

Dania

ERHVERVSAKADEMI

Valgfag på Markedsføringsøkonom Årgang 2024-2026 *Sommerstart*

Erhvervsakademi Dania

Gældende fra 30.08.2024



Ændringslog:

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
1	29.06.2023	Mariann Platen/Mette Sutherland	Nyt valgfagskatalog for årgang 2023-2025, sommerstart.
2	Marts-April 2024	Mette Gebert Sutherland og Mette Petersen	Opdatering af valgfag for årgang 2024-2026, sommerstart

Der tages forbehold for eventuelle trykfejl og ændringer

Indhold

1. Indledning.....	4
2. Retningslinjer for valgfag.....	4
2.1. Gældende for valgfag som udbydes på engelsk:.....	4
2.2. Oversigt over valgfag.....	5
2.3. Valgfag i udlandet.....	5
3. Beskrivelse af valgfag.....	6
3.1. Promotion.....	6
3.2. Bæredygtigt Entreprenørskab.....	9
3.3. Online marketing.....	11
3.4. Dataanalyse.....	13
3.5. Advanced Video Marketing.....	15
3.6. Entreprenørskab.....	17
3.7. Teknologi.....	20
3.8. Summer School in Social Media.....	22
3.9. Vietnam Summer School (HUTECH University of Technology, Ho Chi Minh City).....	24
3.10. Sustainable Marketing Summer School.....	26

1. Indledning

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

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

Valgfagskataloget træder i kraft den 01.08.2024.

I dette katalog præsenteres en oversigt over valgfag for efterår 2025.

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

2. Retningslinjer for valgfag

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

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

2.1. Gældende for valgfag som udbydes på engelsk:

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

Valgfagene, som udbydes på engelsk på Campus Viborg, har sprogkrav om engelsk på B-niveau. Hvis dette ikke opfyldes, er det muligt at tage en sprogtest for at imødekomme kravet om engelsk på B niveau, eller følge de valgfag som udbydes på dansk på Campus Randers, se nedenstående oversigt.

Følgende sprogtest erstatter kravet om engelsk på B-niveau:

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

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

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

2.2. Oversigt over valgfag

Valgfag udgør i alt 20 af uddannelsens samlede antal ECTS.

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

Som udgangspunkt udbydes valfagene fysisk og på de pågældende lokationer jf. nedenstående tabel.

Semester	Lokation	Fag 3.6	ECTS	Sprog	Minimum antal deltagere*
3. semester	Randers	Promotion	10	Dansk (Randers)	12
3. semester	Randers	Bæredygtigt Entreprenørskab	10	Dansk (Randers)	12
3. semester	Randers	Online marketing	5	Dansk (Randers)	12
3. semester	Randers	Dataanalyse	5	Dansk (Randers)	12
3. semester	Viborg	Advanced Video Marketing	10	Dansk (Viborg)	10
3. semester	Viborg	Entreprenørskab	5	Dansk (Viborg)	10
3. semester	Viborg	Teknologi	5	Dansk (Viborg)	10
3. semester	Toronto, Canada	Social Media Summerschool	5	Engelsk	-
3. semester	Ho Chi Minh City, Vietnam	Vietnam Summer School	5	Engelsk	-
3. semester	Viborg	Sustainable Marketing Summer School	5	Engelsk	-

* Minimum kan afvige ud fra vurderingen af holdstørrelsen.

2.3. Valgfag i udlandet

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

SoMe Summer School, Toronto, Canada

I samarbejde med Humber College og EAAA udbydes dette 3 ugers valgfag som foregår i Toronto, Canada. Det arbejdes med udvikling af indhold til Social Medier, skabelse af sociale effekter og opfølgning på disse. Sammen med studerende fra hele verden arbejdes der i grupper på en case fra en rigtig virksomhed. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.9.

Summer School, Ho Chi Minh City, Vietnam

I samarbejde med HUTECH University of Technology udbydes dette 2 ugers valgfag som foregår i Ho Chi Minh City, Vietnam. Der arbejdes med internationale kompetencer i kultur og business. Sammen med internationale studerende arbejdes der gruppevis og caseorienteret. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.10.

Sustainable Marketing, Summer School, Viborg

Der udbydes et valgfag inden for bæredygtighed i Viborg. Valgfaget udbydes over 2 uger i august. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.11.

