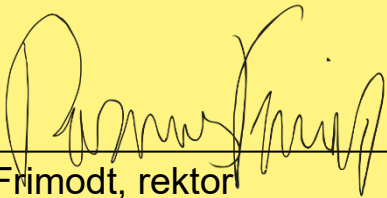


Studie- ordning

(Valgfagskatalog)

Markedsføringsøkonom

Efterår 2025



Rasmus Frimodt, rektor

Bilag til Lokal studieordning for Markedsføringsøkonom (Valgfagskatalog)

Indhold

1. Indledning.....	2
2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag.....	2
2.1 Hands-on Digital Markedsføring (Roskilde)	2
2.2 Entreprenørskab (Roskilde)	4
2.3 AI Marketing (Roskilde).....	5
2.4 Digital ledelse og digitale trends (blended learning/online).....	6
2.5 Digital ledelse og den datadrevne virksomhed (blended learning/online).....	7
2.6 Servicedesign, Digital eller Analog (Roskilde)	9
2.7 Strategisk bæredygtighed og markedsføring (Roskilde)	9
2.8 Digital Marketing (Roskilde – English)	11
2.9 Sales in practice, off & online (Roskilde – English).....	12
3. Eksamener i valgfag	13
3.1 Prøve i Hands-on Digital Markedsføring.....	13
3.2 Prøve i Entreprenørskab.....	14
3.3 Prøve i AI Marketing	15
3.4 Prøve i Digital ledelse og digitale trends.....	15
3.5 Prøve i Digital ledelse og den datadrevne virksomhed.....	16
3.6 Prøve i Servicedesign, Digital eller Analog	17
3.7 Prøve i Strategisk bæredygtighed og markedsføring.....	17
3.8 Digital Marketing exam	18
3.9 Sales in practice, off & online exam.....	18
4. Ikrafttrædelse	19

1. Indledning

Denne del af studieordningen skal læses i sammenhæng med den nationale del af studieordningen (samt tilhørende uddannelsesbilag) og den lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere af uddannelsen, mens den lokale del af studieordningen samt dette valgfagskatalog er fastsat af Zealand - Sjællands Erhvervsakademi.

2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag

Valgfag skal udgøre i alt 20 af uddannelsens samlede antal ECTS. Der kan vælges mellem 9 valgfag, som er beskrevet yderligere i det følgende. Der skal vælges 2 valgfag i alt.

Du bedes sikre dig, hvordan valgfaget udbydes: Fysisk i Roskilde eller online (blended learning).

Valgfagene vil blive oprettet, såfremt der er nok tilmeldinger. Hvis det valgfag man har valgt, ikke bliver oprettet, så flyttes man til et valgfag, hvor der er plads.

Studerende fra Slagelse, som ikke kan eller ikke ønsker at vælge valgfag i Roskilde, bedes vælge de to blended learning/online valgfag, som man skal følge ca. to hverdage om ugen i tidsrummet kl.16-20.

2.1 Hands-on Digital Markedsføring (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Charlotte Torp Jensen (chje@zealand.dk)

BEMÆRK: Der vil være et maksimalt deltagerantal på 25 studerende på valgfaget.

Indhold:

Valgfaget er et intensivt og praksisnært forløb, hvor du gennem konkrete opgaver lærer at omsætte teori til handling inden for digital markedsføring. Du udvikler dine kompetencer ved at opbygge og optimere din egen online tilstedeværelse – via din personlige hjemmeside – så du samtidig styrker din personlige branding og kan fremvise dine digitale kompetencer.

Undervejs får du indblik i en bred vifte af værktøjer og teknikker, der hjælper dig med at differentiere dig på markedet og fremhæve dine styrker. Du opnår viden, færdigheder og kompetencer inden for planlægning, håndtering og udarbejdelse af en hjemmeside samt relaterede emner inden for digital markedsføring som SEO, SEM, content marketing, mobilvideo, podcast og digital jura mm. Denne viden giver dig samtidig indblik i virksomheders strategiske afsæt og forståelse for målgruppens digitale kunderejse.

Du arbejder løbende med din individuelle hjemmeside og producerer indhold, der skal uploades og præsenteres her. Det er et intensivt forløb, hvor du får opgaver undervejs, som afspejler de konkrete digitale opgaver, virksomheder arbejder med i praksis.

Emner og opgaver:

Du vil bl.a. arbejde med følgende områder (alle emner indgår som portfolio-opgaver, som skal fremgå på din hjemmeside):

- Udarbejdelse af en personlig WordPress-hjemmeside: herunder kontaktformular, sikkerhed, privatlivs- og cookiepolitik mm.
- LinkedIn og personlig branding.
- UX (User Experience) / digitale kunderejser.
- Søgmaskineoptimering (SEO) – udvidet.
- Inbound marketing / content marketing (blogs).
- Podcast og audiogram.
- Mobilvideo.

- Organisk SOME.
- Digital reklame og annoncering (SEM).
- ChatGPT og andre AI-værktøjer.
- Digital jura.

