

Studie- ordning

(Valgfagskatalog)

Markedsføringsøkonom

Forår 2026



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
2.3 AI Marketing (Roskilde).....	4
2.4 AI Marketing (Valgfaget <i>foregå online via e-learning</i> s og Zoom.)	5
2.5 Servicedesign, Digital eller Analog (Valgfaget <i>foregå online via e-learning</i> s og Zoom.	6
3. Eksamener i valgfag	7
3.1 Eksamen i Hands-on Digital Markedsføring	7
3.2 Eksamen i AI Marketing (Både fysisk og online valgfag)	8
3.4 Eksamen i Servicedesign, Digital eller Analog.....	9
4. Ikrafttrædelse	9

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 3 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.

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.
- Søgemaskineoptimering (SEO) – udvidet.
- Inbound marketing / content marketing (blogs).
- Podcast og audiogram.
- Mobilvideo.
- Organisk/Betalt SOME/SEM
- ChatGPT/AI-værktøjer som hjælpeværktøj løbende

- 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 der er forskellige former for feedback undervejs. 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.
- Udvalge 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 interessenter.

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 kunders 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 kunders 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
- 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 AI Marketing (Valgfaget foregår online via e-learning og Zoom.)

Valgfagsansvarlige: Daniel Præstbro Nielsen

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
- 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

2.5 Servicedesign, Digital eller Analog (Valgfaget foregår online via e-learning og Zoom.

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, 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

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 Eksamen 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 den studerende 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 Eksamen i AI Marketing (Både fysisk og online valgfag)

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.

Hjælpe midler 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 Eksamen 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). Hjælpedidler 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.

4. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget er gældende for studerende, der skal vælge valgfag for foråret 2026.