3. Beskrivelse af valgfag

3.1. Promotion

Indhold

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

Emner

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

Læringsmål for Promotion

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

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

ECTS-omfang

Fagelementet Promotion har et omfang på 10 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
-----------	--------------------

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

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

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

3.2. Bæredygtigt Entreprenørskab

Indhold

Fokus på innovations- og dokumentationsprocesser i forhold til etablering af en ansvarlig bæredygtig virksomhed (ESG ansvarlig virksomhed) samt identifikation af investorer til den bæredygtige virksomhed. Opbygning af det grønne team. Endelig fokus på potentialet for skalering af virksomheden.

Emner

- Etablering af en bæredygtigforretningsmodel
- Dokumentation af virksomhedens aftryk
- Eksternaliteter
- Funding /identifikation af investorer
- Etablering af teams /partnerskaber
- Skalering af grønne forretningsmodeller

Læringsmål for Bæredygtigt Entreprenørskab

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Kendskab til fundingmuligheder – særligt penge der specifik har fokus på bæredygtige virksomheder.
- Kendskab til grønne muligheder herunder makroforandringer samt væsentlige nye opfindelser med relation til bæredygtighed.
- Kendskab til partnerskabsformer der skaber vækst for den bæredygtige virksomhed.

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- anvende traditionelle forretningsmodeller i kombination med 3 P Frameworket (People, Planet, Profit).
- udarbejde et bæredygtigt forretningskoncept herunder gøre et eksisterende koncept mere bæredygtigt. Kan herudover forholde sig til virksomhedens "aftryk"(bæredygtighedsbidrag).
- analysere muligheden for at skalere virksomheden til andre markeder, der er foreneligt med virksomheden bæredygtigheds side.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- indgå i en innovationsproces med fokus på udvikling af et bæredygtigt forretningskoncept.
- indgå i en samtale med investorer, partnere og medarbejdere vedr. bæredygtigheds bidrag.
- vurdere om den endelige forretningsmodel er bæredygtig.

ECTS-omfang

Fagelementet Bæredygtigt entreprenørskab har et omfang på 10 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
-----------	--------------------

Formål	Formålet er at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet indenfor Bæredygtigt entreprenørskab.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for det lokale fagelementer "Bæredygtigt Entreprenørskab". Læringsmål fremgår af beskrivelsen af faget ovenfor.
Tilknyttede ECTS	10 ECTS
Forudsætningskrav	<p>Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3 semester.</p> <p>For at gå til den mundtlige del af eksamensprojektet skal indholdet af den skriftlige opgave opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret. Det er en forudsætning for at gå til mundtlig prøve, at man via underskrift bekræfter aflevering. Dette sker ved at upload i WISEflow at man er ansvarlig for projektudarbejdelsen.</p>
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	<p>Skriftligt gruppeprojekt og individuel mundtlig prøve.</p> <p>Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online) hvorpå du er indskrevet på studiet.</p>
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Skriftligt gruppeprojekt</u> Der udarbejdes et projekt med fokus på innovations/dokumentations-processer i forhold til etablering af en ansvarlig bæredygtig virksomhed (ESG ansvarlig virksomhed) samt identifikation af investorer til den bæredygtige virksomhed. Opbygning af det grønne team. Endvidere er der fokus på potentialet for skalering af virksomheden.</p> <p>Projektet udarbejdes i grupper med 4-5 studerende. Det skriftlige projekt skal være 23.000-25.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Projektgruppen står til ansvar for hele projektet.</p> <p><u>Mundtlig prøve</u> Den individuelle mundtlig prøve har en varighed af 20 minutter. Fordelt på 5 minutters præsentation uden afbrydelse, 10 minutters diskussion samt 5 minutters karaktergivning/tilbagemelding.</p>
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Der gives en samlet individuel karakter på baggrund af det skriftlige projekt og den mundtlige prøve. I forhold til vurderingen indgår den skriftlige del med 50% og den mundtlige del med 50%.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene i studieordningen vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder fra valgte fag • Evnen til at bruge de faglige begreber samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber

	<p>Udover læringsmålene i studieordningen vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af den mundtlige præstation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evnen til at præsentere struktureret og professionelt • Evnen til at argumentere for forretningsmodellen • Evnen til at perspektivere fra det konkrete i analyserne • Indsigt i og vurdering af analyserne i den faglige dialog
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.3. Online marketing

Indhold

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

Emner

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

Læringsmål for Online Marketing

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- Gennemføre realistiske reklamekampagner online

- Drive trafik online med henblik på konvertering

ECTS-omfang

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

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Prøven har til formål at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet i anvendelsen af online medier som kommunikationsplatforme for en virksomheds markedsføringsindsats. Den primære fokus er på udarbejdelsen af en landing-page (owned media), hvor udarbejdelsen af paid- og earned media aktiviteter skal drive trafik ind på landing-pagen.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Online Marketing. Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før aflevering
Form	Skriftligt gruppeprojekt.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Skriftlig gruppeaflevering</u> Opgaven består af to dele, og skal udarbejdes i grupper af 3-5 studerende.</p> <p>1) Dels en enkelt side (landing page), som er et forslag til casevirksomhedens website. Siden skal være opsat med forskellige features i det valgte CMS-system, som understøtter målet med siden, samt indholdet skal SEO-optimeres.</p> <p>2) Dels en skriftlig opgave med forklaring af hensigt med siden og forklaring af relevante plugins, en søgeordsanalyse og illustration af, hvordan søgeordsanalysen er anvendt til SEO-optimering, relevant installation af relevant dataopsamling eller sporing af brugeradfærd, samt opsætning af relevante sociale medier og relation mellem disse og landing page.</p> <p>Det skriftlige projekt afleveres som en fil indeholdende link til den landing page, som er skabt af projektgruppen.</p> <p>Det skriftlige projekt må maksimalt udgøre 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og billeder, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag).</p>
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7 trins-skalaen.</p> <p>Ønskes der en individualisering af det skriftlige projekt, skal den enkelte studerendes bidrag kunne dokumenteres i projektet.</p>
Bedømmelseskriterier	Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:

	<ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder fra valgte fag • Evnen til at bruge de faglige begreber samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • Evnen til at formulere sig professionelt med relevante fagbegreber • Evnen til at reflektere ift. forbedring af tidligere afleveret produkter
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.4. Dataanalyse

Formål

Vil du arbejde med online marketing, markedsføringskampagner, salg eller forretningsudvikling, er dette valgfag med til at give dig en vigtig og grundlæggende forståelse for området. Med dette fag bliver du klædt på, så du kan tjene penge til virksomheden på et oplyst grundlag.

Du kommer til at lære programmer, som kan hjælpe med at tracke og behandle rådata, så du bedre kan tage beslutninger. Du vil også lære, hvilken form for data, der mangler for, at du kan kigge på de store linjer og afdække hvilke informationer, der mangler i din beslutningsproces eller forståelsesramme.

Læringsmål for Dataanalyse

Viden

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Forskellige værktøjer, tilgange og metoder inden for datadrevet markedsføring og forretningsudvikling
- Forståelse af praksis og centralt anvendte teorier og metoder i praktiske opgaver

Færdigheder

Den studerende kan:

- Udvalge og anvende værktøjer inden for dataanalyse
- Evaluere de vigtigste værktøjer og metoder inden for dataanalyse
- Formidle praksisorienterede spørgsmål og mulige løsninger på dataarbejdet til deltagerne, kunder, partnere og brugere

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i akademisk og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til dataanalyse
- Håndtere datadrevne markedsføringsudfordringer og forretningsudvikling i forhold til beslutningstagning
- I en struktureret sammenhæng, tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i forhold til dataanalyse

ECTS-omfang

Fagelementet Dataanalyse har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

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

3.5. Advanced Video Marketing

Indhold

Fagområdet Advanced Video Marketing dækker designprocesser, filmiske virkemidler, video marketing-strategier, produktionsteknikker og tværmedial kommunikation. Studerende lærer at udvikle og producere kreative videointhold til forskellige platforme og målgrupper. Faget fokuserer på storytelling og anvendelse af den nyeste videoteknologi, med vægt på praktisk anvendelse og kommercielle tendenser.