Valgfagets forløb:

Det er et værkstedsfag, hvor du arbejder med praksisorienterede, hands-on opgaver i undervisningen, og der forventes derfor fremmøde/deltagelse i undervisningen. Der inviteres gæsteundervisere ind undervejs i forløbet og vi kan have besøg af virksomheder fra branchen, der giver indblik i, hvordan området bevæger sig og bruges i praksis. Du skal selv udarbejde løsninger i de præsenterede værktøjer og får løbende feedback på dit arbejde fra både undervisere og medstuderende. De opgaver, du løser undervejs, udgør din portfolio og bliver indholdet på din hjemmeside. Det er også disse opgaver samt din hjemmeside, du går til eksamen i, som en del af eksamen i valgfaget "Hands-on Digital Markedsføring".

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- Viden om centrale digitale marketingbegreber og den overordnede strategiske betydning af markedsføring i en virksomhed.
- Viden om den digitale strategis rolle og relevans for forretningsudvikling.
- Viden om metoder og tilgange til digital markedsføring (herunder SEO, SEM, content marketing m.m.).
- Viden om grundlæggende lovgivning og etiske retningslinjer for håndtering af data, billeder og permissions.
- Viden om præsentation af fagligt materiale i en digital kontekst.
- Viden om anvendelse af data til at understøtte digitalisering og beslutningstagning i organisationen.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier for at vurdere og forbedre virksomheders salgspotentiale online.
- Vurdere hvilke typer af content, der understøtter en virksomheds digitale strategi.
- Analysere brugeroplevelse (UX) og foreslå konkrete forbedringer.
- Vurdere og optimere en virksomheds placering i søgemaskiner samt identificere relevante indsatsområder.
- Udarbejde og begrunde annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmodeller til både samarbejdspartnere og brugere.
- Anvende digitale værktøjer til content management (CMS), herunder WordPress.
- Benytte AI-værktøjer (fx ChatGPT) til SEO-analyse og indholdsproduktion.
- Vurdere om markedsføringsindsatsen er i overensstemmelse med gældende lovgivning.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Udarbejde og vedligeholde en hjemmeside.
- Udvælge og bruge diverse digitale værktøjer i arbejdet med digital markedsføring (herunder bl.a. podcast, audiogram og mobilvideo).
- Analysere, planlægge og gennemføre projekter inden for digital markedsføring og kommunikation.
- Bidrage aktivt i faglige team omkring virksomhedens digitale markedskommunikation og implementering.
- Analysere, planlægge og gennemføre konkrete opgaver inden for digital markedsføring med udgangspunkt i virksomhedens situation og relevante interessenter.

- Vurdere og komme med forslag til hvordan SEO integreres som en del af virksomhedens overordnede markedsføringsstrategi.
- Håndtere den digitale strategiudvikling på baggrund af virksomhedens situation og interesser.

ECTS-omfang:
10 ECTS

2.2 Entreprenørskab (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Morten Baltzersen (moba@zealand.dk)

Indhold:

Entreprenørskab vil være et intensivt & praksisnært forløb, hvor den studerende individuelt og i grupper lærer at finde og udvikle en innovativ idé, som skal bygges op omkring en attraktiv forretningsmodel. I vil teste og udvikle ideen i løbet af forløbet i grupper efter en Lean Startup tilgang til emnet. Din idé kan have økonomisk, kulturel, social eller samfundsmæssig værdi.

De fleste studerende har ingen idéer forud for kurset, men lykkes alligevel med at udvikle en idé i løbet af kurset. Kurset starter med at lægge vægt på at finde, forstå og beskrive en smerte (et problem), der giver dig mulighed for idégenerering. Du vil opdage, at dette kursus handler meget om at anvende din viden, færdigheder og kompetencer fra Markedsføringsøkonomuddannelsen i et entreprenant projekt.

Du vil blive trænet i at lære at pitche (sælge) din idé foran mindre og større grupper. Dit gruppeprojektforløb vil indeholde en præsentationssession. Her vil vi have eksterne innovatører/iværksættere, med masser af erfaring indenfor innovation & entreprenørskab, der vil give den studerende og gruppen konstruktiv feedback.

En anderledes afslutning end normalt, men en meget positiv oplevelse for alle studerende.

Du vil bruge meget tid på at arbejde i din gruppe med at udvikle dit idéprojekt. Underviserne vil fungere som coaches i dit projekt. Entreprenørskab er et valgfag, hvor du vil få en masse feedback fra dine passionerede undervisere. Du skal være forberedt på et intensivt forløb med en vis arbejdsbyrde, men hvor du samtidig får en stor lærerig oplevelse.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- Viden om de vigtigste elementer i Lean Startup-teori
- Viden om de vigtigste elementer i Effektuations-teori
- Viden om forskellige forretningsmodeller
- Viden om forskellige metoder til kreativitet og idéudvikling
- Viden om forskellige former for innovation i virksomheder
- Viden om præsentationsteknik
- Viden om finansielle muligheder som en "Startup" i Danmark

Færdigheder

Den studerende kan:

