

Erhvervsakademi Sjælland

Studieordning

Markedsføringsøkonom

Forår 2016 - Forår 2017

Erhvervsakademiuddannelse indenfor international handel og markedsføring
(markedsføringsøkonom AK) Academy Profession Degree Programme in
Marketing Management



Ulla Skaarup
Rektor

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER.....	2
1.1 Studieordningens ikrafttrædelse.....	2
1.2 Overgangsordninger.....	2
1.3 Studieordningens lovmæssige rammer.....	3
1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom.....	4
2. UDDANNELSENS INDHOLD.....	6
2.1 Uddannelsens opbygning.....	6
2.2 Kerneområder.....	8
2.3 Obligatoriske uddannelseselementer.....	13
2.4 Praktik.....	20
2.5 Krav til det afsluttende projekt.....	21
3. MERIT OG REGLER FOR UDDANNELSEN.....	22
3.1 Merit og studieskift.....	22
3.1.1 Forhåndsmerit.....	22
3.1.2 Dispensationsregler.....	22
4. OVERSIGT OVER EKSAMINER.....	23
5. VALGFRI UDDANNELSESELEMENTER.....	24
Fælles valgfag.....	24
6. INSTITUTIONSDEL (EASJ).....	27
1. Optagelse på uddannelsen.....	27
Adgangskrav.....	27
Optagelsesbetingelser.....	27
2. Valgfag.....	27
3. Regler for praktikkens gennemførelse.....	27
4. Internationalisering.....	28
5. Krav til skriftlige opgaver, projekter og eksaminer.....	28
Aflevering af opgaver og eksamen.....	28
Projekter og opgaver.....	28
Eksaminer.....	28
Generelle regler for eksamen.....	29
Beskrivelse af udprøvning af uddannelseselementer.....	30
Studiestartprøven.....	30
Anvendte undervisnings og arbejdsformer.....	32
Regler om merit.....	32
Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.....	32
Optagelseskriterier.....	32
Studiedeltagelse.....	33
Udmeldelse.....	33
Ikrafttrædelsesbestemmelser.....	34
6. EKSAMENSREGLER.....	35
Regelgrundlag.....	35
Eksamensansvarlig.....	35
Gyldighedsområde.....	35
Før eksamen.....	35
Under eksamen.....	37
Efter eksamen.....	39
7. EKSAMINER.....	41

1. STUDIEORDNINGENS RAMMER

1.1 Studieordningens ikrafttrædelse

Studieordningen gælder for studerende med studiestart 01.02.2016

1.2 Overgangsordninger

Overgangsordning fra gammel studieordning til andet semester på ny studieordning:

Da der er væsentlige ændringer i indhold og opbygning, anbefales det at studerende som har gennemført 1. semester eller 2. semester på tidligere studieordning og som er blevet forsinket, følger studieforløbet som det er beskrevet for denne studieordning.

Studerende som har gennemført 1. semester på tidligere studieordning:

Det anbefales, at studerende overflyttes til den ny studieordning.

Alternativt studieforløb: Ønsker studerende optaget på en af de tidligere studieordninger at gennemføre uddannelsen efter denne, er der følgende særligt tilrettelagte studieforløb omfattende nedenstående fag.

	Studieforløb for studerende på 2. semester på gammel studieordning	Studieforløb for studerende på 3. semester på gammel studieordning
Modul på gammel studieordning	International markedsføring	International markedsføring
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Analysemetoder, -dataindsamling og data behandling	Parametermix og servicemarketing
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Segmentering, positionering og målgruppevalg	Marketingplanen, B2B og B2C
Modul på gammel studieordning	Organisation og SCM	Økonomi
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Kulturteorier og metoder	Budgettering og parameteroptimering

Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	-	Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
Modul på gammel studieordning	Salg og markeds kommunikation	
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Salg og forhandlingsteknik	Salg og markeds kommunikation
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	-	Markeds kommunikation
Modul på gammel studieordning	Erhvervsret	-
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Juridisk metode	-
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Regler for indsamling og behandling af persondata	-
		NB! Følgende fag på tredje semester skal den studerende ikke følge:
		Investering og finansiering
		Handelsteori og handelspolitiske indgreb
		Internationalisering

Genindskrivning

Studerende, der genindskrives på markedsføringsøkonomuddannelsen, indskrives som udgangspunkt på den nyeste studieordning.

1.3 Studieordningens lovmæssige rammer

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

LBK nr. 935 af 25/08/2014: Bekendtgørelse af lov om Erhvervsakademier for videregående uddannelser

LBK nr. 1147 af 23/10/2014: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).

BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).

BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser

BEK nr. 248 af 13/03/2015: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

BEK nr. 114 af 03/02/2015: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse

BEK nr. 829 af 04/07/2015: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK)

Bekendtgørelser og love kan findes på www.retsinfo.dk

1.4 Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom

Formålet med erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at kunne varetage arbejde med at analysere, planlægge og gennemføre løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Den uddannede har viden om

- 1) virksomhedens strategiske og økonomiske grundlag,
- 2) grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) salgets gennemførelse,
- 4) erhvervsjuridiske forhold, herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold og
- 5) metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) foretage en international markedsvurdering,
- 2) vurdere problemstillinger og gennemføre problemorienterede projekter inden for markeds-mæssige emner,
- 3) formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på engelsk,
- 4) på et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsføringsmæssige problemstillinger,
- 5) vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel og
- 7) vurdere organisatoriske og supply chain managementmæssige problemstillinger samt anvende projekt og innovationsværktøjer

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 nye færdigheder og ny viden inden for erhvervet,

5) analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder og

6) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på engelsk skriftligt og mundtligt.

2. UDDANNELSENS INDHOLD

Studieordningens fællesdel indeholder jvf. § 17 regler om følgende:

1. Kerneområder i henhold til uddannelsens bekendtgørelse, herunder:
 - a. Indhold
 - b. ECTS-omfang
 - c. Læringsmål
2. Obligatoriske uddannelseselementer inden for uddannelsens kerneområder, herunder:
 - a. Indhold
 - b. ECTS-omfang
 - c. Læringsmål
 - d. Antal prøver
3. Praktik, herunder
 - a. ECTS-omfang
 - b. Læringsmål
 - c. Antal prøver
4. Krav til det afsluttende eksamensprojekt henholdsvis bachelorprojektet.
5. Regler om merit, jvf., § 18, herunder angivelse af eventuelle meritaftaler, for så vidt angår uddannelseselementer, der er omfattet af studieordningens fællesdel.

2.1 Uddannelsens opbygning

Markedsføringsøkonomuddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af faglige kerneområder, som udmøntes i tværfaglige uddannelseselementer, herunder praktikophold.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 70 ECTS, 20 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

Uddannelsens opbygning		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	International markedsføring (25 ECTS)	20 ECTS	5 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Salg og markedskommunikation (10 ECTS)	10 ECTS	
	Organisation og Supply Chain Management (10 ECTS)	10 ECTS	
	Erhvervsret (5 ECTS)	5 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer		20 ECTS	
Praktik		15 ECTS	
Afsluttende eksamensprojekt		15 ECTS	
I alt ECTS	(70 ECTS)	60 ECTS	60 ECTS

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

Antal prøver på uddannelsen, og deres placering:

Der er syv prøver på uddannelsen.

Prøvens navn	Uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis	Bedømmes	Semester
1. interne	Forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse 30 ECTS	X	7-skalaen	1
1. eksterne	Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B 30 ECTS	X	7-skalaen	2
2. interne	Internationalisering 10 ECTS	X	7-skalaen	3
3. Interne	Valgfrit element 1, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
4. Interne	Valgfrit element 2, 10 ECTS	X	7-skalaen	3
5. Interne	Praktik, 15 ECTS	X	Bestået/ikke bestået	4
2. eksterne	Afsluttende projekt, 15 ECTS	X	7-skalaen	4

