøjer/-stile der anvendes i dag og i den nærmeste fremtid
- analyse og udvikling af egen ledelsesstil
- ledelseskommunikationen og dertil hørende teorier og værktøjer
- udvikling af egen læring

Læringsmål

Den studerende har viden om:

- inden for ledelsesområdet eller i et bredere perspektiv på det ledelsesmæssige fagområde have udviklingsbaseret viden om ledelsesområdets praksis og central anvendt teori og metode.

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- kunne anvende centrale metoder og redskaber samt kunne anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for det ledelsesmæssige område
- kunne vurdere praksisnære problemstillinger og opstille samt vælge løsningsmuligheder
- kunne formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere.

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- kunne håndtere udviklingsorienterede situationer inden for ledelsesområdet (operationelle og taktiske ledelsesniveau)
- kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i relation til ledelse

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. og 2. semester er bestået. • Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	Faget afsluttes med en synopsis baseret på en reel problemstilling i en virksomhed med et mundtlig eksamen op 30 minutter.
Placering	3.semester
Antal ECTS	5 ECTS
Indhold	En skriftlig synopsis: • Forside og/eller titelblad • Indholdsfortegnelse • Indledning (aftales med vejleder)

	• Problemformulering (aftales med vejleder) • Evt. afgrænsning (aftales med vejleder) • Evt. definitioner (aftales med vejleder) • Metodevalg (aftales med vejleder) • Teoriafsnit – kan dog med fordel inddrages løbende i analyseafsnittet • Konklusion • Litteraturfortegnelse • Bilag
Beskrivelse af prøve	<i>Det skriftlige produkt</i> Synopsis tager udgangspunkt i en reel problemstilling i en virksomhed, som præsenteres i det skriftlige produkt. <i>Det mundtlige produkt – Fremlæggelse og dialog</i> Her diskuteres analyserne, som ligger til grund for konklusionen samt refleksionerne forbundet til anbefalinger.
Varighed	30 minutter
Indholdsmæssig omfang (formalia)	Synopsen må maksimalt fylde 5-6 normalsider. Anslag er uden forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag. Bilag skal have et meget begrænset omfang og kun medtages, hvis det er afgørende for illustrationen af opgavens faglige synspunkt.
Bedømmelse	Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Ledelse. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

10.4. Promotion (20 ECTS)

Indhold:

- Ekstern virksomhedskommunikation
- Kampagneplanlægning
- Grafisk design
- Kundeåndter og kundepræsentation
- SEO
- Copywriting – samt tekstgenrer generelt
- E-mail marketing
- Udvikling af kommunikationsløsninger
- Medieudvælgelse
- Gennemførelse og evaluering af kommunikationsindsats

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Virksomhedskommunikation – herunder viden om grundlæggende kommunikationsmodeller
- Traditionelle og digitale medier – herunder søgemaskineoptimering
- Kampagneplanlægning
- Grafisk design og journalistisk tekstproduktion

Den studerende skal have færdigheder i:

- Professionel kundekontakt – herunder tilegne sig forståelse for kunden og dennes kommunikationsudfordring
- Markedsføring med brug af digitale og traditionelle medier
- Udvikle grundlæggende grafiske designoutputs inkl. tekst
- Identificere målgruppe og opstille kommunikationsmål i henhold til kommunikationsudfordringen

Den studerende skal have kompetencer til at:

- Udforme en kampagnestrategi - budskab, grafik, tekst etc.
- Udvikle en medieplan inkl. Frekvens og medievalg
- Præsentere den salgsfremmende løsning til kunden inkl. Strategi, kommunikationsløsninger og økonomi
- Selvstændigt tilegne sig ny viden på området

Promotion – Del 1 (3. interne prøve)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. og 2. semester er bestået. • Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret.
Form	Denne prøve består i et skriftlig gruppeprojekt.
Placering	3. semester. Læringsmålene findes i den lokale del af studieordningen.
Antal ECTS	10 ECTS
Indhold	Denne 3. interne prøve afprøver læringsmålene for fagelementet, Promotion Del 1 (se læringsmålene under Bedømmelseskriterier).
Beskrivelse af prøve	Projektet tager udgangspunkt i et samarbejde med en virksomhed eller organisation, hvor de studerende i grupper á 2-4 personer beskriver en kampagne med fokus på bestemte kommunikationsmål, på baggrund af relevante analyser og efterfølgende processer. Ved denne skriftlige eksamen skal de studerende vise deres analytiske kompetencer i forbindelse med en markedsføringsindsats. Den skriftlige opgave afleveres som gruppeprojekt. Opgaven kan i særlige tilfælde udarbejdes individuelt.
Varighed	Eksamensprojektet introduceres primo i forløbet og afleveres ultimo forløbet.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	8 normalsider = maks. 19.200 tegn (anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).
Bedømmelse	Karakteren for prøven gives på baggrund af vurderingen af projektet. Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene beskrevet nedenunder: <i>Viden:</i>