Emner

- Designprocesser
- Filmiske virkemidler i teori og praksis
- Video marketing: genrer, målgrupper, kommunikationsstrategier herunder storytelling
- Produktion og produktionsteknikker
- Tværmedial kommunikation

Læringsmål for Advanced Video Marketing

Viden

Den studerende har viden om:

- praksis og anvendelse af metode og teori inden for storytelling og produktion i en markedsførings-kontekst, herunder den nyeste udvikling og tendenser i et kommercielt perspektiv.
- designprocesser inden for videomarketing og kan identificere de forskellige trin og metoder, der anvendes.
- tværmedial kommunikation og dens betydning for en sammenhængende marketingstrategi på tværs af forskellige medier og platforme.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Mestre idéudvikling, design og produktion i alle dens faser på tværs af platforme og formater.
- anvende avancerede kreative værktøjer til videoproduktion
- Vurdere og håndtere praksisnære narrative strategier i relation til forskellige platforme, formater og målgrupper i en kommerciel kontekst
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder i forbindelse med idéudvikling, design og den kreative produktion samt kunne pitche produktet for forskellige interessenter

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med beslutninger vedrørende produktion og planlægning af visuel markedsføring
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til udarbejdelse af visuel markedsføring

ECTS-omfang

Fagelementet Advanced Video Marketing har et omfang på 10 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Formålet er at teste begrebsviden, færdigheder såvel som kompetenceniveauet inden for Advanced Video Marketing.

Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Advanced Video Marketing. Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	10 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået. Derudover er det et forudsætningskrav, at de studerende afleverer 3 portfolioopgaver.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	<p>Prøven er en mundtlig gruppeprøve med udgangspunkt i de afleverede portfolioopgaver samt det visuelle produkt.</p> <p>Grupper skal have en størrelse af 2-4 studerende. Der kan i særlige tilfælde gives dispensation for at aflevere i en anden gruppeformation.</p> <p>Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online/offline), hvorpå du er indskrevet på studiet</p>
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p>De studerende skal undervejs i undervisningsforløbet udarbejde 3 portfolioopgaver med tilhørende milestones. Indholdet af de 3 milestones vil fremgå af Moodle.</p> <p><u>Produkt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Der er ingen krav til videoproduktet • Bilag vedlægges i form af produktionsplan, storyboard, tekniske virkemidler og overvejelser – de specifikke krav til bilag angives på Moodle ved fagets opstart. <p><u>Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:</u></p> <p>Grupper a 2: 35 min Grupper a 3: 40 min Grupper a 4: 45 min</p> <ul style="list-style-type: none"> - Præsentation af læring af proces og produkt med afsæt i teoretiske overvejelser: 10 min - Efter præsentationen stiller eksaminatorerne uddybende spørgsmål til præsentationen produktet, og de afleverede bilag, samt relevante spørgsmål i forhold til læringsmålene. 15 min – 25 min afhængig af gruppestørrelse - Votering og feedback: 10 min
Bedømmelse	Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen. Der gives en samlet individuel karakter. Bedømmelsen er baseret på såvel produktet samt den studerendes mundtlige præsentation.

Bedømmelseskriterier	<p>Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsbedømmelse for både produktet og den mundtlige præstation.</p> <p>Udover læringsmålene i studieordningen vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oversættelse af idé til koncept • Forståelse af hvordan et visuelt medie kan anvendes i formidling af en historie • Refleksioner over læringsproces i forbindelse med portfolio <p>Ved den mundtlige prøve vil der blive lagt vægt på følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evnen til at bruge virkemidler til at formidle en historie
Formulerings- og stavvevne	Indgår i helhedsvurderingen.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt, på nær ved besvarelse af det teoretiske spørgsmål trukket ved den mundtlige prøve.
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reeksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.6. Entreprenørskab

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med entreprenørskab herunder grundlæggende teorier og tankegange om opstart af egen virksomhed. Fagelementet har fokus på grundlæggende teorier og modeller i forhold til ideudviklingsprocessen, forretningsplanen samt den økonomiske del. På økonomisiden er der fokus på finansieringen, markedsføringen, salget og kundeforståelsen. Fagelementet har ligeledes fokus på pitchet af forretningsideen.