2.2 Kerneområder

Uddannelsen dækker fem kerneområder som udgør 70 ECTS

Kernområde 1: International markedsføring
Omfang: 25 ECTS
Indhold: <p>Kerneområdet "International markedsføring" afvikles over 3 semestre og sætter den studerende i stand til at forstå en virksomheds interne og eksterne situation samt i stand til at handle operationelt på det strategiske grundlag på henholdsvis B2B og B2C markeder.</p> <p>Gennem anvendelse af eksisterende data og teori samt egne kvalitative og kvantitative analyser får den studerende færdigheder til at foretage segmentering, målgruppevalg og positionering på både det danske marked og eksportmarkeder.</p> <p>Med udgangspunkt i ovenstående samt forståelse af godt købmandsskab og færdigheder i anvendelsen af markedsføringsmæssige handleparametre kan den studerende udarbejde og implementere markedsføringsplaner på det operationelle niveau.</p>
Læringsmål: Viden og forståelse <p>Den studerende har viden om:</p> <ul style="list-style-type: none">• Forskellige typer forretningsmodeller på B2C og B2B og både analoge og digitale modeller• Teorier og modeller for dataindsamling og –behandling, statistiske beregninger• Anvendte teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske situation med fokus på både interne og eksterne forhold• Teorier og modeller om købsadfærd på B2C og B2B• Handleparametre i forskellige forretningsmodeller• Virksomhedens strategiske muligheder for vækst med speciel fokus på vækst gennem internationalisering
Færdigheder <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vurdere praksisnære markedsføringsmæssige problemstillinger under hensyn til virksomhedens strategiske platform, kompetencer og ressourcer• Anvende kvalitative og kvantitative markedsanalysemetoder i konkret, markedsføringsmæssig sammenhæng - både på B2B og B2C. Herunder anvendelse af relevante statistiske analyser samt opstille og formidle resultater på professionel vis• Anvende modeller og teorier til segmentering, målgruppevalg og positionering.• Anvende modeller og teorier til opstilling af forslag til mix af handleparametre ud fra kendskab til virksomhed og marked• Anvende modeller og teorier til at identificere vækstpotentiale nationalt og internationalt
Kompetencer <p>Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none">• Udvide godt købmandsskab i en udviklingsorienteret kontekst for en virksomhed• Deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnære og markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked• Håndtere markedsføringsplanlægningen for virksomheden herunder de økonomiske implikationer af denne

Kerneområde 2: Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

Kerneområdet Økonomi afvikles over 3 semestre og sætter den studerende i stand til ved inddragelse af økonomiske analyser at bidrage til forståelsen af virksomhedens situation internt og eksternt.

Gennem anvendelse af økonomiske analyseværktøjer får den studerende kompetence til at understøtte den strategiske analyse, investering i virksomheden, prisfastsættelse samt budgettering.

Med udgangspunkt i ovenstående, forståelsen af virksomhedens økonomiske grundlag, kan den studerende udarbejde de økonomiske konsekvenser af markedsføringsplanen på det operationelle niveau.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Virksomhedens regnskabsforhold, årsrapporten, budgetter og de finansielle rapporteringsformer
- Grundlaget for virksomhedens overskud, indtægter og omkostninger
- Virksomhedens markedsforhold herunder mikro- og makroøkonomiske forhold der påvirker virksomhedens beslutninger
- Forskellige markedsformer og handelsteorier
- Viden om virksomhedens kapitalbehov
- Prisen som handlingsparameter

Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- Vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm
- Vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer & foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Vurdere og opstille forudsætninger for en investering og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Vurdere, beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Vurdere aktivitetsbudgetter, likviditetsbudgetter og balancebudgetter
- Vurdere og bestemme optimal pris- og mængdefastsættelse ved forskellige markedsformer
- Vurdere og håndtere effekten af forskellige markedsindgreb.
- Anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i strukturering virksomhedens indtjeningskvalitet på kerneaktiviteter, herunder forstå omkostninger, aktiver og passiver.
- Håndtere et regnskab, herunder forstå særlige posters betydning for udviklingen.
- Deltage i udarbejdelse af aktivitetsbudgetter, herunder salgsbudgetter og markedsføringsbudgetter samt strukturere og håndtere en budgetkontrol og analysere mulighed for ændring ved ændret resultatmål.
- Deltage i vurdering af effekten af makroøkonomiske politikker.

Kerneområde 3: Salg og Markedskommunikation

Omfang: 10 ECTS

Indhold:

Kerneområdet Salg og Markedskommunikation afvikles over 2 semestre og sætter den studerende i stand til at kommunikere og forhandle med virksomhedens interessenter på henholdsvis B2C og B2B markedet. Der er fokus på professionalisme i både det fysiske kundemøde samt digital og analog massekommunikation.

Med udgangspunkt i virksomhedens forretningsmodel samt strategiske overvejelser vil den studerende kunne foretage velargumenteret valg af kommunikationskanal og – metode, hvorefter den studerende vil have kompetencer på det operationelle niveau således et salg eller en kampagne gennemføres professionelt.

Med udgangspunkt i kulturforståelse vil den studerende have kompetencer i at gennemføre sin kundekontakt på internationale markeder.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Markedskommunikationsteori og –modeller
- Salgets faser og salgsprocesser
- Salgsteknik og salgspysykologi
- Kommunikationsstrategi og kampagneplanlægning
- Det analoge og digitale medielandskab
- Forskellige forhandlingsstrategier
- Kulturteori- og analyse

Færdigheder

Den studerende kan:

- Opstille og formidle en kommunikationsstrategi og salgsplan med udgangspunkt i en virksomheds markedsføringsstrategi
- Anvende salgs- og forhandlingsteknikker i gennemførelsen af et personligt salg
- Anvende salgsprocessens forskellige faser
- Vurdere analoge og digitale medievalg, deres synergi samt medievalgets fordele og ulemper
- Anvende operationelle værktøjer inden for udvalgte områder af analog og digital markedsføring, herunder sociale medier
- Udforme mediestrategi og planlægning
- Vurdere kulturens indflydelse på markedskommunikation

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere udarbejdelse af en kommunikationsstrategi og salgsplan med udgangspunkt i en virksomheds markedsføringsstrategi
- Deltage i udarbejdelse af og operationalisere en kampagneplan med strategisk afsæt inkl. analoge og digitale medier
- På struktureret vis deltage i gennemføre salg og markedskommunikation på internationale markeder under hensyntagen til kulturelle barrierer og forskelligheder
- Holde sig opdateret med løbende udvikling på specielt det digitale område, herunder identificere behov for egen kompetenceudvikling

Kerneområde 4: Erhvervsret
Omfang: 5 ECTS
Indhold: Kerneområdet erhvervsret afvikles over to semestre. Målet er at den studerende har viden om de overordnede juridiske rammer for godt købmandsskab. Ligeledes opnå færdigheder til selvstændigt at udvælge relevant juridisk retsgrundlag og forholde sig kritisk til anvendeligheden. Samt kompetencen til at vurdere, hvornår virksomheden har behov for at inddrage juridisk specialistviden.
<p>Læringsmål: Viden og forståelse Den studerende har viden om og forståelse for:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki • Konkurrenceretlige emner • Reglerne for markedsføring, herunder e-handel • Reglerne for indsamling og behandling af persondata i relation til kunderne • Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fortolkning og ugyldighed • Reglerne for handelskøb • Forbrugeraftalelovens regler om forbrugerkøb, herunder regler for fortrydelsesret • Virksomhedsformer • Produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar <p>Færdigheder Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til: <ul style="list-style-type: none"> ○ Markedsføringsret ○ Aftaleret ○ Køberet, herunder <ul style="list-style-type: none"> ▪ Risikoovergang ▪ Levering ▪ Misligholdelse i Handelskøb samt forbrugerkøb ○ E-handel ○ Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer <p>Kompetencer Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Håndtere en vurdering om hvorvidt markedsføringsplanen overholder relevant lovgivning og afgøre, hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister.

Kerneområde 5: Organisation og Supply Chain Management
Omfang: 10 ECTS
Indhold: Kerneområdet "Organisation og Supply Chain Management" afvikles over 2 semestre. Kerneområdet har fokus på at den studerende får en grundlæggende forståelse for en virksomheds organisering, ressourcer og kompetencer. Området har også til formål, at den studerende bliver kompetent til at indgå professionelt i samarbejdsrelationer både internt med foresatte, medarbejdere og kollegaer samt eksternt med kunder, leverandører og andre interessenter. Kerneområdet sætter den studerende i stand til gennem personligt lederskab og

projektledelsesværktøjer at lede og koordinere projekter.

Den studerende opnår gennem kerneområdet forståelse for organisationen som grundlag for forretningens værdiskabelse, herunder virksomhedens innovationsevne og –metoder.

Med udgangspunkt i forståelse af en virksomheds forretningsmodel er der fokus på at arbejde innovativt med optimering af forsyningskæder og distributionskanaler.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Organisationers kultur og struktur – teorier og begreber
- Personligt lederskab og professionel identitet
- Supply chain management/forsyningskæden og distributionskanaler herunder omnichannel på B2B og B2C
- Teorier og metoder til implementering af innovative projekter i en organisation

Færdigheder

Den studerende kan:

- Analysere, hvorledes virksomhedens organisering og kultur kan danne grundlag for virksomhedens kernekompetencer
- Anvende væsentlige værktøjer i projektprocessen
- Udarbejde en professionel skriftlig rapport samt formidle væsentlige konklusioner med fokus på modtageren
- Identificere:
 - væsentlige ressourcer og kompetencer i virksomheden og dens forsyningskæde
 - det personlige lederskabs rolle i udviklingen af eget ståsted og professionel identitet
- Anvende innovationsprocesser og –værktøjer i praksis
- Anvende væsentlige værktøjer i projektprocessen
- Skriftlig formidle en professionel rapport samt præsentere væsentlige konklusioner med fokus på modtageren

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i ledelses og koordinering af projekter gennem anvendelse af projektstyringsværktøjer og kendskab til de menneskelige mekanismer i en projektgruppe
- Deltage i virksomhedens innovationsprocesser, så ideer udvikles i praksis
- Deltage i virksomhedens valg af distributionskanaler på B2B og B2C markeder
- