

دانيا

ERHVERVSAKADEMI

Valgfag på Markedsføringsøkonom Årgang 2023-2025 & 2024-2026

Online / vinterstart
Erhvervsakademi Dania

Gældende fra 30.08.2023



Ændringslog

Version	Dato	Udført af	Beskrivelse
001	15.06.2023	Mette Sutherland	Nyt valgfagskatalog for årgang 2023-2025, online/vinterstart.
	11.01.2024	MAST	Valgfagskataloget er også gældende for årgang 2024-2026. Retelse til afsnit 1, 2.2 samt 3.4 og 3.5.

Der tages forbehold for eventuelle trykfejl og ændringer

Indholdsfortegnelse

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
SoMe Summer School, Toronto, Canada	5
3. Beskrivelse af valgfag	6
3.1 Bæredygtigt Entreprenørskab	6
3.2 Branding	9
3.3 Online marketing	12
3.4 Summer School in Social Media (Humber College, Toronto, Canada)	15
3.5 Vietnam Summer School (HUTECH University of Technology, Ho Chi Minh City)	18

1. Indledning

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

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

Valgfagskataloget træder i kraft den 30.08.2023.

I dette katalog præsenteres en oversigt over online valgfag for årgang 2023-2025 og 2024-2026.

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

2. Retningslinjer for valgfag

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

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

2.1. Gældende for valgfag som udbydes på engelsk:

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

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.

Bæredygtigt entreprenørskab på 10 ECTS skal gennemføres.

Udover Bæredygtig entreprenørskab skal den studerende vælge to af følgende valgfag af 5 ECTS:

- Branding 5 ECTS
- Online Marketing 5 ECTS
- Summer School in Social Media 5 ECTS
- Vietnam Summer School 5 ECTS

Semester	Lokation	Fag	ECTS	Sprog	Minimum antal deltagere*
3. semester	Online	Bæredygtigt entreprenørskab	10	Dansk	12
3. semester	Online	Branding	5	Dansk	12
3. semester	Online	Online marketing	5	Dansk	12
1. semester for årgang 2024-2026 3. semester for årgang 2023-2025	Toronto, Canada	Summer School In Social Media	5	Engelsk	-
1. semester for 2024-2026 3. semester for årgang 2023-2025	Ho chi Minh City, Vietnam	Vietnam Summer School	5	Engelsk	-

* Minimum kan afvige ud fra vurderingen af holdstørrelsen

2.3. Valgfag i udlandet

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

SoMe Summer School, Toronto, Canada

I samarbejde med Humber College og EAAA udbydes dette 3 ugers valgfag som foregår i Toronto, Canada. Det arbejdes med udvikling af indhold til Social Medier, skabelse af sociale effekter og opfølgning på disse. Sammen med studerende fra hele verden arbejdes der i grupper på en case fra en rigtig virksomhed. Se valgfagsbeskrivelse under pkt. 3.4.

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. 3.5.

3. Beskrivelse af valgfag

3.1 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	Alle prøver på 1. studieår skal være bestået, samt 2. interne prøve på 3 semester. 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.
Frist for at opfylde forudsætningskravet	Senest 7 dage før mundtlig prøve.
Form	Skriftligt gruppeprojekt og individuel mundtlig prøve. Den mundtlige del af prøven foregår på et fastlagt tidspunkt og i det format (online) hvorpå du er indskrevet på studiet.
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<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. 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. <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/tilbage melding.
Bedømmelse	Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen. 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%.
Bedømmelseskriterier	Udover læringsmålene i studieordningen 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 <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.

3.2 Branding

Indhold

Valgfaget Branding er designet til at give de studerende praktiske færdigheder og viden i at skabe overbevisende visuel kommunikation for virksomheder. Kurset lægger vægt på vigtigheden af visuelle elementer i opbygningen af en stærk brandidentitet og udforsker forskellige softwareværktøjer til grafisk produktion.

De studerende få praktisk erfaring med grafisk design-software så som Adobe Photoshop og InDesign og lære essentielle teknikker til at skabe indflydelsesrige visuelle elementer såsom logoer, typografi, farveskemaer og billedmateriale. De vil udvikle en dyb forståelse for visuel kommunikationsrollen i at forme brandopfattelsen og effektivt formidle bæredygtighedsbudskaber gennem visuelle elementer og grafisk kommunikation for at skabe bevidsthed og engagement hos målgruppen.

Emner

- Branding
- Visuel identitet i sammenhæng med ønsket brand position
- Kommunikere bæredygtighed visuelt (grafisk design) på online og offline medier
- Tekstforfatning
- Kreativ problemløsning
- Brand guide

Læringsmål for Branding

Viden

Den studerende skal opnå viden om:

- Kommunikation af et brands tone-of-voice
- Retningslinjer og specifikationer for brugen af et brands visuelle identitetslementer, herunder logoer, farver, typografi og andre designelementer
- Praksis og centralt anvendt teorier indenfor grafisk design, fotografering og billedbehandling

Færdigheder

Den studerende skal opnå færdigheder i at:

- Udarbejde et brands tone-of-voice
- Udarbejde retningslinjer og specifikationer for brugen af et brands visuelle identitetslementer, herunder logoer, farver, typografi og andre designelementer
- Anvende praksis og centralt anvendt teorier indenfor grafisk design, fotografering og billedbehandling

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i at:

- Tilegne sig grundlæggende viden, færdigheder og kompetencer indenfor design og udvikling af digitalt indhold
- Implementer det udarbejdede tone-of-voice og identitetslementer i et brand guide

ECTS-omfang

Fagelementet Branding har et omfang på 5 ECTS-point.

Beskrivelse af prøven

Placering	Ultimo 3. semester
Formål	Prøven har til formål at teste begrebsviden samt teste praktiske færdigheder og kompetencer i at skabe en sammenhængende visuel identitet og kommunikation for en nærmere defineret samarbejdsvirksomhed.
Læringsmål som udprøves og de tilknyttede fagelementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Branding. Læringsmål fremgår af fagbeskrivelsen ovenfor.
Tilknyttede ECTS	5 ECTS svarende til omfanget af de læringsmål, som der udprøves i.
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 prøven.
Form	Skriftlig gruppeaflevering
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p>Opgaven udarbejdes i grupper af 3 til 5 studerende for en nærmere defineret samarbejdsvirksomhed og består af to dele – 1) en design del (Brand Guide), og 2) en skriftlig del (Rapport). Der tages udgangspunkt i samarbejdsvirksomhedens udfordringer og kundernes behov og købsadfærd, som er lært på 2. semester.</p> <p>Der skal afleveres 2 filer, én fil med brand guide, og én fil med den skriftlige rapport.</p> <p><u>Rapport</u> Den skriftlige rapport skal have et omfang på 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og billeder, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag). Rapporten skal indeholde gruppens argumenter for de valg, de har truffet for at udforme brand identitet og den visuelle identitet.</p> <p><u>Brand guide</u> Brand-guiden skal indeholde gruppens forslag til samarbejdsvirksomhedens nye brand identitet og tilsvarende nye visuelle identitet. Den 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.</p> <p>Det skal angives, hvem der har udarbejdet og har særligt ansvar for de enkelte dele af den skriftlige rapport. Opgavens indledning, problemformulering, afgrænsning, konklusion mv. samt brandguiden anses for at være udarbejdet i fællesskab af gruppen og skal ikke individualiseres.</p>
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Der gives en individuel karakter på baggrund af den skriftlige rapport og brandguiden.</p>

Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene i studieordningen vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt (rapporten):</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
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 prøven, 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 markedsførings- indsats.

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 kompetenceni-veauet i anvendelsen af online medier som kommunikationsplatforme for en virksomheds markedsføringsindsats. Det 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 fag-elementer	Der prøves i læringsmålene for valgfaget Online Marketing. Læringsmål fremgår af fag-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	Skriftlig gruppeaflevering
Prøvegrundlag inkl. formkrav	<p><u>Skriftlig gruppeaflevering</u></p> <p>Afleveringen udarbejdes i grupper af 3-5 studerende og består af to dele.</p> <p>1) Dels en enkelt side (landing page), som kunne betragtes som et fremtidigt tillæg til en til faget underviser-valgt casevirksomheds bestående website. Siden er opsat med forskellige features i det valgte CMS-system, som understøtter målet med siden. Indholdet skal SEO- optimeres på siden.</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>Del 2, den skriftlige opgave afleveres som én fil indeholdende link til den landing page, som er skabt af projektgruppen.</p> <p>Den skriftlige opgave må maksimalt udgøre 12.000 anslag (inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og billeder, men eksklusive forside, indholds- fortegnelse, kildeliste og bilag).</p> <p>Det skal angives, hvem der har udarbejdet og har særligt ansvar for de enkelte dele af den skriftlige opgave. Opgavens indledning, problemformulering, afgrænsning, konklusion mv. samt landing pagen anses for at være udarbejdet i fællesskab af gruppen og skal ikke individualiseres.</p>
Bedømmelse	<p>Intern bedømmelse efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Der gives en individuel samlet karakter på baggrund af den skriftlige opgave samt landing-pagen.</p>

Bedømmelseskriterier	<p>Udover læringsmålene vil der blive lagt vægt på følgende i vurderingen af det skriftlige produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant udvælgelse, anvendelse og kombination af tværfaglig viden og metoder fra valgte fag • Evnen til at bruge de faglige begreber samt værktøjer til at udarbejde løsningsforslag • Evnen til at sætte sig ind i relevante nye faglige områder • 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 Summer School in Social Media (Humber College, Toronto, Canada)

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
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.

3.5 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
Purpose	To assess to which degree the students fulfill the learning objectives.
Learning objectives being tested and the related subject elements	The elective exam in the Vietnam summer school tests the learning objectives mentioned above.
ECTS	5 ECTS
Prerequisites	None.

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