- Udarbejde sit eget netværksskema & bruge/vurdere det som en vigtig støttekilde i udviklingen af en idé
- Formidle faglige problemer og løsningsmodeller, præsentere resultater for stipendiater, partnere og brugere
- Bruge udviklingsværktøjer indenfor innovation (divergent og konvergent tænkning)
- Anvende og vurdere forskellige metoder til at teste et problem/behov, en idé, en forretningsmodel

- Udarbejde og vurdere værdien af forskellige prototyper
- Udarbejde og vurdere en forretningsmodel bag en idé
- Udarbejde og vurdere et budget for en opstart af et projekt/virksomhed
- Kommunikere en idé foran få mennesker, dit netværk eller et publikum (pitch)

Kompetencer

Den studerende kan:

- Arbejde med test af markedspotentiale af en forretningsidé/produkt/koncept
- Deltage i tværfaglige teams i forbindelse med innovation
- Analysere, planlægge og implementere et projekt, der udvikler en innovativ idé
- Samarbejde med et team og tage ansvar for at igangsætte, organisere, planlægge og implementere et værdiskabende projekt og reflektere over sammenhænge mellem ressourcer, relationer, proces og resultater

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.3 AI Marketing (Roskilde)

Valgfagsansvarlige: Faisal Attazgharti (faat@zealand.dk) & Ibrahim Sleiman (ibsl@zealand.dk)

BEMÆRK: Der vil være et maksimalt deltagerantal på 25 studerende på valgfaget.

Indhold:

AI Marketing er et valgfag, der fokuserer på anvendelsen af kunstig intelligens (AI) i markedsføring. Vi lever i en digital tidsalder, hvor kundernes adfærd er i konstant forandring, derfor bør virksomheder tilpasse sig de nye muligheder og teknologier for at forblive konkurrencedygtige.

I dette valgfag dykker vi ned i spændende teknologier og værktøjer, der tager markedsføring til helt nye højder, og klæder den studerende på til en verden domineret af AI.

Undervisningen er praksisnær, case-baseret og med fokus på den praktiske anvendelse af AI-teknologier. Arbejdsformen veksler mellem gruppearbejde, faglige diskussioner og oplæg af eksterne eksperter indenfor AI. Der forventes kontinuerligt fremmøde og aktiv deltagelse af de studerende.

Valgfaget vil afdække relevante AI marketing-værktøjer, så den studerende kan bruge disse i konkrete marketingaktiviteter. Fx til at skabe, tekster, billeder, videoer, logoer mm. De studerende vil ydermere udforske de etiske og juridiske implikationer af AI-marketing - samt udfordringerne og mulighederne i forbindelse med integration af AI i markedsføringsstrategier.

Vi vil bl.a. arbejde med følgende discipliner og værktøjer:

- Implementering af AI strategi i virksomheden
- Prompting, chatbots og virtuelle assistenter (Chat GPT4, Bard)
- Generering af billeder/logoer (Dall-e, Midjourney, Firefly, Leonardo)
- Generering af tekster (ChatGPT4, Bard)
- Generering af videoer (Heygen og Invideo.io)
- Etiske og juridiske implikationer af AI Marketing
- Bias i AI Marketing
- Privatliv og datasikkerhed

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om grundlæggende nøglebegreber indenfor AI-teknologier

- Viden om anvendelse af AI i markedsføring
- Viden om hvordan AI kan bruges til at forbedre kunderejsen og kundeoplevelsen
- Viden om forskellige AI-værktøjer og deres funktioner
- Viden om hvordan AI kan forudsige kundernes adfærd
- Viden om de etiske og juridiske implikationer af AI Marketing
- Viden om ansvarlig brug af AI-teknolog

Færdigheder

Den studerende kan:

- Identificere og analysere hvor AI kan bruges til at forbedre markedsføringen
- Bruge forskellige AI-værktøjer til at analysere data og identificere mønstre i kunders adfærd
- Anvende AI-værktøjer til at oprette personaliserede marketingkampagner
- Kunne identificere og analysere etiske og juridiske udfordringer
- Identificere, analysere og anvende data i en marketingkontekst

Kompetencer

Den studerende kan:

- Integrere AI-teknologier i marketingprocesser og skabe forretningsværdi
- Udarbejde en AI-baseret marketingstrategi ved brug af AI-værktøjer
- Anbefale hvordan AI kan bruges i marketingprocesser og træffe datadrevne beslutninger
- Arbejde med AI i marketing med bevidsthed om de etiske og juridiske aspekter
- Håndtere AI-værktøjer til at automatisere og forbedre marketingsprocesser

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.4 Digital ledelse og digitale trends (blended learning/online)

Valgfagsansvarlige: Jaweed Agha (jaag@zealand.dk) & Kasper Witzke (kawi@zealand.dk)

Indhold:

Valgfaget giver indsigt i de nyeste trends inden for digitalisering (Big data, AI, robotics, Blockchain), herunder hvad de vil betyde for morgendagens virksomheder hvis de skal kunne følge med i det stigende globale konkurrencemiljø.