Læringsmål for Entreprenørskab

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale teoretiske modeller og metoder indenfor entreprenørskab.
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode i forhold til udvikling af ideer og forretningsmodeller.
- viden om centrale begreber indenfor opstart af virksomhed, finansiering og pitch af forretningsmodellen.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber til udarbejdelse af forretningsplanen
- identificere og vurdere udviklingsmuligheder med udgangspunkt i en iværksætter virksomhed
- formidle forretningsideen og finansieringsmodellen til interessenter

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer indenfor iværksættervirksomhedens nuværende og fremtidige situation
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til validering af en forretningsplan for iværksættervirksomheden

ECTS-omfang

Fagelementet Entreprenørskab har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Formålet med prøven er at afprøve de studerendes evne til at udarbejde og argumentere for fagelementet.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Entreprenørskab. Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3. semester skal være bestået. Det er en forudsætning for at kunne gå op til den mundtlige eksamen, at den studerende har afleveret en skriftlig forretningsplan iht. ovenstående samt fået godkendt en forudsætningsopgave. Forudsætningsopgaven består i en milepæl med præsentation af forretningsidéen og verificering af idégrundlaget.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	Prøven er en mundtlig prøve (i grupper på 2-3 studerende eller individuelt) med udgangspunkt i den afleverede forretningsplan, som er udarbejdet i grupper eller individuelt.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<i>Den skriftlige del</i> Den studerende skal i grupper eller individuelt udarbejde en kortfattet, men veldokumenteret forretningsplan for en iværksættervirksomhed, baseret på en selvvalgt ide. Forretningsplanen skal have et omfang på maksimalt 12.000-14.400 tegn (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Forretningsplanen kan udarbejdes enten individuelt eller i grupper på 2 eller 3 personer. <i>Den mundtlige prøve</i> Den mundtlige eksamination består af en 20-40 minutters (afhængig af gruppestørrelsen) mundtlig prøve med udgangspunkt i den afleverede forretningsplan, hvor den studerende eller i gruppe indledningsvist pitcher forretningsideen med vægt på valideringen af forretningsplanens antagelser.

	<p>Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 min.: Pitch af forretningsidéen • 10-30 min. (10 min. pr. studerende): Diskussion af forretningsidéen og planen • 5 min.: Votering
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen. Der gives en samlet karakter.</p> <p>Ønskes der en individualisering af det skriftlige projekt, skal den enkelte studerendes bidrag dokumenteres i projektet.</p>
Bedømmelseskriterier	<p>Bedømmelseskriterierne for denne prøve er identiske med læringsmålene for valgfaget Entreprenørskab.</p> <p>Konsekvens ved manglende beståelse: Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen.</p> <p>Der skal afleveres en ny forretningsplan, som enten kan være en revideret udgave af den oprindelige forretningsplan for samme virksomhed og produkt eller for en ny virksomhed og/eller produkt. Grundlaget for en omprøve, og om det er en ny eller revideret forretningsplan, afhænger af en faglig vurdering, som meddeles til den studerende af underviser.</p>
Formulerings- og stavning	Indgår i helhedsvurderingen.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt, på nær ved besvarelse af det teoretiske spørgsmål trukket ved den mundtlige prøve.
Tilmelding til eksamen	<p>Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.</p>

3.7. Teknologi

Indhold

Faget bygger videre på grundlæggende viden om produktion af video. Der er fokus på målrettet brug af værktøjer og apps relevante for videoproduktion, så den studerende kender til nyeste muligheder og tendenser og kan anvende dette målrettet i produktionen af videoprodukter og i egen læring og udvikling inden for området.

Læringsmål for Entreprenørskab

Viden

Den studerende har:

- Viden om udviklingen inden for AI og/eller andre nye værktøjer og apps der anvendes til i videoproduktion
- indsigt og forståelse for de nyeste tendenser og teknologiske fremskridt inden for området
- Forstår de etiske og juridiske aspekter ved brugen af AI og andre teknologier inden for videoproduktion.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende apps og værktøjer til videoproduktion, herunder AI baserede apps og værktøjer
- integrere nye tendenser og teknologier i deres videoproduktionsarbejde for at forbedre kvaliteten og relevansen af deres projekter.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Identificere og anvende intelligente værktøjer i videoproduktion
- Identificere og udvikle egne muligheder for fortsat videreuddannelse i forskellige læringsmiljøer

ECTS-omfang

Fagelementet Entreprenørskab har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Formålet med prøven er at afprøve de studerendes evne til at udarbejde og argumentere for audiovisuelt produkt for en virksomhed/organisation.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der afprøves i læringsmålene for det lokale fagelement "Teknologi". Læringsmål fremgår af beskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS
Forudsætningskrav	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	Individuelt udarbejdet produkt med mundtlig prøve.

	Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online/offline), hvorpå du er indskrevet på studiet.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Produkt</u> Videoproduktet udarbejdes individuelt. Der udarbejdes et produkt i samarbejde med en virksomhed med tilhørende synopsis indeholdende vurderinger og valg.</p> <p><u>Formaliakrav til produkt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Der er ingen krav til videoproduktet • Synopsis vedlægges. • Specifikke krav til synopsis udleveres ved start af eksamensprojektperioden. <p><u>Mundtlig prøve</u> Den mundtlige prøve har en varighed af 30 minutter.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studerende præsenterer analyse bag synopsis samt overvejelser ift. valg og fravalg (ca. 10 min.) • Undervisere eksaminerer med udgangspunkt i den afleverede synopsis samt bredt i læringsmålene for semesteret. (ca. 15 min.) • Votering og karaktergivning (ca. 5 min)
Bedømmelse	Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen. Der gives en samlet karakter. Ønskes der en individualisering af det skriftlige projekt, skal den enkelte studerendes bidrag dokumenteres i projektet.
Bedømmelseskriterier	Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsbedømmelse for både produktet og den mundtlige præstation. Ved vurdering af videoproduktet lægges vægt på: <ul style="list-style-type: none"> • Det samlede indtryk, herunder i hvor høj grad videoen samlet set når de definerede mål • Videoens designmæssige og æstetiske kvalitet i relation til opgavens mål • Videoens tekniske kvalitet • Omfang i relation til den givne tid
Formulerings- og staveevne	Indgår i helhedsvurderingen.
Sprog	Dansk
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt, på nær ved besvarelse af det teoretiske spørgsmål trukket ved den mundtlige prøve.
Tilmelding til eksamen	Når du starter på et semester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester – også de tilhørende sygeeksamener/reksamener. Det er ikke muligt at framelde sig eksamen, med mindre særlige forhold gør sig gældende. Se Erhvervsakademi Danias Eksamensreglement.

3.8. Summer School in Social Media

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

Content

Do you connect with friends on Instagram, Facebook, YouTube, or Twitter? Do you read reviews on social media before checking out a company in-person? Do you ever wonder why online advertising seems to read your mind? Social media is reshaping our communication on every personal and professional level!

Stay ahead of the digital marketing curve and learn the fundamental skills needed to stay competitive in your desired industry with the Social Media course, in conjunction with Business Academy Aarhus and Humber College, Toronto, Canada. By using hands-on experience, this course will give you the required expertise to plan, execute, and monitor social media strategies, with the tools industry leaders are already using.

Learning Goals

Knowledge

The student will gain knowledge about:

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

Skills

The student will get the skills to:

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

Competencies

The student will learn to:

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

ECTS-weight

The subject element covers 5 ECTS-points.

Exam description

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

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

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

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

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

Content

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

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

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

Learning objectives

Knowledge

The student will gain knowledge about:

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

Skills

The student will get the skills to:

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

Competencies

The student will learn to:

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

ECTS-weight

The subject element covers 5 ECTS-points.

Exam description

Placement	August, beginning of 3 rd semester.
Purpose	To assess to which degree the students fulfill the learning objectives.

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

Language	Danish or English. For students enrolled in a Danish programme, it is optional to take the exam in English.
Aids	All aids are permitted
Enrollment for the exam	When registering for the Vietnam summer school, the student is automatically enrolled for the exam, which takes place at the end of the summer school.

3.10. Sustainable Marketing Summer School

Offered by Dania Academy in Viborg

Content

The Summer school in Sustainable Marketing will provide you with an understanding of why and how companies can work towards a more sustainable business concept. Furthermore, the course is centered around business-driven social responsibility and gives you the knowledge and tools to take CSR/Sustainability from talk to action. You will get a unique opportunity to obtain new knowledge, while learning to solve real-life problems related to the UN's 17 SDG's and Sustainable Marketing through problem-based learning.

Teaching method

Our teaching is mainly based on the pedagogical concept: *Problem based learning*. The teaching will deal with real-life challenges and solutions related to Sustainable Marketing aspects and a large part of the teaching and the learning processes will take place outside the classroom. You will use fieldwork as an important method of bringing data into the classroom. During the course, you will visit companies who work with sustainability in their daily operations - and companies that don't. You will make presentations, participate in discussions and dialogue, and you will work in groups

We require full attendance and active involvement in classes, field visits, and presentations, and we will include these aspects your final assessment.

Learning Goals

Knowledge

The student will gain knowledge about:

- Corporate Social Responsibility (CSR) and sustainability
- Related economic theories
- How the elements of CSR / sustainability can provide value in a company, both in relation to business development, as a strategy, and in the branding process
- Sustainability as the driving force of innovation and as a way of understanding the new market conditions for both society and market
- How Sustainable Marketing can be used as a business model

Skills

The student will get the skills to:

- Identify CSR and sustainability elements in a company
- Inspire others on how to work with CSR and sustainability in practice
- The effects of using Sustainability Marketing, seen in relation to the industry's competitiveness
- Analyse the economic consequences of adopting a distinctively green profile
- Analyse the Supply Chain effects occurring as a consequence of an increased focus on Sustainability Marketing

Competencies

The student will learn to:

- Assess a company's ability to use Sustainability Marketing as a competitive parameter

- Participate in innovative development of new concepts related to the company's sustainability profile.

ECTS-weight

The subject element covers 5 ECTS-points.

Exam description

Placement	August
Purpose	The exam consists of a written and oral assignment. The group-based written part will be based on a real-life case and must show the students ability to work with Sustainable Marketing. The oral part must show the students ability to present and argue their work.
Learning objectives being tested and the related subject elements	The learning objectives for Sustainable Marketing are tested. Learning objectives are stated in the description above.
ECTS	5 ECTS
Prerequisites	Full attendance and active involvement in the teaching, field visits, presentations and moreover are required as a prerequisite for taking the examination and passing the course. The prerequisite requirement is not included in the assessment of the exam but is a qualification criterion for being able to participate in the exam. If the student does not meet the prerequisite requirement, he/she cannot participate in the exam and will use one examination attempt.
Deadline for meeting the prerequisites	Two days at the latest before the exam.
Examination Form	A written group project and an oral examination
Basis of the examination incl. formalities	<u>Written group project</u> The project is prepared in groups of 3-5 students. The written project must be max. 12,000 keystrokes (including spaces, footnotes, figures and tables, but excluding front page, table of contents, source list and appendix). If individualization of the written project is desired, the individual student's contribution must be documented in the project. <u>The oral presentation</u> 3 students: 30 min. 4 students: 40 min. 5 students: 50 min. It is the group's task that all group members participate actively The students make a presentation of the selected elements in the project (approx. 5-10 min.) After the presentation, the examiners ask in-depth questions about the presentation and the written project, as well as general questions in relation to the learning objectives for the current subject elements (approx. 15-30 min.) Voting and grading (approx. 5-10 min)
Assessment	Grading is done according to the Danish 7-point scale. The assessment is based on the student's oral presentation. The evaluation is conducted internally.
Assessment Criteria	The overall presentation is evaluated based on the student's presentation, where the student demonstrates the competence to analyze a case company's situation, possible strategies/ tactics, and develop ideas based on the company's

	<p>objectives. Additionally, the student should be able to discuss the chosen approaches and alternative methods.</p> <p>A grade of 12 is awarded for an outstanding performance that demonstrates comprehensive fulfillment of all the case issues with few or no insignificant shortcomings in the presentation. The oral presentation also needs to meet all the requirements mentioned above with few or insignificant flaws.</p> <p>A grade of 02 is given for a sufficient performance where the student only meets the minimum requirements for half of the case issues and, during the oral presentation, as a minimum can answer questions related to the optional presentation.</p>
Writing and spelling skills	Part of the overall assessment.
Language	English
Aids	All aids are permitted
Enrollment for the exam	When registering for the summer school in Sustainable Marketing, the student is automatically enrolled for the exam, which takes place at the end of the summer school.