



**Erhvervsakademi Sjælland**

**Studieordning**

# **Markedsføringsøkonom**

**August 2014**

*Opdateret 26. august*

## Forord

Denne studieordning for Markedsføringsuddannelsen er udarbejdet af Erhvervsakademi Sjælland (EASJ).

Studieordningen er udarbejdet indenfor de rammer der fremgår af en række regelsæt: Eksamensbekendtgørelsen, Hovedbekendtgørelsen og Uddannelsesbekendtgørelsen og den fælles studieordning fra uddannelsesnetværket.

De formelle rammer for uddannelsen udstikkes af studieordningen og den specificerer uddannelsens dele og de udprøvnings, der ligger i uddannelsen. Samtidig indeholder studieordningen de læringsmål, som uddannelsen ligger op til, krav til praktikophold samt øvrige forhold omkring uddannelsen.

Derfor kan studieordningen i vid udstrækning tjene som "opslagsværk" for den studerende, der her altid kan orientere sig i studiet, de krav der stilles og de faglige områder, som ligger i studiet.

Studieordningen er strukturelt opbygget med en indledende del, specifik for Erhvervsakademi Sjælland. Herefter kommer:

- En fællesdel, som gælder for alle markedsføringsøkonom-uddannelser i Danmark, uafhængigt af udbudssted
- En institutionsdel der gælder specifikt for uddannelsens som den udbydes af EASJ, hvor valgfag, institutionsspecifikke regler og eksamensregler er at finde



Ulla Skaarup  
Rektor

## Indholdsfortegnelse

DEL 1. INDLEDNING (ERHVERVSAKADEMI SJÆLLAND ).....	5
1. Uddannelsen.....	5
1.1. Formål.....	5
1.2. Omfang .....	5
1.3. Mål for læringsudbytte.....	5
1.4. Titulatur .....	6
DEL 2. DEN FÆLLES DEL .....	7
1. Uddannelsens indhold .....	7
1.1. Uddannelsens opbygning .....	7
1.2. Kerneområder .....	7
1.3. Obligatoriske uddannelseselementer .....	11
1.4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen .....	25
1.5. Praktik.....	27
1.6. Krav til det afsluttende projekt.....	27
2. Andre regler for uddannelsen .....	28
2.1. Merit .....	28
DEL 3. DEN INSTITUTIONSSPECIFIKKE DEL .....	30
3. Optagelse på uddannelsen .....	30
1.5. Adgangskrav .....	30
1.6. Optagelsesbetingelser .....	30
4. Valgfag .....	30
1.7. Valgfag på Campus Roskilde:.....	30
1.8. Valgfag på Campus Nykøbing (udbydes på engelsk): .....	38
5. Regler for praktikkens gennemførelse .....	40
6. Internationalisering .....	40
7. Krav til skriftlige opgaver, projekter og eksaminer .....	41
1.9. Aflevering af opgaver og eksamen .....	41
1.10. Projekter og opgaver .....	41
1.11. Eksaminer .....	41
7.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer .....	43
7.2.1. Studiestartprøven .....	46

14. Anvendte undervisnings og arbejdsformer .....	47
15. Regler om merit.....	47
16. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog. ....	47
17. Optagelseskriterier .....	47
1.12.    Kvote 1 kriterier .....	48
1.13.    Kvote 2 kriterier .....	48
18. Studiedeltagelse .....	48
19. Udmeldelse.....	48
20. Ikrafttrædelsesbestemmelser .....	49
EKSAMENSREGLEMENT .....	50
3.    Eksamensregler for EASJ CR.....	52
1.14.    Regelgrundlag .....	52
1.15.    Eksamensansvarlig .....	52
1.16.    Gyldighedsområde.....	52
4.    Eksamensreglement for EASJ CR .....	52
1.17.    Før eksamen.....	52
1.18.    Under eksamen.....	55
1.19.    Efter eksamen .....	57

## DEL 1. INDLEDNING (ERhvervsAKADEMI SJÆLLAND )

### 1. Uddannelsen

#### 1.1. Formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Markedsføringsøkonomen skal kunne kombinere viden om økonomiske, juridiske, organisatoriske, kulturelle, samfundsmæssige og teknologiske forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.

Endvidere skal den uddannede kunne indgå i samarbejds-mæssige sammenhænge med mennesker med forskellig uddannelsesmæssig, sproglig og kulturel baggrund.

#### 1.2. Omfang

Uddannelsen er normeret til 2 studenterårsværk eller 120 ECTS. Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold, praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i eksaminer. Uddannelsen er en fuldtidsuddannelse og skal være afsluttet senest 4 år efter studiestart. 1. år skal være bestået senest 2 år efter studiestart.

#### 1.3. Mål for læringsudbytte

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå på uddannelsen, jf. bekendtgørelsen

##### Viden

Den uddannede har viden om

- 1) Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering,
- 2) Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) Salgets gennemførelse,
- 4) Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- 5) Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

##### Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) Foretage en international markedsvurdering.
- 2) Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markeds-mæssige emner,
- 3) Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk,
- 4) På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger

- 5) Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- 7) Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger.

### **Kompetencer**

Den uddannede kan:

- 1) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering,
- 2) Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring,
- 3) Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf,
- 4) Tilegne sig færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen,
- 5) Vurdere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder,
- 6) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt

## **1.4. Titulatur**

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, opnår Erhvervsakademigraden AK og er berettiget til titlen Markedsføringsøkonom AK.

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

## DEL 2. DEN FÆLLES DEL

### 1. Uddannelsens indhold

#### 1.1. Uddannelsens opbygning

Markedsøkonomuddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 80 ECTS obligatoriske uddannelseselementer, 10 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	International markedsføring og salg (30 ECTS)	20 ECTS	10 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	10 ECTS	10 ECTS
	Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Erhvervsret (10 ECTS)	10 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer		5 ECTS	5 ECTS
Praktik			15 ECTS
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
<b>I alt ECTS</b>	<b>(80 ECTS)</b>	<b>60 ECTS</b>	<b>60 ECTS</b>

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede 120 ECTS-point.

Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes på den måde, det fremgår som det fremgår af afsnittet om uddannelsens eksaminer. Når bedømmelsen bestået eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

#### 1.2. Kerneområder

Uddannelsen består af fire kerneområder, som udgøres af uddannelseselementer svarende til 80 ECTS. Kerneområderne er beskrevet nedenfor.

International markedsføring og salg
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<b>Indhold:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li> <li>• Grundlæggende statistik</li> <li>• Markedsanalyse</li> <li>• Vækststrategi</li> <li>• Internationalisering</li> <li>• Segmentering, målgruppevalg og positionering</li> <li>• Markedsføringsstrategi</li> <li>• Salg og forhandlingsteknik</li> </ul>
<b>Læringsmål:</b>

<p><i>Den studerende skal have viden om</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv</li><li>• Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg</li></ul> <p><i>Den studerende skal have færdigheder i at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier</li><li>• Kunne vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau</li><li>• Kunne anvende forskellige markedsanalysemetoder og anvende statistiske færdigheder til vurdering af data</li></ul> <p><i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft</li><li>• Kunne deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnær markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked</li><li>• Håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden</li></ul>
--

<b>Økonomi</b>
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomhedsanalyse</li><li>• Mikroøkonomi</li><li>• Investering og finansiering</li><li>• Beskrivende økonomi og handelsteori</li><li>• Makroøkonomi</li><li>• Budgettering og parameteroptimering</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Den studerende skal have viden om</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlæggende mikroøkonomiske forhold</li><li>• Elementerne i virksomheders økonomiske styring</li><li>• Det globale økonomiske kredsløb</li></ul> <p><i>Den studerende skal have færdigheder i at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Udarbejde mikroøkonomiske analyser på vare- og arbejdsmarked</li><li>• Beskrive og analysere investering og finansierings alternativer</li><li>• Beskrive og analysere de væsentligste samfundsøkonomiske og demografiske nøgletal med henblik på markedsvurdering</li><li>• Udarbejde relevante budgetter for en virksomhed og et projekt</li><li>• Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger</li><li>• Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb</li></ul> <p><i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• At kunne vurdere en virksomheds økonomiske udvikling og benytte budgettering i den økonomiske styring</li></ul>



- At placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf ved inddragelse af pris- og indkomstelasticiteter
- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til analyse og vurdering af et marked.