McKinsey har på baggrund af en omfattende undersøgelse bekræftet dét, som statens IT råd også siger, nemlig at 70% af alle digitale projekter går galt. Valgfaget vil give indsigt i at forstå hvorfor dette er tilfældet, og hvordan man kan sikre, at ny digitalisering får succes. Faget tager udgangspunkt i begrebet digital modenhed, og hvilken betydning det har for succes med digitaliseringsprojekter, og de studerende får adgang til et unikt værktøj til at måle den digitale modenhed i virksomheder. Faget vil dertil fokusere på hvordan den teknologiske udvikling har sat krav til nye måder/metoder for at udøve ledelse, samt kravet om nye digitale kompetencer hos medarbejdere.

Valgfaget giver desuden indsigt og kompetencer i hvordan AI kan indføres ansvarligt i organisationer vha. STAIR modellen, som sikrer en implementering, der også håndterer de etiske overvejelser i forbindelse med implementering af AI, og tager udgangspunkt i de nye krav fra EU omkring brug af ansvarlig AI i organisationer. STAIR modellen er udviklet af ITU professorer og ledende medlem af SMV digital og er ved at blive en Dansk standard for ansvarlig implementering af AI i organisationer.

Valgfaget sætter med afsæt i kendte ledelsesmodeller fokus på, hvordan ledelse kan udføres i et foranderligt miljø, og hvordan de er påvirket af den nyeste teknologi.

Valgfaget er tilpasset **blended studerende og vil foregå online via e-learning og Zoom. Alle Zoom møder foregår i tidsrummet kl.16-20.**

Valgfaget kan tages uafhængigt af alle andre valgfag, men passer godt sammen med valgfaget "Digital ledelse og den datadrevne virksomhed".

Arbejdsformen vil bestå af inspiration og undervisning via e-learning forløb og diskussioner og opsamling via Zoom. Det skriftlige arbejde udarbejdes individuelt og indgår i den studerendes portfolio. Vi lægger vægt på at opgaver diskuteres i grupper, hvor grupper diskuterer, reflektere, evaluerer løbende i semestret.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om nøglebegreber inden for digitale ledelsesformer.
- Viden om digitale kompetencer
- Grundlæggende viden om digital transformation
- Kendskab til indholdet af digital modenhed
- Viden om AI og andre nye teknologier og hvilken betydning det har for medarbejdere og ledere
- Indsigt i de etiske og ledelsesmæssige overvejelser i forbindelse med introduktion af AI i organisationen

Færdigheder

Den studerende kan:

- Koble sin viden ledelsesbegrebet i relief til digitalisering
- Bruge værktøjer til digital kompetencevurdering
- Anvende sin viden om digital transformation og digital modenhed til at analysere en virksomheds digitale udfordringer/muligheder
- Bruge AI modellen STAIR til introduktion af AI i organisationer

Kompetencer

Den studerende kan:

- Tilegne sig kompetencer i spændet mellem ledelse og digitalisering, samt reflektere og diskutere de nye krav teknologien stiller til ledelse.
- Arbejde med digitale kompetenceværktøjer til vurdering af medarbejders og lederes digitale kompetencer
- Tilegne sig kompetencer til at kunne diskutere og vurdere en virksomheds digitale modenhed.
- Tilegne sig kompetencer til at kunne bruge en række industri godkendte værktøjer til understøttelse af den digitale ledelse af nye teknologier.
- Konkret kompetence i STAIR modellen som er udviklet af ITU og bliver brugt både i det offentlige og private.

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.5 Digital ledelse og den datadrevne virksomhed (blended learning/online)

Valgfagsansvarlige: Jaweed Agha (jaag@zealand.dk) & Kasper Witzke (kawi@zealand.dk)

Indhold:

Udgangspunktet for ledelsesmæssige beslutninger skal dannes på baggrund af den data, der er tilgængelig. Data skaber både muligheder og risici, og det kræver både dyb teknisk viden og et kritisk mindset at analysere kvaliteten og virkningen af disse data. At få mening ud af data er en vigtig tværfaglig udfordring for mange organisationer, virksomheder og statslige instanser, så de kan forstå og hurtigt reagere på forandringer som netop kendetegner den digitale tidsalder vi befinder os i.

Oftest er data ikke tilgængelig eller i bedste fald ufuldstændig. Valgfaget giver indblik i den data, der er mulig at indsamle til bl.a. at træffe vigtige beslutninger om hhv.:

- Marketingstiltag
- Digital modenhed og digitale initiativer
- Digitale kompetencer

I valgfaget vil den studerende også blive introduceret til de udfordringer og muligheder digitalisering skaber for virksomhedens arbejde med strategi, og hvordan digitalisering skaber nye muligheder samt krav til udarbejdelse af en digital strategi.

Valgfaget er tilpasset **blended studerende og vil foregå online via e-learning og Zoom.**

Valgfaget kan tages uafhængigt af alle andre valgfag, men passer godt sammen med valgfaget "Digital ledelse og digitale trends".