	• Virksomhedskommunikation – herunder viden om grundlæggende kommunikationsmodeller • Kampagneplanlægning <i>Færdigheder:</i> • Professionel kundekontakt – herunder tilegne sig forståelse for kunden og dennes kommunikationsudfordring • Identificere målgruppe og opstille kommunikationsmål i henhold til kommunikationsudfordringen <i>Kompetencer:</i> • Selvstændigt tilegne sig ny viden på området • Udforme en kampagnestrategi - budskab, grafik, tekst etc.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

Promotion – Del 2 (4. interne prøve)

Forudsætningskrav	Adgangsgrundlag for at deltage i prøven: • For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på 1. og 2. semester er bestået. • Den studerende skal i øvrigt have været studieaktiv, herunder have deltaget i undervisningen og gennemført de obligatoriske elementer på semesteret. • I øvrigt skal den studerende have afleveret det projekt, der udgør 3. interne eksamen.
Form	4. interne prøve består i en mundtlig gruppeprøve.
Placering	3. semester
Antal ECTS	10 ECTS
Indhold	Denne 4. interne prøve afprøver læringsmålene for fagelementet, Promotion Del 2 (se læringsmålene under Bedømmelseskriterier).
Beskrivelse af prøve	Det er en mundtlig gruppeeksamen (gruppen består af 2-4 studerende). Opgaven kan i særlige tilfælde udarbejdes individuelt. De studerende skal agere som medarbejdere i det kommunikationsbureau, som gruppen selv har besluttet og etableret i gruppen, og skal præsentere kommunikationskampagnen som en salgstale til eksamen. Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen samt generelle spørgsmål i forhold til læringsmålene for det aktuelle fagelement.
Varighed	Der afsættes 15 minutter til eksamination per studerende i gruppen, inklusiv vøring og karaktergivning. Dog minimum 30 minutter og maksimalt 60 minutter pr gruppe. Præsentationen har en varighed på minimum 10 min. og maksimalt 20 min. afhængig af gruppestørrelse.
Indholdsmæssig omfang (formalia)	Det er et krav, at de studerende præsenterer deres forslag, herunder minimum 2-3 specifikke kommunikationsoutputs (print, webside, sociale medier, TV, radio, film osv.) Før eksamen skal de studerende sende en dagsorden for mødet, eksamen (som vil blive gennemført som en salgstale-situation). Én dagsorden sendes

	til eksaminator og én dagsorden sendes til den virksomhed/organisation de studerende har foreslået kommunikation for. Ved den mundtlige eksamen skal de studerende vise deres kreative og salgsorienterede kompetencer i forbindelse med en markedsføringsindsats.
Bedømmelse	Karakteren for prøven gives på baggrund af den mundtlige gruppeprøve. Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen.
Bedømmelseskriterier	Bedømmelseskriterierne er identiske med læringsmålene beskrevet nedenunder: <i>Viden:</i> • Traditionelle og digitale medier – herunder søgemaskineoptimering • Grafisk design og journalistisk tekstproduktion <i>Færdigheder:</i> • Markedsføring med brug af digitale og traditionelle medier • Udvikle grundlæggende grafiske designoutputs inkl. tekst <i>Kompetence:</i> • Udvikle en medieplan inkl. Frekvens og medievalg • Præsentere den salgsfremmende løsning til kunden inkl. Strategi, kommunikationsløsninger og økonomi
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt.
Frist for afmelding	Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement

10.5. Development (20 ECTS)

NB. Undervisningen foregår udelukkende på engelsk og forløbet er derfor kun præsenteret på engelsk

Content:

- Business developing on emerging markets, and mature markets in Europe.
- Focus on fundraising/financing, internationalization, culture, business development, and growth.
- During the course the student will develop an entrepreneurial mindset useful in both new business ventures and taking existing business to the next level.
- The student will develop insights into own strengths and weakness, and work structured with those, and develop on collaboration skills.
- During the semester a study trip to and research on a key market is an integrated element.