<b>Kommunikation, organisation og ledelse</b>
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse af kommunikationsformer og strategier samt kulturel kontekst</li><li>• Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng</li><li>• Analyse af virksomhedens struktur, ledelse, værdier, processer, motivationsfaktorer og kultur</li><li>• Innovation</li><li>• Organisationsudvikling</li><li>• Salgsorganisering</li><li>• Projektledelse og styring</li><li>• Analyse og vurdering af virksomhedens supply chain</li><li>• Analyse og vurdering af supply chain management</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Den studerende skal have viden om</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Begreber, teorier og praktiske problemstillinger indenfor kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik</li><li>• Metoder og teorier indenfor salgsorganisering</li><li>• Elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet</li><li>• Teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring</li><li>• Teorier og metoder til implementering af organisationsudvikling udvikling</li><li>• Kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale, som non verbale virkemidler samt kulturforskelle</li><li>• Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og -former</li></ul> <p><i>Den studerende skal have færdigheder i at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper</li><li>• Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse</li><li>• Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM</li><li>• Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og</li></ul>

indsats i organisation, ledelse og logistik

- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig
- kommunikation

*Den studerende skal opnå kompetencer til at*

- Kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- Kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- Planlægge og styre forskellige typer af projekter
- Kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- Præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- Kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

## Erhvervsret

**Omfang:** 10 ECTS

### Indhold:

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret
- Pant og kaution
- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

### Læringsmål:

*Den studerende skal have viden om*

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- De overordnede ferieregler
- Rekonstruktionsreglerne
- Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældsbrolovens regler
- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Grundlæggende internationalt privatretlige regler

- Grundlæggende immaterialretlige regler
- Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling

*Den studerende skal have færdigheder i at*

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder produktansvar
- E-handel
- Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, navnlig funktionærret
- Tvangsfuldbyrdelse og konkurs
- Ejendomsforbehold
- Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

*Den studerende skal opnå kompetencer til at*

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010

### 1.3. Obligatoriske uddannelseselementer

Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 110 ECTS og udgøres af nedenstående elementer.

Kerneområde/ uddannelses- element	International mar- kedsføring og salg	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledel- se	Erhvervsret	Valgfag
Tema					
Virksomhedens strategiske situation 1 semester	10 ECTS (I) A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen  B: Grundlæggende statistik 1	5 ECTS (I) A: Virksomhedsanalyse B: Mikro-økonomi	10 ECTS (I) A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS (I) A: Retskilder B: Aftaleret C: Kredit-sikring D: Virksomhedens retlige forhold	
Strategi-formulering 2 semester	10 ECTS (II) A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationalisering E: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS (II) A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS (II) A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	5 ECTS (II) A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	5 ECTS  A: Statistik el. B: Valgfag el. C: Valgfag
Strategi- implementering	10 ECTS (III)	10 ECTS (III)	5 ECTS (III)		5 ECTS

3 semester	A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlings-teknik	A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameter-optimering	A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		A: Driftsøkonomi el. B: Valgfag
Praktik og afsluttede eksamensprojekt	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

## Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer

International markedsføring og salg
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<p>Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International markedsføring og salg I (10 ECTS) – 1 semester</li> <li>• International markedsføring og salg II (10 ECTS) – 2 semester</li> <li>• International markedsføring og salg III (10 ECTS) – 3 semester</li> </ul>
<h3>International markedsføring og salg I</h3> <p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li> <li>• Grundlæggende statistik 1</li> </ul>
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk</li> <li>• og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation</li> </ul>
<p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål og strategier</li> <li>• vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer</li> <li>• identificere virksomhedens stakeholders og vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd</li> <li>• identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden</li> <li>• formidle virksomhedens stærke og svage sider samt trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere</li> <li>• benytte IT redskaber i forbindelse med studiet</li> <li>• udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller</li> <li>• behandle markedsanalysetata ved brug af statistiske værktøjer</li> </ul>

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter

## **International markedsføring og salg II**

Indhold:

- Markedsanalyse
- Vækststrategier
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- forskellige vækststrategier
- internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- anvende statistiske færdigheder til vurderingen af markedsanalysens validitet og reliabilitet:
  - Udarbejde test for goodness of fit
  - Udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - Håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- vurdere statistisk bearbejdet markedsanalyse selvstændigt
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering

## **International markedsføring og salg III**

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- designbriefets struktur og indhold
- og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- marketing- og salgsbudgetter
- forskellige salgsstrategier
- forskellige forhandlingsteorier og modeller
- betydningen af internationale kompetencer

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- anvende forskellige forhandlingsteorier og -modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- gennemføre uddannelseselementer på engelsk

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- arbejde i internationale teams/grupper

### **Udprøvning og bedømmelse:**

- 2 prøver

<b>Økonomi</b>
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag: <ul style="list-style-type: none"><li>• Økonomi I (5 ECTS) – 1 semester</li><li>• Økonomi II (5 ECTS) – 2 semester</li><li>• Økonomi III (10 ECTS) – 3 semester</li></ul>
<b>Økonomi I</b>
Indhold: <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. break-even analyser</li><li>• Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter</li><li>• Virksomhedsanalyse</li><li>• Markedsforhold - nytte og efterspørgsel</li><li>• Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer</li></ul>
<b>Læringsmål:</b>
<i>Viden</i> Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"><li>• virksomheders markeds- og omkostningsforhold</li><li>• virksomhedens omkostningsforløb, herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet</li><li>• virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter</li><li>• virksomheders økonomiske styringsområder, herunder målsætning og opgaver</li><li>• grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning</li><li>• virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra</li><li>• virksomhedens pengestrømme</li><li>• virksomheders supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber</li><li>• prisdannelse på konsument- og producentmarkedet, herunder producent- og forbrugeroverskud</li><li>• pris- og indkomstelasticiteters betydning</li><li>• forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten</li><li>• eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb</li></ul>
<i>Færdigheder</i> Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>• vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika</li><li>• analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring</li><li>• analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningssevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktierelaterede nøgletal</li><li>• formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter</li></ul>

- analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- vurdere, hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- påpege, hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- analysere en virksomheds økonomiske udvikling i en struktureret sammenhæng med henblik på handlemuligheder
- placere en given branche under en markedsform samt vurdere konsekvenserne heraf
- inddrage pris- og indkomstelasticiteter i den samfundsmæssige økonomiske analyse

## **Økonomi II**

Indhold:

- Grundlæggende investeringsteori
- Grundlæggende finansiering og valgkriterier mellem finansieringsformer
- Handelsteori og handelspolitiske indgreb
- Beskrivende økonomi

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- kriterier for valg af finansieringsform
- klassiske og nyere handelsteorier
- udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- sammenligne forskellige finansieringsformer
- beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser



- beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markeds-vurdering
- analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- foretage en beregning af en investerings lønsomhed og redegøre for valg af finansieringsform-  
marketingstrategi

### **Økonomi III**

Indhold:

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller
- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- grundlæggende budgetkontrol
- arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- forskellige former for økonomisk politik
- forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager
- rente- og valutakursdannelsen
- det monetære samarbejde inden for EU
- forskellige økonomiske teoris opfattelse af konjunktursvingninger

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et pro-  
jekt
- redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsæt-  
ninger

- udarbejde et balancebudget
- foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- udarbejde budgetter som led i virksomhedens økonomiske styring samt gennemføre af budgetkontrol
- inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder

#### **Udprøves:**

- 2 prøver

### **Kommunikation, organisation og ledelse**

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af tre fag:

- Kommunikation, organisation og ledelse I (10 ECTS) – 1 semester
- Kommunikation, organisation og ledelse II (5 ECTS) – 2 semester
- Kommunikation, organisation og ledelse III (5 ECTS) – 3 semester

#### **Kommunikation, organisation og ledelse I**

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

#### **Læringsmål:**

*Viden*

Den studerende skal have viden om:

- begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- kommunikationsmodeller og -teorier
- forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer inden for Supply Chain Management
- interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- mødestrategier
- grundreglerne inden for problemorienteret projektarbejde

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse og motivation
- forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde
- analysere innovationstyper og modeller i praksis
- analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder:
  - arbejde kreativt med personlig kommunikation
  - udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- sætte sig ind i akademisk materiale
- anvende metoder til udvikling af personligheden

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

- præsentere materiale skriftlig og mundtligt

## **Kommunikation, organisation og ledelse II**

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse - nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- de logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- kulturteorier og -modeller samt analyse af nationale kulturer
- kulturforskelle, nationalt og internationalt, samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- begreber såsom kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhænge
- analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- arbejde sammen på tværs af kulturer

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne
- tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger

## **Kommunikation, organisation og ledelse III**

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- begreber og metoder og IT-værktøjer til planlægning og styring af projekter
- teorier om organisationsudvikling og metoder til implementering af organisatoriske udviklingsprojekter
- metoder og teorier inden for salgsorganisering og -ledelse

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende relevante IT-værktøjer til projektledelse
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- etablere kontakt til relevante samarbejdspartner i forskellige projekter
- inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter
- vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
- analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse
- etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

**Udprøves:**

- 2 prøver

**Erhvervsret**

**Omfang:** 10 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af to fag:

- Erhvervsret I (5 ECTS) – 1 semester
- Erhvervsret II (5 ECTS) – 2 semester

**Erhvervsret I**

Indhold:

- Retskilder samt domstolssystemet
- Aftaleret, herunder
  - Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler
  - Fuldmagt
  - Ugyldighed
  - Forbrugeraftaler
- Virksomhedens retlige forhold, herunder
  - Virksomhedsformer
  - Ansættelsesret, herunder ferie
  - Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud
- Kreditsikring, herunder
  - Kaution
  - Ejendomsforbehold
  - Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom

**Læringsmål:**

*Viden*

Den studerende skal have viden om:

- retskilderne
- domstolssystemet
- konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- ugyldighed og fortrydelsesret
- ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- tvangsakkord og frivillig akkord
- kaution
- pant i løsøre, herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældslovens regler om sikringsak-

ter

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - aftaleret, herunder
    - aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
    - fuldmagtsforhold
  - hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
  - individuel- og universalforfølgning, herunder
    - trangsbeneficiet
    - konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
  - kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
  - finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
    - prioritetsordenen
    - sikringsakter
    - gyldighedsvirkningen
    - ejendomsbestanddele og tilbehørspant

### **Erhvervsret II**

Indhold:

- Erstatning uden for kontrakt, herunder
  - Erstatningsbetingelserne
  - Arbejdsgiveransvar
  - Produktansvar
- Dansk og international køberet, herunder international privatret
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder:
  - Markedsføringsret
  - E-handelsret
  - Immaterialret
  - Konkurrenceret

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- det i retspraksis udviklede produktansvar
- lovvalg og værneting i internationale konflikter
- konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

### Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - erstatning, herunder:
    - erstatningsbetingelserne
    - arbejdsgiveransvar
    - produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- e-handel

### Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af
  - markedsføring
  - danske og internationale salg, herunder
    - risikoovergang
    - levering
    - misligholdelse
    - misligholdelse i danske forbruger køb
    - Incoterms 2010

### Udprøvning og bedømmelse:

- 1prøve

Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele

Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategi-formulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	X
1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	X
2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	X
3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	Valgfrit uddannelseselement	X
4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	X



2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	X
---	-----------------------------	---

## 1.4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen

<b>Statistik</b>
<b>Omfang:</b> 5 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sandsynlighedsregning</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Regressionsanalyse</li> <li>• Variansanalyse</li> </ul>
<b>Læringsmål:</b>
<i>Viden</i> Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.</li> <li>• Skalering.</li> <li>• Regressionsanalyse</li> <li>• Variansanalyse</li> </ul>
<i>Færdigheder</i> Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.</li> <li>• Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable</li> </ul>
<i>Kompetencer</i> Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling</li> <li>• At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> <li>• At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> </ul>
<b>Bedømmelse:</b>
- 1 prøve

<b>Driftsøkonomi</b>
----------------------

<b>Omfang:</b> 5 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger</li><li>• Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer</li><li>• Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat</li><li>• Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser</li><li>• Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats</li><li>• De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret -omkostningssystemer (ABC-costing)</li><li>• Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt</li><li>• Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning</li><li>• Økonomisk optimal levetid og --- udskiftningstidspunkt ifm. investeringer</li><li>• Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.</li><li>• Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.</li></ul> <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.</li><li>• Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold</li><li>• Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisleedsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed</li><li>• Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser</li><li>• Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver</li><li>• Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.</li><li>• Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver</li><li>• Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder.</li></ul> <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter</li><li>• Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og</li></ul>

økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.
<b>Bedømmelse:</b>
- 1 prøve

## 1.5. Praktik

Markedsføringsøkonomuddannelsen er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte.

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og [institutionen] sikrer rammerne om praktikforløbet.

Praktikken varer tre måneder, og gennemføres på uddannelsens fjerde semester. Den forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt.

Den studerende skal inden praktikken udarbejde og aflevere en målbeskrivelse for praktikken, som tager udgangspunkt i læringsmålene nedenfor.

<b>Praktik</b>
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Læringsmål:</b>
<i>Den studerende skal have viden om</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detaillkendskab til virksomhedens produkter og arbejdsgange inkl. viden om anvendt teori og metode.</li> <li>• Have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver</li> </ul>
<i>Den studerende skal have færdigheder i at</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet</li> <li>• Selvstændigt at kunne indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave</li> <li>• Skal kunne vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse</li> <li>• Skal kunne kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter</li> </ul>
<i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis</li> <li>• Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet</li> <li>• Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis</li> </ul>
<b>Udprøves:</b>
- Praktikeksamen

## 1.6. Krav til det afsluttende projekt

Det afsluttende projekt på markedsføringsøkonomuddannelsen skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. [Erhvervsakademiet] godkender problemstillingen.

Eksamen i det afsluttende projekt afvikles som en ekstern prøve, som sammen med prøven efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Prøven består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

<b>Det afsluttende projekt</b>
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Indgår:</b> På uddannelsens 4. semester
<b>Formål:</b> Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen, som indledningsvist i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><i>Viden</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Den studerende skal have viden om de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet</li> </ul> <p><i>Færdigheder</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Den studerende skal kunne anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig til uddannelsens centrale fagområder.</li> <li>Den studerende skal kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling</li> </ul> <p><i>Kompetencer</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Den studerende skal kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser.</li> <li>Den studerende skal kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger.</li> <li>Den studerende skal kunne opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger.</li> </ul>
<p><b>Udprøvning og bedømmelse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mundtlig eksamen baseret på det afsluttende projekt, ekstern prøve</li> </ul>

## 2. Andre regler for uddannelsen

### 2.1. Merit

Det kan være muligt at få meriteret uddannelsesdele fra andre institutioner eller lignende til en uddannelse på [erhvervsakademiet].

[Erhvervsakademiet] godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele på uddannelsen på [erhvervsakademiet]. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må kunne antages at give merit.

## DEL 3. DEN INSTITUTIONSSPECIFIKKE DEL

### 3. Optagelse på uddannelsen

#### 1.5. Adgangskrav

Adgangskravene for AP degree Marketing Management er en gymnasial uddannelse med bestået matematik/erhvervsøkonomi/virksomhedsøkonomi og engelsk på B-niveau. De specifikke adgangskrav til uddannelsen er: Gennemsnit på adgangsgivende eksamen, motivation og tidligere erfaring. Ansøgere kan blive indkaldt til personlig samtale.

#### 1.6. Optagelsesbetingelser

Opfyldelse af adgangskravene i stk. 10.1 er nødvendige, men ikke i sig selv tilstrækkelige for optagelse.

Erhvervsakademi Sjælland fastsætter og offentliggør nærmere regler for, efter hvilke kriterier ansøgere til uddannelsen optages, hvis der er flere kvalificerede ansøgere, end der er studiepladser til rådighed.

Erhvervsakademi Sjælland offentliggør kriterierne for udvælgelsen på akademiets hjemmeside.

### 4. Valgfag

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer der er beskrevet tidligere. Herudover udbyder institutionens valgfrie uddannelseselementer, som beskrevet nedenfor. Fagene kan udbydes på dansk eller engelsk.

De af bekendtgørelsen fastsatte valgfag Statistik og Driftsøkonom fremgår af studieordninges fællesdel.

#### 1.7. Valgfag på Campus Roskilde:

### 2. OG 3. SEMESTER

#### Eventmanagement, valgelement (5 ECTS)

Faget kan udbydes på dansk og engelsk

#### Indhold

Målet med undervisningen i eventpraksis er at give den studerende indsigt i

helhedsorienterede planlægningsmetoder, samt træne den studerende i brugen af konkrete dynamiske projektstyringsværktøjer med henblik på at kunne organisere et praktisk eventprojekt eller et projektarbejde forankret i oplevelsesøkonomien. Derudover skal den studerende træne og udvikle sin kommunikative kompetence med henblik på at kunne præsentere projekt-idéer, projekter, budgetter, resultater m.m. for

projektets interessenter samt kunne motivere og instruere projektdeltagere med henblik på projektets gennemførelse.

### **Målet for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- grundlæggende forhold og begreber om oplevelsesøkonomien
- projektstyringsbegreber og metoder samt ledelsesmæssige udfordringer i eventprojekter
- Ideudviklingsværktøjer, planlægningsmodeller og implementering
- Kommunikationsværktøjer til interpersonel kommunikation, motivation af projektdeltagere samt præsentationsteknik

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- vurdere og redegøre for oplevelsesdimensioner i en event
- anvende relevante projektledelsesværktøjer
- etablere kontakt til forskellige interessenter i eventprojekter
- anvende ideudviklingsværktøjer og planlægningsværktøjer
- anvende kommunikationsmodeller og -værktøjer
- formidle ideer, forslag og planer for et eventprojekt interessenter

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- at uddrage væsentlige oplevelseselementer i oplevelsesorienteret kontekst
- at planlægge, styre/lede og deltage i eventprojekter
- at sammensætte en projektorganisation og kunne kommunikere og motivere deltagerne til projektets gennemførelse
- at udvikle, beskrive, planlægge og implementere idéer i et eventprojekt
- at reflektere, evaluere og redegøre for en given events gennemførelse

### **Semestermål**

Målet er at den studerende gennemfører, afslutter og evaluerer et eventprojekt eller et projekt forankret i oplevelsesorienteret virksomhed. I forbindelse hermed udarbejdes en synopsis, der beskriver og evaluerer væsentlige forhold ved projektets gennemførelse. Synopsen danner udgangspunkt for eksamen.