Arbejdsformen vil bestå af inspiration og undervisning via e-learning forløb og diskussioner og opsamling via Zoom. Zoom sessions foregår i tidsrummet kl.16-20. Der lægges op til individuelt arbejde på valgfaget, som vil tage udgangspunkt i cases, herunder mindre opgaver. Dvs. der stilles ikke krav til gruppearbejde, studiegrupper el.lign.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om nøglebegreber inden for digitale ledelsesformer.
- Viden om indholdet af en digital strategi
- Grundlæggende viden om Big data
- Kendskab til hvordan data kan bruges i ledelsesbeslutninger.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Koble sin viden om data med muligheden for at træffe beslutninger.
- Bruge værktøjer inden for dataanalyse.
- Formidle forslag til, hvordan data kan bruges i beslutningsprocesser, og specifikt kunne anvende digitalt modenhedsværktøj.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Koble sin viden om data og dataanalyse til at kunne indgå i arbejdet med at sikre bedre beslutningsgrundlag for en virksomhed.
- Arbejde struktureret med analyse og tolkning af data som kan bruges i en virksomhedskontekst til at træffe beslutninger.
- Indgå i diskussion og vurdering af virksomhedens digitale modenhed

ECTS-omfang:
10 ECTS

2.6 Servicedesign, Digital eller Analog (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Helle Thomsen (heth@zealand.dk)

Indhold:

Servicedesign handler om at designe løsninger, der er attraktive for brugerne, effektive for organisationen og anderledes i forhold til konkurrenterne på en og samme tid.

Hvad er service? Vil man arbejde med servicedesign, må man have en dyb forståelse for service og design. I dette valgfag vil vi gennemgå seks centrale elementer, der kan indgå i og spille forskellige roller i forbindelse med en serviceydelse: mennesker, teknologi, tid, kommunikation, produkter og omgivelser.

Du kommer i praksis til at arbejde med nogle små udvalgte detailbutikker i Region Sjælland, hvor I får mulighed for at teste en hypotese af, om disse arbejder bevidst og målrettet med servicedesign eller ej. Dette betyder, at I skal ud på feltarbejde i de udvalgte butikker. Og observere og interviewe dem om, hvad sker i butikken.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har:

- Viden om definition af service
- Viden om co-creation eller samskabelse
- Viden om antropologi og sociokulturelle forhold
- Viden om teknologi i detailhandlen
- Viden om designdefinitioner, design der skaber værdi, udvalgte designmodeller
- Viden om problemløsning og idégenerering/innovation
- Viden om research om, hvordan observation og interview gennemføres.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Arbejde med koncept- og sortimentsstyring
- Analysere og forholde sig til trends i detailhandlen
- Arbejde med adfærdsdesign – eller "nudging"

Kompetencer

Den studerende kan:

- Arbejde med servicedesign, set udefra og ind i organisationen og anvende service Blueprint til at skabe overblik, front - og backstage
- Designe bedre – attraktive, effektive og anderledes – serviceydelser
- Arbejde med forventningspyramiden (Suspense, Surprise, Satisfaction, Sacrifice)

ECTS-omfang:
10 ECTS

2.7 Strategisk bæredygtighed og markedsføring (Roskilde)

Valgfagsansvarlige: Helle Wagner (hewa@zealand.dk) og Jens Mouritsen (jmou@zealand.dk)

Indhold:

Valgfaget i Strategisk bæredygtighed og markedsføring tager udgangspunkt i det store samfundsmæssige fokus på bæredygtighed, og de strategiske udfordringer og muligheder det medfører for virksomheder. Det er for dig, der ønsker at tilegne dig viden, færdigheder og kompetencer til at arbejde konkret og professionelt med markedsføring og forretningsstrategi indenfor bæredygtighed i din praktik eller efter endt eksamen.

Formålet med valgfaget er at gøre dig i stand til at arbejde med bæredygtig omstilling ud fra et strategisk og markedsføringsmæssigt perspektiv. Vi kommer til at arbejde med at vurdere hvordan og i hvilket omfang en virksomhed bør forholde sig til det stigende fokus på bæredygtighed, både samfundsmæssigt og blandt virksomhedens interessenter.

Eksempler på spørgsmål vi kommer til at dykke ned i:

- Hvordan kan virksomheden bruge bæredygtighed i branding, positionering og markedsføring?
- Hvordan påvirker forbrugernes identitetsfølelse deres valg eller fravalg af bæredygtige produkter?
- Hvilken rolle spiller regulering og lovgivning for virksomhedernes arbejde med bæredygtighed?
- Hvordan kan virksomheden arbejde konkret med cirkulær økonomi?

Du kommer til at møde en række praktikere fra området, og bliver præsenteret for deres perspektiver på hvordan virksomheder kan anvende bæredygtighed i markedsføringen og undgå greenwashing og andre problemer, der knytter sig til området. Udgangspunktet er, at den enkelte virksomheds konkrete udfordringer, uanset om det er en start-up, scale-up eller etableret virksomhed, bør styre hvilke indsatser virksomheden iværksætter.

