

Rettelsesblad til studieordningen for Markedsføringsøkonom pr. august 2023 (rettelsesblad udstedt august 2024)

Vedr. eksamen på 2.semester (1. Eksterne)

Nedenstående erstatter beskrivelsen af eksamen i studieordningen

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Der vil blive udleveret en case. På baggrund af casen skal der afleveres et individuelt udarbejdet beslutningsoplæg samt minimum ét kommunikationsprodukt.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et forsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i skriftlige produkter. Der er tale om en individuel prøve af en varighed på 30 min (inkl. votering).

Formkrav:

Med udgangspunkt i en intern- og ekstern analyse samt målgruppevalg udarbejdes individuelt beslutningsoplæg samt minimum 1 individuelt kommunikationsprodukt. Beslutningsoplæg samt minimum 1 individuelt kommunikationsprodukt må max fylde 10 normalsider (2400 anslag pr. side).

Hvis den skriftlige opgavebesvarelse ikke opfylder formalia (fastsat i Studieordningen), kan bedømmerne afvise opgavebesvarelsen. Hvis opgavebesvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier:

Prøven afprøver læringsmålene for uddannelseselementerne på 2. semester.

Prøven bedømmes med ekstern censur og er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation samt det/de medtagne produkt(er).

Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

Tidsmæssig placering:

Ved udgangen af 2. semester

ECTS-omfang:

30 ECTS

Om- og sygeprøve:

1. og 2. reeksamen tager fortsat udgangspunkt i intern- og ekstern analyse samt målgruppevalg i samme casevirksomhed. Bemærk, at den studerende skal udarbejde og aflevere et nyt beslutningsoplæg og minimum et nyt kommunikationsprodukt(er).