Eksamen:

- 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis

### **Entrepreneurship, valgelement (5 ECTS)**

Faget kan udbydes på dansk og engelsk

#### **Indhold:**

Entrepreneurship har fokus på de helt basale aktiviteter i private virksomheders tidlige "livsforløb": Processen fra "undfangelse" af en forretningsidé, over udvikling og konceptualisering af denne, til udformning af en forretningsplan, hvori forretningsidéens kommercielle bæreevne formuleres og sandsynliggøres.

#### **Indhold**

- Idé-generering, og identifikation af forretningsmuligheder.
- Feasibility analyser.
- Udarbejdelse af en kommerciel forretningsplan.
- Industri- og konkurrentanalyse.
- Udvikling af en effektiv forretningsmodel.

#### **Mål for læringsudbyttet**

##### **Den studerende skal have viden om:**

- hovedelementerne i en forretningsplan, samt vide hvad denne kan – og ikke kan - benyttes til
- feasibility analysers betydning i forbindelse med udvikling af en forretningside.
- overvejelser og refleksioner - herunder risicivurderinger -der kan/bør gøres, førend man kaster sig ud i at starte en virksomhed/et forretningsområde op

##### **Den studerende skal have færdigheder i:**

- i praktisk tværfaglig anvendelse af metoder, begreber, ræsonnementer m.v. fra uddannelsens forskellige øvrige fagområder, ud fra et "common sense" approach i forhold til opstart af virksomhed/forretningsområde

##### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- udarbejdelse af en komprimeret forretningsplan i synopsis-form.

##### **Eksamen:**

- 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis

### **Markedskommunikation, valgelement, (5 ECTS)**

Faget kan udbydes på dansk og engelsk



## **Indhold:**

Målet med undervisningen i markedskommunikation er at give den studerende forståelse for sammenhængen mellem virksomheders idégrundlag, budskabs udformning, målgrupper samt den kommunikative kontekst. Derudover skal den studerende kunne deltage aktivt i sparringen omkring udarbejdelsen af en virksomheds markedskommunikation, både med interne og eksterne samarbejdspartnere (eks. reklamebureauer, intern marketing og reklameafdeling, kommunikationsledelsen, projektets nøglepersoner etc.). Ligeledes skal den studerende kunne give enkle forslag på skitse niveau og/eller anvende IT-baserede medier.

## **Mål for læringsudbyttet:**

### **Den studerende skal have viden om**

- begreber og modeller der kan beskrive sammenhænge mellem virksomheders idégrundlag, budskabs udformning, målgrupper og øvrige elementer i den kommunikative kontekst
- planlægning af markedskommunikation
- grundlæggende markedskommunikative genrer
- IT baserede medier
- forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed
- sproglige og visuelle retoriske strategier og virkemidler
- den semiotiske grundtanke om tegn og betydningsproduktion

### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- beskrive og vurdere en kommunikativ kontekst
- anvende begreber og modeller i en kommunikationsfaglig diskurs
- at anvende sproglige og visuelle retoriske strategier og virkemidler
- redegøre for semiotiske tegn i en kommunikativ kontekst
- opstille en kommunikationsplan

### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- deltage aktivt i tilblivelsen af en virksomheds markedskommunikative tiltag
- fremlægge forslag til konkrete kommunikative produkter på skitseniveau
- udarbejde en kommunikationsstrategi afstemt til den aktuelle målgruppe
- anvende retoriske virkemidler inden for en given genre
- vælge og anvende betydningsbærende værdier eller elementer i en kulturel kontekst
- fremstille og fremlægge en kommunikationsplan

## **Eksamen:**

- Markedskommunikation: 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis

### **E-business, valgelement (5 ECTS)**

Formålet med faget er at kvalificere den studerende til at integrere E-business i en virksomheds overordnede strategi. Desuden skal den studerende være i stand til at udbrede kendskabet til virksomhedens hjemmeside. Dette fag henvender sig til studerende som har en basis viden indenfor marketing og som ønsker at udvikle kompetencer og viden om E-business.

Faget kan udbydes på dansk og engelsk

#### **Indhold:**

- Analyse af en virksomheds muligheder og trusler forårsaget af internettet
- Analyse af en virksomheds hjemmeside og dets indhold
- Alternative forretningsmodeller
- Omstrukturering af en virksomheds distributionskanaler forårsaget af internettet
- Brug af off- og online marketing til trafik skabende aktiviteter til en hjemmeside, herunder sociale medier
- Analyse af kampagneaktivitet på en hjemmeside

#### **Mål for læringsudbyttet**

##### **Den studerende skal have viden om:**

- Grundlæggende termer og koncepter i relation til E-business
- Forståelse for teorier relateret til E-business herunder muligheder og begrænsninger for E-business
- Integration af en virksomheds E-business strategi med virksomhedens overordnede strategi
- De vigtigste internet forretningsmodeller og være i stand, med brug af disse, til at evaluere en virksomheds muligheder afledt heraf
- Relevant off- og online marketing aktiviteter til at skabe trafik til en hjemmeside
- Relevante analyseredskaber til analyse af kampagneaktiviteter på en hjemmeside

##### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

- Implementere en E-business strategi i en virksomheds marketing parametre
- Forstå samt vurdere forandringerne i en virksomheds mikro/makro miljø
- Forstå samt vurdere forandringerne i en virksomheds markeds- og distributions struktur
- Evaluere en hjemmeside, herunder en vurdering af fordele og ulemper ved brug af forskellige virkemidler til at fremme kendskabet til hjemmesiden
- Skabe trafik til en hjemmeside
- Vurdere kampagneaktiviteter på en hjemmeside

### **Den studerende opnår kompetence i:**

- Selvstændigt, at vurdere potentialet for en virksomheds marketing strategi
- Selvstændigt at vurdere en virksomhed E-business strategi og identificere områder for forbedringer

### **Eksamen:**

- 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis

## **Innovation and Creativity (5 ECTS)**

### **A brief description of the course**

The objective of the course is to provide students with a general understanding of the concept and dimensions of creativity, an in-depth knowledge of the elements of this and to provide a wide range of tools and techniques for enhancing and increasing creativity, generating ideas and accentuating the innovative dimension of business. The course aims to improve students' ability to create solutions and to use foresight in business problems and decisions.

### **Content**

1. Definition of Innovation
2. Front End Innovation
3. Profiling by testing
4. Communication
5. Creativity
6. Idea Generation
7. Idea generation – Techniques
8. Innovation approach
9. Front End Innovation – In practice (How to use the "Idea Management Process")
10. Innovation management

### **Objective of the learning outcome**

The student shall have knowledge of:

- The difference between invention and innovation

- How to define and understand the value of working with creative tools and processes
- How students themselves can contribute to the creative processes by recognizing peoples profiling
- How students themselves can contribute to the creative processes by goal oriented communication
- How to support innovate thinking in a firm

**The student shall have skills in:**

Having completed this course, students will:

- Be able to understand the purpose of innovation
- Know how to define the multiplicity of meanings given to source innovations
- Be able to understand what creativity is and how it can contribute to innovative problem solving and understand the various types of organizational systems, structure and practices hampering creativity or enhancing it.
- Be able to use various techniques to support the convergent process in the creative work-flow and to program profiles of creativity.

**The student shall have competences in:**

At the end of the course, students should be able to use tools and methods within the field of creativity in order to contribute to business projects and affiliated task in ways that enhance creativity and innovation.

Additionally, the students should be able to facilitate processes of innovation utilizing a broad knowledge of creativity, creativity-processes and innovative tools.

Having studied this module, the students will....

- Be able to enter into work towards the creative process in a company
- Have developed the ability to co-operate and the ability to create something new
- Be able to assess a company's innovative basis
- Be able to enter into a company's work with planning and implementing concept development
- Develop a focused plan for creative process in groups or team

Facilitate creative process in groups or teams and support them developing ideas in terms of business ideas for new - products, services, marketing campaigns, cultural environment, organization changes, technical changes and production changes, and how to manage this.

#### Exam

- 30 minutes oral test based on the synopsis

#### **International Ret, valgelement (5 ECTS)**

Faget kan udbydes på dansk og engelsk

International Ret har fokus på EU's Indre marked og dermed den frie bevægelighed for varer, tjenesteydelser, kapital og personer.

#### **Indhold**

- EU's institutioner, med vægt på Kommissionen, Parlamentet og Rådet.
- EU-rettens umiddelbare anvendelighed, traktater, forordninger, direktiver og afgørelser
- Generelt om den frie bevægelighed i EU, herunder diskriminationsforbud
- Varers frie bevægelighed
- Tjenesteydelsers frie bevægelighed
- Arbejdskraftens frie bevægelighed
- Unionsborgerskab og Tredjelandstatsborgere
- Immaterialretligheder set i EU perspektiv, herunder oprettelse af en Patentdomstol

#### **Mål for læringsudbyttet**

##### **Den studerende skal have viden om:**

- Hovedelementerne i EU's opbygning og institutioner, samt beslutningsprocesser
- EU's indre marked, og den frie bevægelighed for varer, tjenesteydelser, kapital og personer
- De vigtigste traktatbestemmelser for EU's indre marked og den frie bevægelighed

##### **Den studerende skal have færdigheder i:**

- I praktisk anvendelse af den frie bevægelighed indenfor EU, for varer, tjenesteydelser, kapital og personer.

##### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- Udarbejdelse og vurdering af en virksomheds muligheder inden for det indre marked i EU.

**Eksamen:**

- 30 minutters mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis

**1.8. Valgfag på Campus Nykøbing (udbydes på engelsk):**

**Communication – Customer – Conflict Resolution (5 ECTS)**

**Content:** Introduction to conflict theories; how to solve and de-escalate simple conflicts in a professional context. The lectures will be based on daily life examples and cases.

**Learning Objectives:**

**Knowledge:**

The student shall:

- Obtain knowledge of essential conflict theory and de-escalating communication through literature and personal experiences.
- Understand the essential theories behind a simple conflict.

**Skills:**

The students shall:

- Be able to apply the above mentioned knowledge on simple conflicts in order to de-escalate or prevent the conflict from arising.
- Be able to assess concrete conflicts by listing different tools to solve a conflict and choosing a suitable tool for the specific situation.
- Be able to use basic tools for de-escalation and conflict resolution in professional communication with cooperation partners and clients

**Competencies:**

The student shall be able to:

- Deal with basic conflicts and de-escalating communication in a structured professional context
- Cooperate in a professional and cross professional environment on simple conflicts and de-escalating communication.

**Exam:**

At the end of the semester the student must write a synopsis of 2-3 pages (1 page = 2400 characters incl. spaces).

The exam is oral and will include:

- 5 minutes student presentation
- 10 minutes examination inside and outside of the synopsis
- 5 minutes evaluation and grading

The exam is oral and individual. The exam is internal, with grading according to the Danish 7-point scale.

### **Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision (5 ECTS)**

**Content:** Introduction to the world of online marketing between commercials, testimonials, viral videos and advertorials

#### **Learning Objectives:**

##### **Knowledge:**

By working with DSLR and smartphones the students will gain hands-on experience and knowledge of the essential theory and method within the areas of:

- New technology for new platforms and global streaming
- Smart phones as a video production tool
- DSLR (Digital Single Lens Reflex) introduction
- Learn how to produce as a one man band
- Online storytelling, and the benefit of storyboards
- Essential film technique, framing, sound and light
- Basic editing

##### **Skills:**

The students shall:

- have skills in the basics of the above mentioned areas and be able to apply these skills in a concrete marketing context
- be able to assess concrete issues arising when dealing with Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision
- be able to list and choose between different options in this context
- be able to present these issues and possible options to cooperation partners and clients

##### **Competencies:**

The student shall be able to:

- Deal with Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision in different marketing contexts
- Cooperate in a professional and cross professional environment on issues related to Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision
- Acquire new knowledge in the area of Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision
- Work with DSLR and smartphones in Online Marketing/Online Story Telling in Sound and Vision

##### **Exam:**

During the course the student will be engaged in the production of a video using DSLR / Smartphone. The video has to be uploaded, tagged to a digital platform, Youtube, Website or Vimeo. Duration of the video 1-3 minutes.

At the end of the course an exam will be held.

The exam will include:

- 5 minutes presentation of the idea / concept and the various aspects of the production, such as typography, design and the techniques used to unfold the story,
- 10 minutes discussion and exam on the basis of the production
- 5 minutes evaluation and grading

The exam is oral and individual. However, a group of students can work together on a video. They must then individually present it at the exam. The exam is internal, with grading according to the Danish 7-point scale.

For alle valgfags vedkommende gælder at:

- I tilfælde af reeksamen skal der afleveres ny synopsis.
- Reeksamen foregår typisk 3 uger efter den ordinære eksamen og synopsis skal genafleveres i uge før reeksamen.

## 5. Regler for praktikkens gennemførelse

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen og en supervisor i virksomheden. Den studerende og vejlederen fastlægger mål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden afsluttes med en skriftlig rapport, hvor vejlederen vurderer den studerendes læringsudbytte af praktikken holdt op mod de opstillede mål. Den studerendes læringsudbytte skal godkendes, for at denne kan indstilles til eksamen i hovedprojektet

Op til 3 studerende kan være i praktik i samme funktion og samme virksomhed.

Virksomhedspraktikken er at sidestille med et fuldtidsjob med de krav til arbejdstid, indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede markedsføringsøkonom må forventes at møde i sit første job.

I øvrigt henvises til den særskilte manual for praktikopholdet.

## 6. Internationalisering



Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er opbygget, så det er muligt for en studerende at læse et semester i udlandet, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et semester på uddannelsen. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne ske i udlandet.

## **7. Krav til skriftlige opgaver, projekter og eksaminer**

### **1.9. Aflevering af opgaver og eksamen**

I visse tilfælde skal opgaver og synopsis afleveres elektronisk via institutionens intranet eller på e-mail til studieadministrationen. Denne elektroniske aflevering er nærmere beskrevet i materiale, der stilles til rådighed for de studerende i forbindelse med aflevering og eksaminer.

### **1.10. Projekter og opgaver**

#### **Bundne forudsætninger**

Alle bundne forudsætninger skal bestås før indstilling til eksamen efter det pågældende semester kan ske.

#### **1. Semester:**

- Deltagelse i de tre workshops på semesteret
- Godkendt portefolio
- Deltagelse i multiple choice test (digital test) eller anden form for udprøvning (fastsættes af det enkelte campus)

### **1.11. Eksaminer**

Alle regler om eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 714 af 27/06/2012 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

- Ekstern eksamen – disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikede censorer
- Intern eksamen i obligatoriske uddannelseselementer – disse er landsdækkende. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk.
- Intern eksamen i valgfag – disse er institutionsspecifikke. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk

Alle prøver skal aflægges i den førstkomende eksamenstermin efter undervisningens afslutning. Den studerende er automatisk tilmeldt eksamen.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen.

Alle eksamener skal bestås. Beståede eksamener kan ikke tages om.

### **Hjælpemidler til eksamen**

I forbindelse med skriftlige eksaminer, må den studerende anvende bøger og materialer udleveret i undervisningen, egne noter, supplerende materialer, intranet, internet, usb-pen el. lign. med dokumenter med mindre andet udtrykkeligt fremgår af eksamensopgaven/vejledningen.

Den studerende har ikke adgang til at medbringe eller anvende nedenstående hjælpemidler:

- Bluetooth
- Mobiltelefon
- Øvrigt datakommunikationsudstyr, der gør, at man kan kommunikere med andre

Såfremt den studerende under eksamen gør ulovlig brug af ovenstående udstyr medfører det øjeblikkelig bortvisning fra eksamen.

Det er ikke tilladt for studerende under eksamen at dele hjælpemidler eller låne til medstuderende.

Studerende må ikke på nogen måde kommunikere med hinanden efter prøvens start.

Forsøger studerende at sætte sig i forbindelse med en anden eksaminand eller anvende ikke tilladte hjælpemidler, vil den studerende øjeblikkeligt blive bortvist fra eksamen.

### **Deltagelsespligt**

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der til visse studieelementer tilknyttet en deltagelsespligt, i form af fx.

- aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og
- mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse

Før den studerende kan aflægge en eksamen, skal de aktiviteter på semestret som er omfattet af deltagelsespligt (obligatoriske aktiviteter) være godkendt.

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en eksamen, ligestilles den manglende opfyldelse med udeblivelse fra eksamen, og den studerende har brugt et eksamensforsøg. Indstilling til ny eksamen forudsætter opfyldelse af den oprindelige deltagelsespligt.

Det fremgår af beskrivelsen af de enkelte eksamener, om der er obligatoriske aktiviteter, som forudsætningskrav for eksamen.

I øvrigt henvises til bilag "Eksamensregler" hvor betingelser og regler for eksamen fremgår.

## 7.1. Generelle regler for eksamen

For prøver og eksamen på EASJ gælder reglerne i BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser og BEK 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelsen om karakterskala og anden bedømmelse. Derudover gælder den senest offentliggjorte version af EASJ's eksamensreglement, uddannelsesspecifikke eksamensregelsæt og eksamensmanualer.

## 7.2. Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer

I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på markedsføringsøkonomuddannelsen. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder formalia og anvendelse af hjælpemidler, kan findes i eksamensbeskrivelserne, og eksamensperioder offentliggøres i studiekalenderen.

Den studerende udprøves i uddannelseselementerne gennem seks prøver, nemlig virksomhedens strategiske situation og strategiformulering, valgfagsprøve 1, strategiimplementering, valgfagsprøve 2, praktikeksamnen samt eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

Den studerende udprøves i flere uddannelseselementer ved samme prøve. Hver enkelt prøve vil fremgå med en samlet karakter på eksamensbeviset. Se eventuelt også nedenstående skema for prøvernes tidsmæssige placering.

*Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver, uddannelsens bestanddele og deres tidsmæssige placering*

Semester	Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
<b>2. semester</b>	1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	En samlet karakter
	1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	En karakter
<b>3. semester</b>	2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	En karakter
	3. interne (Prøve i valgfrit ud-	Valgfrit uddannelses-	En karakter

	dannelseselement 2)	element	
4. semester	4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	En karakter
	2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	En karakter

I det følgende gives en kort beskrivelse af prøverne.