Kurset tager afsæt i FN's tredelte bæredygtighedsbegreb, og læner sig op ad FN's og EU's institutionelle definitioner og rapporter om bæredygtighed, klima o.a. På faget tager vi ikke aktivt stilling til den naturvidenskabelige side af spørgsmålene om klima, miljø og befolkningsudvikling, men bruger de rapporter og definitioner, der også anvendes af toneangivende aktører på området.

Arbejdsformen vil bestå af en blanding af oplæg fra interne og eksterne oplægsholdere, samt projektarbejde. Som en del af faget vil du skule arbejde i en gruppe med et større projekt, hvor du vil få mulighed for at fordybe dig i et akademisk eller praktisk område indenfor bæredygtighed og forretning.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om nøglebegreber og -teorier indenfor bæredygtighed og bæredygtighedsrapportering.
- Kendskab til gældende lovgivning om brug af bæredygtighed, klima og miljø i markedsføring, samt grundlæggende kendskab til certificering på området.
- Viden om teorier om bæredygtigt forbrug på BtC-området, herunder viden om segmentering, købsadfærd og købsbarrierer for bæredygtigt forbrug for private forbrugere.
- Viden om teorier og modeller, der beskriver bæredygtighed i relation til BtB-markedsføring, herunder viden om kædeansvar og indkøbspolitikker

Færdigheder

Den studerende kan:

- Koble sin viden om bæredygtighed og lovgivning med modeller og teorier indenfor markedsføring for at kunne vurdere en virksomheds muligheder for at arbejde med bæredygtighed i sin markedsføring BtC/BtB.
- Anvende sin viden om bæredygtigt forbrug på BtC-området og teorier indenfor markedsføring for at kunne designe og formidle konkrete forslag til bæredygtig markedsføring på BtC-området.

- Anvende sin viden om bæredygtighed, certificeringer, kædeansvar og indkøbspolitikker til at kunne designe og formidle konkrete forslag til bæredygtig markedsføring på BtB området.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Koble sin viden om bæredygtighed og lovgivning med modeller og teorier indenfor markedsføring for at kunne indgå i udviklingsarbejdet for en virksomheds muligheder for at arbejde med bæredygtighed i sin markedsføring.
- Indgå i samarbejde med andre faggrupper om at udvikle en virksomheds bæredygtighedsprofil
- Arbejde struktureret med at tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til bæredygtighed i en virksomhedskontekst.

ECTS-omfang:
10 ECTS

2.8 Digital Marketing (Roskilde – English)

Valgfagsansvarlig: Faisal Attazgharti (faat@zealand.dk)

Content:

In this elective we will be working with the most widespread digital marketing disciplines, in order to give you a thorough understanding of them – and in order to make you ready for your future career in digital marketing.

We will be working with Digital- and communication strategy, Social media advertising, E-mail marketing, Search Engine Optimization (SEO) & Search Engine Marketing (SEM), Content marketing & Storytelling, Personal Branding, Display banner advertising, User Experience & Conversion optimization, Marketing automation, Goals setting and KPI (key performance indicators)

Learning objectives:

Knowledge

The student will have:

- Knowledge of the latest tendencies within digital marketing
- Understanding about how digital marketing can be applied in a firm's marketing plan
- Knowledge of theories about digital marketing
- Knowledge of how the different social media platforms, such as Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, are used as marketing channels.
- Knowledge of what banner advertising is
- Understanding about SEO - knowledge about relevant tools - writing SEO friendly texts
- Understanding about SEM - including Google analytics
- Knowledge of Usability and landing pages

Skills

The student will be able to:

- Analyse strategic options related to the digital marketing strategy
- Write relevant content for websites, blogs etc.
- Analyse how companies use social media for digital marketing
- Apply knowledge about SEO
- Analyse landing pages and formulating suggestions in regards to website usability

Competencies

The student will be able to:

- Analyse and suggest concrete digital marketing strategies
- Create relevant content for websites and SoMe channels
- Put forward suggestions about how SEM and SEO should be used as part of the company marketing strategy
- Design an e-mail in Mail Chimp
- Use branding as a tool to make strategic decisions

ECTS:

10 ECTS

2.9 Sales in practice, off & online (Roskilde – English)

Valgfagsansvarlig: Helle Thomsen (heth@zealand.dk)

Content:

Sales is one of the most important disciplines in order for you to achieve success in your business. The salesperson must have the right skills and competences to create the right solutions for the customers – and by doing that create good relationships with the customers. This applies to Personal Selling, Social selling and Web.

The purpose of this elective is to train you in optimizing the return on your sales efforts by providing you with the practical tools and sales techniques that will help you create success as a salesperson. Even if you don't want to use sales in a professional job, you often need to sell messages to others. This applies, for example, at exams, at job interviews or when you communicate with others on a daily basis.

Make your own Website in WordPress (WP). Each student pays themselves approximately 200 DKK to gain a domain name and hosting.