Learning objectives:

The student shall have knowledge of

- Sources of funding and support for entrepreneurs, international expansion, NGO's
- Various methods of business plan developments
- International Trade Law (intellectual property, insurance, incoterms and CISG)
- International auditing and compliance and contracts (vendor, supplier, exchange rates etc.)
- Models for managing R&D activities
- Real options theory
- Industry and business culture, national and international cultural values and differences

The student shall have skills in:

- ROI calculation for actual investments, evaluating current credits and capital controls

- Conducting a structured analysis the companies processes and work flow including international cultural competencies
- Drafting partnership programs (distributions & suppliers)
- Crafting a business plan for a specific business venture and choosing relevant Key Performance Indicators (KPI)
- Evaluating international contracts
- Choosing relevant idea generation methods
- Cross cultural management and assessing cultural differences, nationally and internationally, and opportunities and limitations of culture in international cooperation

The student shall acquire competencies to:

- Identify opportunities and risks for the company's business development
- Practical project management skills
- Establish professional relationship with potential international partners of a company
- Use English in a business context
- Use primary research as a tool for creating business recommendations
- Reflect on one's own personal development

Development – Part 1 (3. internal exam)

Prerequisite requirements	• To take the exam it is a requirement that all tests from the 1st and 2nd semester are passed. • The student must have participated in lectures and have passed any obligatory element throughout the course.
Form	This is a written exam.
Placement	3rd semester.
ECTS points in total	10 ECTS
Contents	This exam is part of the development elective.
Description of the examination	The test consists of a written project report, made in groups of 3-5 students in cooperation with a company or organisation. The students are to develop on a business development strategy and plan for the company/organization they are cooperating with, and this is presented in the project report. The development strategy and plan focus on a specific market and goal, which is defined in cooperation with the company/ organisation.
Duration	The exam project is initially introduced in the course and handed in at the end of the course.
Contents related extent (formalia)	No limitations
Evaluation	The assessment criteria are identical with the learning objectives for this elective element. The grade of the project is given using the 7-grade scale.
Evaluation criteria	<u>Learning objectives:</u> The student shall have knowledge of • Sources of funding and support for entrepreneurs, international expansion, NGO's • Various methods of business plan developments • International Trade Law (intellectual property, insurance, incoterms and CISG)

	• International auditing and compliance and contracts (vendor, supplier, exchange rates etc.) • Real options theory The student shall have skills in: • ROI calculation for actual investments, evaluating current credits and capital controls • Conducting a structured analysis the companies processes and work flow including international cultural competencies • Drafting partnership programs (distributions & suppliers) • Crafting a business plan for a specific business venture and choosing relevant Key Performance Indicators (KPI) • Evaluating international contracts The student shall acquire competencies to: • Identify opportunities and risks for the company's business development • Practical project management skills • Establish professional relationship with potential international partners of a company
Language	The test is in English.
Aids	All aids are available.
Precondition for participation in the examination	See Dania's Exam Rules

Development – Part 1 (4. internal exam)

Prerequisite requirements	• To take this exam all tests and exams from the 1st and 2nd semester must be passed. • The student must have participated in lectures and have passed any obligatory element throughout the course. • Other than this, it is a requirement that the project (3rd internal exam) has been handed in according to the deadline.
Form	The group exam will have a written and an oral part. Groups will consist of 3-5 students.
Placement	3rd semester
ECTS points in total	10 ECTS
Contents	This exam is part of the development elective.
Description of the examination	The test consists of 3 parts: 1) An individual logbook, which includes reflections on specific reflection questions asked during lectures. The student share the logbook digitally with the examiner eg. by using software like OneNote. 2) A group-based logbook, which includes a) the group's notes shared with the examiner through eg. OneNote, plus b) an updated project plan for the project work by using software like eg. ProjectLibre. 3) This is an oral group exam based on the written project report made for the 3rd internal exam and is prepared in cooperation with a company or organization. The students must present the business development strategy and

	plan as a sales pitch for the exam, and one out of three stakeholders is present at this exam.
Duration	The group exam: 45 minutes overall. The students' presentation: 20 minutes.
Contents related extent (formalia)	1) Individual logbook: Notes from minimum 2-3 days per week. Minimum 750 characters per day (characters include; spacing, foot notes, figures, and tables but not including front page, list of contents, list of sources and enclosures). 2) There are no limitations on the group-based logbook or the digital project plan (eg. ProjectLibre)
Evaluation	The grade of the project is given using the 7-grade scale.
Evaluation criteria	Learning objectives: The student shall have knowledge of • Models for managing R&D activities • Industry and business culture, national and international cultural values and differences The student shall have skills in: • Choosing relevant idea generation methods • Cross cultural management and assessing cultural differences, nationally and internationally, and opportunities and limitations of culture in international cooperation The student shall acquire competencies to: • Use English in a business context • Use primary research as a tool for creating business recommendations • Reflect on one's own personal development
Language	The test is in English.
Aids	All aids are available.
Precondition for participation in the examination	See Dania's Exam Rules