<b>1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategifor- muling)</b>	<b>55 ECTS</b>	<b>Ekstern</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> Ved udgangen af 2. semester		
<b>Eksamensform:</b> Eksamen består af 2 delprøver, hhv. en elektronisk test og en skriftlig projekteksamen (tværfaglig case eksamen)		
<b>Bedømmelse:</b> 7-trinsskala bedømmelse. Der gives én samlet karakter på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den tværfaglige caseeksamen 2/3 og den digitale eksamen 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvist og påføres eksamensbeviset.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> Alle obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt. Deltagelsespligt/mødepligt som forudsætning for eksamen. Disse er beskrevet i den aktuelle studiekalender.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Reeksamen		

<b>1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)</b>	<b>5 ECTS</b>	<b>Intern</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> Udgangen af 2. semester		
<b>Eksamensform:</b> Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
<b>Bedømmelse:</b> 7-trinsskala bedømmelse.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> Alle obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt. Deltagelsespligt/mødepligt som forudsætning for eksamen. Disse er beskrevet i den aktuelle studiekalender.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Reeksamen		

<b>2. interne (Strategiimplementering)</b>	<b>25 ECTS</b>	<b>Intern</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> Ved udgangen af 3. semester		
<b>Eksamensform:</b> Mundtlig eksamen på baggrund af en 48-timers hjemmeopgave		
<b>Bedømmelse:</b> 7-trinsskala bedømmelse. Der gives én samlet karakter, og karakteren påføres eksamensbeviset. Den skriftlige og mundtlige del tildeles lige stor vægt og præstationen vurderes samlet ud fra en helhedsbedømmelse.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> Alle obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt. Deltagelsespligt/mødepligt som forudsætning for eksamen. Disse er beskrevet i den aktuelle studiekalender.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Reeksamen		

<b>3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)</b>	<b>5 ECTS</b>	<b>Intern</b>
<b>Tidsmæssig placering:</b> Udgangen af 3. semester		
<b>Eksamensform:</b> Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
<b>Bedømmelse:</b> 7-trinsskala bedømmelse.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> Alle obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt. Deltagelsespligt/mødepligt som forudsætning for eksamen. Disse er beskrevet i den aktuelle studiekalender.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Reeksamen		

4. interne (Praktikeksamen)	15 ECTS	Intern
<b>Tidsmæssig placering:</b> Efter praktikkens afslutning		
<b>Eksamensform:</b> Skriftligt arbejde med skriftlig og mundtlig evaluering		
<b>Beskrivelse af eksamensform:</b> Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en skriftlig intern prøve.		
<b>Bedømmelse:</b> Eksamen vurderes efter 7-trinsskalaen på baggrund af praktikrapporten.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> For at den studerende kan deltage i eksamen, skal den studerende have gennemført Cphbusiness' elektroniske evaluering af praktikforløbet.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Forbedring af praktikrapport		

2. eksterne (Eksamen i det afsluttende eksamensprojekt)	15 ECTS	Ekstern
<b>Tidsmæssig placering:</b> Afslutter uddannelsen		
<b>Eksamensform:</b> Mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt arbejde		
<b>Beskrivelse af eksamensform:</b> Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab. Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:		
<p>v. 1. studerende: 100.000 anslag  v. 2 studerende: 150.000 anslag  v. 3 studerende: 200.000 anslag</p>		
Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.		
Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemformulering evt. med udgangspunkt i den samme virksomhed for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.		
Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.		
Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet.		
<b>Bedømmelse:</b> Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3. Der oplyses ikke delkarakterer.		
<b>Adgangsgrundlag:</b> For at deltage i eksamen i det afsluttende eksamensprojekt, skal alle uddannelsens prøver og eksaminer være bestået, inklusiv praktik.		
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemstilling.		

### 7.2.1. Studiestartprøven

8. Erhvervsakademi Sjælland gennemfører for Markedsføringsøkonom-uddannelsen en studiestartsprøve. Denne prøve gennemføres inden for de to først måneder af uddannelsens start (1. semester). Prøven har til formål at sikre, at de studerende har påbegyndt uddannelsen og at de er generelt studieegnede.

9. Af eksamensbekendtgørelsen (BEK nr 1519 af 16/12/2013) fremgår følgende om prøven:

10. **§ 9** Ved erhvervsakademi- og professionsbacheloruddannelser kan uddannelsesinstitutionen for den enkelte uddannelse bestemme, at studerende ved den enkelte uddannelse skal deltage i og bestå en studiestartprøve for at kunne fortsætte på uddannelsen. Studiestartprøven har til formål at klarlægge, om den studerende reelt er begyndt på uddannelsen.

11. Stk. 2. Studiestartprøven skal afholdes senest to måneder efter uddannelsens start, og resultatet skal være meddelt den studerende senest to uger efter prøvens afholdelse. Er prøven ikke bestået, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, der afholdes senest tre måneder efter uddannelsens start. Den studerende har to forsøg til at bestå studiestartprøven.

12. Stk. 3. Studiestartprøven har intern bedømmelse, jf. § 33, stk. 2, og bedømmes med "Bestået" eller "Ikke bestået" henholdsvis "Godkendt" eller "Ikke godkendt", jf. bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse.

13. Stk. 4. Studiestartprøven er ikke omfattet af reglerne i Kapitel 10 Klager over prøver.

Studiestartsprøven
<b>Tidsmæssig placering:</b> Studiestartsprøven afholdes senest to måneder efter uddannelsens start
<b>Form:</b> Fraværsregistrering (første forsøg). Opnår den studerende ikke at få godkendelse i første forsøg, tilrettelægges en alternativ prøve. Læs mere om studiestartsprøven i det aktuelle eksamenskatalog.
<b>Beskrivelse af eksamensform:</b> Den studerende skal have deltaget i 80 % af undervisningen inden for de første seks uger efter studiestart (første forsøg). En studerende, der ikke opfylder dette deltagelseskrav skal aflevere en skriftlig hjemmeopgave (andet forsøg).
<b>Bedømmelse:</b> Bestået/ikke bestået eller godkendt/ikke godkendt. Resultatet skal være meddelt den studerende senest to uger efter prøvens afholdelse. Den studerende har to forsøg til at bestå studiestartsprøven.
<b>Adgangsgrundlag:</b> Intet
<b>Konsekvenser af manglende beståelse:</b> Er prøven ikke bestået, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, der afholdes senest tre måneder efter uddannelsens start. Bestås omprøven ikke, kan den studerende ikke fortsætte på uddannelsen og udmeldes, jf. eksamensbekendtgørelsens § 9.
<b>Særligt for studiestartsprøven:</b> Studiestartsprøven er ikke omfattet af reglerne om klager over prøver, jf. eksamensbekendtgørelsen § 9, stk. 4. Erhvervsakademi Sjælland kan for den enkelte studerende dispensere fra de tidspunkter, der er fastsat for at bestå studiestartsprøven, hvis det er begrundet i sygdom, barsel eller usædvanlige forhold. Disse forhold skal være dokumenterede.

## **14. Anvendte undervisnings og arbejdsformer**

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer, gæstelærere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

I undervisningen inddrages endvidere erfaringer fra praksis og viden fra centrale tendenser i professionen og metoder til at udvikle professionsfaget samt udføre kvalitets- og udviklingsarbejde.

## **15. Regler om merit**

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt fag i nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som "bestået".

## **16. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.**

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelseselementer der helt eller delvist vil foregå på engelsk.

## **17. Optagelseskriterier**

Følgende kvotestørrelser gælder for uddannelsen:

- Kvote 1: 65 %
- Kvote 2: 35 %

Kvotesystemet bringes kun i anvendelse hvis antallet af kvalificerede ansøgere overstiger antallet af pladser på uddannelsen.

### **1.12. Kvote 1 kriterier**

I tilfælde af, at antallet af ansøgere i kvote 1 overstiger institutionens kapacitet prioriteres ansøgerne således:

- Kvotienten ved den adgangsgivende eksamen

### **1.13. Kvote 2 kriterier**

I tilfælde af, at antallet af ansøgere i kvote 2 overstiger institutionens kapacitet prioriteres ansøgerne således:

- Karaktergennemsnit fra adgangsgivende eksaminer
- Relevant erhvervs erfaring
- Gennemførte relevante uddannelser i øvrigt

Ansøgere, hvis ansøgning ikke er modtaget rettidigt, vil blive optaget i det omfang, der er plads og i den rækkefølge ansøgningerne modtages.

## **18. Studiedeltagelse**

Den studerende har pligt til at deltage i de elementer, i studieordningen, der er anført som obligatoriske. I nogle fag kan der desuden være krav om deltagelse i aktiviteter, udarbejdelse af oplæg mv. i forbindelse med indstilling til eksamen.