Learning objectives:

Knowledge

The student will have:

- Knowledge of how to run a sales organization
- Understanding about the changing role of Personal Selling
- Knowledge about how to write on the internet (Guidelines on how to do that)
- Knowledge about graphic Design Essentials (Design, Fonts, Composition)
- Knowledge about SoMe: Social selling online (hands on, how to do it in practice)
- Understanding of Websites: How to make your own Website in WP (hands on)

Skills

The student will be able to:

- Assess and apply relevant theory about sales Management and different kinds of leadership
- Assess and apply relevant theory about sales psychology, sales training, value proposition, sales pitch
- Be challenged and trained in cross border selling
- Apply relevant theory about SoMe: How to write Organic post online
- Apply relevant theory about SoMe: How to make Paid ads online
- Apply relevant theory about Website: How to make your own website in WP(WordPress)

Competencies

The student will be able to:

- Identify which kind of work a sales department do
- Identify what is required of a key account salesperson
- Prepare for before doing cross border sales
- Create SoMe pages: Make your own FB, company site
- Create SoMe posts and ads: Make your own organic post + paid ads online)
- Create Websites: Make your own website and personal branding online.

ECTS:

10 ECTS

3. Eksamener i valgfag

Formålet med eksamener i uddannelsens fagelementer er at dokumentere, i hvilken grad den studerende opfylder de faglige mål, der er fastsat af uddannelsen og dens elementer. Alle eksamener skal bestås med mindst karakteren 02. Den studerende har ret til 3 forsøg pr. eksamen. Beståede eksamener kan ikke tages om. Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde Erhvervsakademiets regler for afholdelse af eksamener se også link til gældende regler: <https://www.zealand.dk/docs/Eksamensregler.pdf>.

Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende eksamener.

3.1 Prøve i Hands-on Digital Markedsføring

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Link til din personlige hjemmeside skal uploades i Wiseflow senest 10 dage før eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Eksamen er en individuel, mundtlig eksamination af 30 minutters varighed inkl. votering. Alle hjælpemidler er tilladt.

Eksaminationen tager udgangspunkt i din personlige hjemmeside og de tilhørende portfolio-opgaver, du har udarbejdet under valgfaget.

Eksamen omfatter:

- Præsentation af din hjemmeside – her demonstrerer du de funktionaliteter, opgaver og refleksioner, som er udarbejdet i undervisningen (jf. udleveret liste).
- Gennemgang af en WordPress-funktionalitet – du trækker én funktionalitet ved den mundtlige eksamen og præsenterer den.
- Præsentation af et digitalt emne – du trækker ét emne ved den mundtlige eksamen fra din portfolio og fremhæver centrale pointer eller problemstillinger.

Formkrav:

Ingen.

Bedømmelseskriterier:

Eksamen bedømmes med intern censur. Bedømmelse efter 7-trinsskalaen, baseret på en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde (hjemmesiden/portfolio) og den mundtlige præstation. Der lægges vægt på, i hvor høj grad du opfylder valgfagets læringsmål. Der gives en individuel karakter.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Syge- og reeksamen:

Link til hjemmesiden (samme som ved ordinær eksamen) skal uploades i Wiseflow inden for den frist, der er angivet for syge- og reeksamen – dette er en forudsætning for at deltage.

3.2 Prøve i Entreprenørskab

Forudsætninger for deltagelse i den mundtlige eksamen:

Udarbejdelse og aflevering af portfolio i Wiseflow 10 dage før den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig eksamen på 30 minutter (inkl. votering), der tager udgangspunkt i den afleverede portfolio af forskellige arbejdsopgaver under forløbet. Ved eksamen skal du præsentere en del af din portfolio og dine erfaringer fra den. Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

En komplet portfolio vil bestå af:

- en gruppesynopsis (3 normalsider)
- 10-30 normalsider der dækker forskellige obligatoriske opgaver til et iværksætterprojekt
- et individuelt 2-3 normalsiders refleksionsoplæg om læring fra kurset
- et par individuelle opgaver (5-10 normalsider) fra kurset.

1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig 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:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Der gives en individuel karakter.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Syge- og reeksamen:

Som ordinær eksamen. Hvis en tidligere eksamen ikke er bestået, kan den studerende redigere i det skriftlige arbejde.

3.3 Prøve i AI Marketing

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Udarbejdelse og aflevering af individuel portfolio og refleksionspapir i et samlet skriftligt materiale.

Aflevering skal ske i Wiseflow ca. 10 dage før afholdelse af den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig eksamen (30 minutters varighed inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio.

Hjælpemidler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 15 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusiv forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig 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:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Der gives en individuel karakter. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring AI-teknologier, evnen til at analysere og reflektere over AI-teknologier i markedsføringsøjemed, samt at integrere, udvikle og anvende AI i markedsføring.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning.

ECTS-omfang:

10 ECTS

Syge- og reeksamen:

Som ordinær eksamen. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis reeksamen skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.4 Prøve i Digital ledelse og digitale trends

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Aflevering af portfolio samt refleksionspapir som den studerende har udarbejdet løbende i semestret.