En forudsætning for at gå på studiet er studiedeltagelse. Dette defineres som:

- Tilstedeværelse i undervisningen (lektioner, forelæsninger, projektarbejde mv.). Tilstedeværelsesandelen skal være 80 %
- Aktiv deltagelse i projekt- og gruppearbejde
- Deltagelse og fremlæggelse/præsentationer af projekter og gruppearbejder

På specielle toninger af uddannelsen (som Iværksætterlinien) gælder også ovennævnte, men herudover kan der være supplerende krav til deltagelse.

Manglende studiedeltagelse kan medføre udmeldelse af studiet.

## **19. Udmeldelse**

Institutionen kan udmelde studerende jf. gældende lovregler (BEK nr 223 af 11/03/2014). Se nedenstående uddrag:



*Kapitel 10*

*Udskrivning*

**§ 36.** *Uddannelsesinstitutionen bringer indskrivningen til ophør, når den studerende*

- 1) har gennemført uddannelsen,*
- 2) ikke kan afslutte uddannelsen som følge af, at den pågældende ikke har bestået en af institutionen indført studiestartsprøve,*
- 3) ikke kan afslutte uddannelsen som følge af, at den pågældende har opbrugt sine eksamensforsøg,*
- 4) ikke kan afslutte uddannelsen som følge af reglerne for den pågældende uddannelse eller regler fastsat i medfør af § 38, stk. 1, eller*
- 5) melder sig ud af uddannelsen.*

## **20. Ikrafttrædelsesbestemmelser**

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet ved Erhvervsakademi Sjælland efterår 2014



**ErhvervsAkademi**  
Sjælland

**EKSAMENSREGLEMENT**

**Erhvervsakademi Sjælland - Campus Roskilde (EASJ CR)**

Dette er et overordnet eksamensreglement for studerende på EASJ CR

Uddannelsesspecifikke eksamensreglementer er indskrevet i studieordningerne

## 2. Indhold

Eksamensregler for EASJ CR .....	52
Regelgrundlag .....	52
Eksamensansvarlig .....	52
Gyldighedsområde.....	52
Eksamensreglement for EASJ CR .....	52
Før eksamen.....	52
Tilmelding.....	52
Framelding .....	53
Eksamensplaner .....	53
Vær i god tid .....	53
Sygdom/udeblivelse .....	54
Sproget ved prøven.....	54
Hjælpemidler ved prøven .....	54
Husk billed-id .....	54
Særlige vilkår.....	54
Skriftlige opgaver og lignende .....	54
Under eksamen.....	55
Eksamen er offentlig.....	55
Sygdom .....	55
Id.....	55
Snyd og forstyrrelser .....	55
Lyd- og billedoptagelser.....	55
Brug af pc ved skriftlig eksamen.....	55
Regler for elektronisk aflevering i Fronter efter en skriftlig eksamen.....	55
Aflevering i Fronter .....	56
Særlige regler ved skriftlige prøver .....	56
Efter eksamen .....	57
Bedømmelse/eksamensresultat .....	57
Omprøve .....	57
Klager .....	57
Anke af klageafgørelse .....	57

### 3. Eksamensregler for EASJ

Dette eksamensreglement indeholder de overordnede retningslinjer i forbindelse med afvikling af eksamen for professionsbachelor-, Erhvervsakademi- og akademiuddannelserne på EASJ.

Formålet med eksamensreglerne og -reglementet er at sikre, at den studerende er velinformeret om lovgivning og regler om prøver og eksamen.

Formålet med prøver og eksamen er at bedømme, om og i hvilken grad den studerendes kvalifikationer er i overensstemmelse med de mål og krav, som er fastsat for uddannelsen og dens elementer.

For regler om prøvers og eksameners placering, prøveformer mv. henvises der i øvrigt til bestemmelser om eksamen i de enkelte uddannelsers studieordninger.

#### 1.14. Regelgrundlag

Eksamensafholdelse i regi af EASJ skal gennemføres i fuld overensstemmelse med følgende regelgrundlag:

- Bekendtgørelse nr. 1519 af 16/12/2013 "Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser.
- Bekendtgørelse nr. 262 af 20/03/2007 "Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse".

#### 1.15. Eksamensansvarlig

Den respektive studieleder er eksamensansvarlig, men kan for enkelte prøver og eksamener udpege en eller flere eksamensansvarlige, der forvalter alle spørgsmål i forbindelse med eksamen.

#### 1.16. Gyldighedsområde

Nærværende eksamensregler og -reglement gælder for samtlige prøver og eksamener på professionsbacheloruddannelser (PBA), erhvervsakademiuddannelser (AK) og akademiuddannelser (AU) i regi af EASJ.

### 4. Eksamensreglement for EASJ

#### 1.17. Før eksamen

##### Tilmelding

Når du starter på et uddannelsessestsemester, er du automatisk tilmeldt de prøver og eksamener, der er planlagt på det pågældende semester - også de tilhørende sygeeksamener/omprøver.

Har du ikke bestået sygeeksamen/omprøve eller ikke mødt til de eksamener/prøver inkl. sygeeksamen/omprøve du er tilmeldt, er du automatisk tilmeldt først kommende ordinære eksamen af den respektive eksamen.

Det er dit eget ansvar at holde styr på datoerne for eksamener.

Forudsætningen for, at du kan gå til eksamen, er, at du opfylder kravene til beståelse af tidligere prøver, afleveringer, deltagelse i undervisning mv. Se nærmere i studieordningen.

## **Framelding**

Det er ikke muligt at framelde sig prøver/eksamener inkl. sygeeksamen/omprøver.

## **Eksamensplaner**

For hver eksamen udarbejder EASJ en eksamensplan. I planen kan du se praktiske oplysninger om:

- Tidspunkter, herunder hvornår der er planlagt sygeeksamen/reeksamen.
- Lokaler.
- Typen af eksamen.
- Hvem er eksaminator og censor.
- Hvem er den eksamensansvarlige for den pågældende eksamen.
- Kontaktoplysninger til studiesekretariatet (bruges f.eks. ved sygemelding).
- Hvad der skal afleveres.
- Hvor og til hvem der skal afleveres.
- Evt. særlige vilkår - f.eks. vedrørende brug af it.
- Hvornår eksamensresultatet foreligger og hvor det offentliggøres.

Eksamensplanen opslås på opslagstavle og på Fronter ca. 14 dage inden eksamen eller aflevering. Det er dit eget ansvar at holde dig orienteret om eksamensplanen.

## **Vær i god tid**

Mød op til eksamen i god tid før det fastsatte tidspunkt – senest 15 min før. Ved skriftlige eksamen skal du være på din plads og klar 10 min. før eksamens starttidspunkt.

Kommer du for sent til eksamen kan du udelukkes fra eksamen, og eksamen vil blive regnet som et forsøg (se nedenfor under omprøver). Hvis der er en rimelig grund til forsinkelsen, kan den eksamensansvarlige (ved skriftlige prøver) dog afgøre, om du kan lukkes ind alligevel. Du har i den forbindelse ikke ret til ekstra tid til eksamen. Afleverer du en rapport/et produkt for sent, udelukkes du fra eksamen, og eksamen vil blive regnet som et forsøg. Ved skriftlige eksamener, hvor der er tale om identiske opgavesæt for alle studerende på markedsføringsøkonom i hele landet, vil studerende ikke kunne lukkes ind, hvis de kommer for sent til eksamen. Med mindre der er en god grund til forsinkelsen, vil det tælle for et forsøg at komme for sent og blive udelukket.

På samme måde kan eksaminator ved mundtlige prøver afgøre, om du kan eksamineres senere i det samme eksamensforløb (samme dag).

Skriftlige arbejder eller andre produkter, der bruges som eksaminationsgrundlag, men som ikke indgår i bedømmelsen, skal afleveres efter de samme regler som ovenfor.

### **Sygdom/udeblivelse**

Bliver du syg inden eksamen, skal du straks give besked til studiesekretariatet. Du skal aflevere/fremsende en lægeerklæring (som du selv skal betale) senest 8 dage efter eksamensdatoen til studiesekretariatet, hvis du vil have mulighed for at komme til sygeeksamen. Ellers tæller det som et brugt forsøg. Tidspunkt for sygeeksamen kan ses i eksamensplanen.

Udeblivelse fra eksamen uden sygemelding tæller som et brugt forsøg og giver ikke ret til sygeeksamen/omprøve, men du skal så vente til næste ordinære eksamen.

### **Sproget ved prøven**

Sproget ved prøven – også i skriftlige afleveringer - er dansk eller det sprog, undervisningen er foregået på. Du kan søge EASJ om at bruge et andet sprog. Du skal ansøge hos din studievejleder senest 2 måneder inden eksamen, og du har krav på svar 1 måned inden eksamen.

### **Hjælpemidler ved prøven**

I studieordningen og eventuelt i eksamensplanen kan du se, hvilke hjælpemidler du må bruge til den enkelte eksamen.

Vær særligt opmærksom på it-baserede hjælpemidler – de helt praktiske regler vil fremgå af studieordningen.

### **Husk billed-id**

Ved alle prøver skal du kunne legitimere dig med billed-id (studiekort, kørekort, pas). Eksamensvagter og censor kender dig jo ikke!

### **Særlige vilkår**

Hvis du har fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse eller tilsvarende vanskeligheder eller hvis du har et andet modersmål end dansk, kan du søge EASJ om særlige prøvevilkår.

EASJ kan give dig særlige vilkår, hvis det er nødvendigt for at sidestille dig med andre eksaminander. Du skal ansøge hos din studievejleder senest 2 måneder inden eksamen, og du har krav på svar 1 måned inden eksamen.

### **Skriftlige opgaver og lignende**

I kan være flere om at lave en opgave, med mindre der står noget andet for den enkelte prøve i studieordningen. Husk, at hvis bedømmelsen af opgaven står alene og ikke følges op af en mundtlig eksamen, skal det være muligt at se, hvem der har lavet hvad i opgaven, så I kan bedømmes enkeltvis.

Du skal underskrive skriftlige opgaver på forsiden. Med din underskrift bekræfter du, at du selv har udført arbejdet uden uretmæssig hjælp. Skulle det alligevel vise sig, at du har modtaget uretmæssig hjælp eller udgivet andres arbejde for dit eget, kan EASJ bortvise dig fra prøven.

I grove tilfælde kan du blive bortvist fra EASJ i en periode. I sådanne tilfælde vil du få en skriftlig advarsel om, at gentagelse kan medføre varig bortvisning. Bliver du bortvist fra en prøve, tæller det som et brugt prøveforsøg.

## 1.18. Under eksamen

### Eksamen er offentlig

En mundtlig/praktisk eksamen er offentlig – dvs. andre kan overvære din eksamen, og du kan invitere gæster. Hvis det er en individuel eksamen, hvor der eksamineres på basis af et gruppefremstillet produkt, må de andre medlemmer af gruppen ikke være til stede i lokalet, før de selv skal eksamineres.

EASJ kan begrænse adgangen til eksamen, f.eks. af hensyn til dig som eksaminand eller ved opgaver, hvor der er en aftale om fortrolighed med en virksomhed. Eksaminator kan begrænse adgangen til eksamenslokalet af pladshensyn og udelukke enkeltpersoner fra at overvære eksamen, hvis det er nødvendigt for at opretholde ro og orden.

### Sygdom

Bliver du syg under en prøve, skal du straks give besked til eksaminator eller eksamenstilsyn. Hvis prøven afbrydes, vil det ikke tælle som et brugt forsøg. Du skal aflevere/fremsende en lægeerklæring (som du selv skal betale) senest 8 dage efter eksamensdatoen til studiesekretariatet, hvis du vil have mulighed for at komme til sygeeksamen. Ellers tæller det som et brugt forsøg. Tidspunkt for sygeeksamen kan ses af eksamensplanen.

### Id

Ved skriftlige prøver: Læg dit billede-id frem på bordet ved starten af eksamen. Når prøven er sat i gang, vil eksamenstilsynet kontrollere det. Ved andre prøver skal du kun vise id på opfordring.

### Snyd og forstyrrelser

Hvis du skaffer dig uretmæssig hjælp eller bruger andre hjælpemidler end de tilladte, vil du blive bortvist fra prøven. Hvis du forstyrrer prøven, kan du også blive bortvist fra prøven. I begge tilfælde vil prøven tælle som et brugt forsøg.

### Lyd- og billedoptagelser

Der må ikke foretages lyd- og billedoptagelser under eksamen, med mindre det er en del af prøveforløbet. I så fald foretages optagelserne af EASJ.

### Brug af pc ved skriftlig eksamen

**EASJ stiller ikke pc'er til rådighed ved eksamen.** Det betyder, at du selv skal medbringe pc, en forlængerledning, som tilsluttes den strømkapacitet, som er indlagt i eksamenslokalet, samt en USB-nøgle.

### Regler for elektronisk aflevering i Fronter efter en skriftlig eksamen

- Du skal medbringe en tom USB-nøgle til den skriftlige eksamen.

- Inden den skriftlige eksamen er afsluttet logger du ind på Fronter under den afleveringsmappe, som er oprettet til den pågældende eksamen. Stien til afleveringsmappen oplyses ved eksamens start. Her lægger du din eksamensbesvarelse på den måde, der er beskrevet nedenfor. Du skal have uploadet din besvarelse på Fronter *inden* eksamenstidens udløb.
- Samtidig tager du din besvarelse og lægger den på USB-nøglen, som du har medbragt. USB-nøglen lægges i kuverten med dit navn på og afleveres til eksamensvagten inden, du forlader lokalet. USB-nøglen er en ekstra back-up og kontrol på din aflevering i Fronter. Husk, at det, du lægger på Fronter og på USB-nøglen, skal være identisk. Anvendes Fronter ikke, er afleveres alene på USB-nøgle.
- Alt tekstmateriale skal afleveres som PDF-filer.
- Har du tekniske problemer i forhold til aflevering, kan du, inden tidsfristen for aflevering er overskredet, kontakte eksamensvagten.
- Er opgave ikke afleveret i det tidsrum, afleveringsmappen er åben, anser vi opgaven for **ikke afleveret**.

### Aflevering i Fronter

- Klik på afleveringsmappen i det givne rum i Fronter.
- Hvis der er tale om en enkeltmandsaflevering, trykker du på knappen "Upload fil" og vælger filen.
- Hvis der er tale om en gruppeaflevering, skal du først afkrydse dig selv og dine gruppekammeraters navne og derefter trykke på knappen "Foretag aflevering på vegne af" og vælge filen.

### Særlige regler ved skriftlige prøver

- Du må ikke komme ind i prøvelokalet, før de tilsynsførende er til stede.
- EASJ kan bestemme, hvor du skal sidde (bordkort).
- Papir udleveres af EASJ. Du må ikke bruge eget papir.
- Der er ikke særlige krav til, om du skriver med kuglepen eller blyant.
- Hvis du har brug for at forlade prøvelokalet, skal det ske under opsyn.
- I den sidste halve time inden prøvens afslutning må du ikke forlade lokalet, heller ikke selv om du har afleveret.
- Ingen opgavesæt eller besvarelser (heller ikke kladdepapir) må fjernes fra prøvelokalet før prøven er afsluttet.
- Du må ikke forlade din plads, før din besvarelse er afleveret.
- Hvis der afleveres på papir:
  - skal samtlige stykker papir, der afleveres til bedømmelse, udfyldes foroven med: navn, dato og holdnummer
  - du afgør selv, hvilket materiale der skal afleveres til bedømmelse. Det skal tydeligt fremgå, hvad du ønsker bedømt
  - din besvarelse skal afleveres i det udleverede omslag.



## 1.19. Efter eksamen

### Bedømmelse/eksamensresultat

Du kan se på eksamensplanen, hvornår karaktererne skal være givet. Karaktererne for skriftlige prøver slås op på Fronter eller sendes direkte til den enkelte studerende på en mail.

Der gives ikke telefonisk oplysning om eksamensresultater.

### Omprøve

Hvis du ikke har bestået eksamen, skal du til omprøve. Datoen står på eksamensplanen. Der afholdes kun én omprøve. Består du heller ikke omprøven, må du vente til næste ordinære eksamenstermin.

Hvis eksamen kombinerer praktisk arbejde og flere prøveformer, kan du se i studieordningen, hvilke dele der skal tages om i omprøven.

Du har i alt 3 forsøg til hver eksamen. Kun i ganske særlige tilfælde kan EASJ - efter ansøgning fra dig - give dig dispensation for flere forsøg.

### Klager

Hvis du er utilfreds med eksamen, kan du klage i forlængelse af disse retningslinjer:

- Vi skal have din klage senest 2 uger efter, karakteren er offentliggjort. EASJ kan ved usædvanlige forhold dispensere fra fristen.
- Klagen skal være skriftlig og begrundet.
- Klagen skal være individuel – du kan kun klage over din egen eksamen. Hvis I evt. er flere, der vil klage over det samme forhold, skal I lave hver jeres klage.
- Klagen skal sendes til studiesekretariatet og stiles til studielederen for den pågældende uddannelse.
- Du kan få udleveret en kopi af den stillede opgave og af din eventuelle skriftlige besvarelse til brug for klagesagen.

Klagen kan vedrøre:

1. Eksamensgrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende, samt dets forhold til uddannelsens mål og krav.
2. Prøveforløbet.
3. Bedømmelsen.

Klagesagen vil herefter blive behandlet efter reglerne "Klager over prøver" (§ 40 - § 45) i eksamensbekendtgørelsen – se denne for nærmere detaljer eller kontakt studielederen.

### Anke af klageafgørelse

Hvis du er utilfreds med afgørelsen af en klage, kan du anke i forlængelse af disse retningslinjer:

- Vi skal have din anke senest 2 uger efter, at du er gjort bekendt med afgørelsen af din klage. EASJ kan ved usædvanlige forhold dispensere fra fristen.
- Anken skal være skriftlig og begrundet.

- Anken skal sendes til studieseekretariatet og stiles til studielederen for den pågældende uddannelse.

Anken vil herefter blive behandlet efter reglerne om "Anke af afgørelse" (§ 46 - § 50) i eksamensbekendtgørelsen – se denne for nærmere detaljer eller kontakt studielederen.