Aflevering skal ske i Wiseflow 10 dage før den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig eksamen (30 minutter inkl. Votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Hjælpemidler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 10 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusiv forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig 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:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Der gives en individuel karakter. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring digitale trends og digital ledelse, evnen til at reflektere over ledelsesmæssige udfordringer ved digitalisering, samt evnen til at anvende digital kompetence værktøjer til vurdering af virksomhedens digitale kompetencer.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Syge- og reeksamen:

Som ordinær eksamen. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis reeksamen skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.5 Prøve i Digital ledelse og den datadrevne virksomhed

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Aflevering af portfolio og refleksionspapir som den studerende har udarbejdet løbende i semestret.

Aflevering skal ske i Wiseflow senest 10 dage før den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig eksamen (30 minutters varighed inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio.

Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 10 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig 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:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Der gives en individuel karakter. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring data og digital ledelse, evnen til at reflektere over ledelsesmæssige udfordringer ved digitalisering, samt at anvende digitalt modenhedsværktøj til vurdering af virksomhedens modenhed.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning.

ECTS-omfang:

10 ECTS.

Syge- og reeksamen:

Som ordinær eksamen. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis reeksamen skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.6 Prøve i Servicedesign, Digital eller Analog

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Der vil være en række mindre portfolio opgaver (individuelle og gruppeopgaver), som er obligatoriske at udføre og aflevere for at blive indstillet til eksamen. Afleveringerne sker i Wiseflow 10 dage inden den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig eksamen (30 minutter inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Der trækkes to forskellige emner fra den afleverede portfolio opgave, som skal præsenteres. Der er maksimalt 8 minutter til dette (4 minutter til hvert emne). Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

Ingen.

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Der gives en individuel karakter. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning.

ECTS-omfang:

10 ECTS

Syge- og reeksamen:

Som ordinær eksamen. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis reeksamen skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.7 Prøve i Strategisk bæredygtighed og markedsføring

Forudsætninger for deltagelse i eksamen:

Aflevering af portfolio inden for et selvvalgt emne. Aflevering skal ske i Wiseflow senest 10 dage før den mundtlige eksamen.

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

Eksamens tilrettelæggelse og indhold:

Afprøvningen på valgfaget er en mundtlig gruppeeksamen (30 minutter pr studerende inkl. votering og tilbagemelding), med udgangspunkt i en præsentation af de studerendes synopsis, der udarbejdes inden for et selvvalgt område i en selvvalgt studiegruppe af 3-4 studerende.

Formkrav:

Synopsen har et maksimalt omfang af 5 sider og danner udgangspunkt for den mundtlige eksamination. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig 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:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Der gives en individuel karakter. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation.

Tidsmæssig placering:

Slutningen af valgfagsperioden.

Syge- og reeksamen:

Samme krav som til den ordinære eksamen.

3.8 Digital Marketing exam

Prerequisites for participation in the exam:

None

Planning and contents of the exam:

The exam is a 3 hours individual written exam based on a self-chosen company. The questions will be practical as well as theoretical.

Formal requirements:

Length: 5-6 pages. A standard page is 2.400 characters including spaces and footnotes. The extent excludes the cover page, table of contents, bibliography, list of appendices, and appendices themselves. Appendices are not included in the assessment.

Upload as PDF on Wiseflow

Personal notes and books are permissible to use

Internet access is not permissible and will be regarded as cheating. You are only allowed to visit the company's website and its' SM platforms. A violation of this will be regarded as cheating.

Assessment criteria:

The exam is internally assessed, and an individual grade is given according to the 7-point grading scale. The assessment is based on the learning objectives for the elective course.

Temporal placement:

By the end of the elective course (expected December).

Re-examination due to illness or failed exam:

The re-examination and exam due to illness consist of an oral exam of 30 minutes. The students will be examined in the full curriculum of the elective course.

3.9 Sales in practice, off & online exam

Prerequisites for participation in the exam:

There will be a number of smaller portfolio tasks (individual and group assignments) that are mandatory to complete and submit in order to be eligible for the exam. Submissions must be made in Wiseflow 10 days before the oral exam.

Failure to meet the prerequisites means that the student cannot participate in the exam, and an exam attempt has been used.

Planning and contents of the exam:

Oral individual exam: The time allocated for the oral examination is 30 min. per person. We start with a 10-

minute power point presentation by the student, then 15 minutes of dialogue, and finally 5 minutes of assessment on the grade.

This elective consists of three main subjects. During the semester you have done different exercises within each one of these 3 main subjects. At the oral exam, the student will draw one random exercise within each one of two of these main subjects. The student is expected to start the oral exam by showing the answer to each one of these two exercises in a power point presentation.

Formal requirements:

None

Assessment criteria:

The exam is internally assessed, and an individual grade is given according to the 7-point grading scale.

The assessment is based on the learning objectives for the elective course.

Temporal placement:

By the end of the elective course (expected December/early January).

Re-examination due to illness or failed exam:

The re-examination and exam due to illness correspond to the regular exam format.

For regler i forbindelse med eksamener, bl.a. syge- og reeksamen, eksamenssnyd og plagiering, klager og anker samt andre regler for uddannelsen, henvises til den lokale del af studieordningen.

4. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget er gældende for studerende, der skal vælge valgfag for efteråret 2025.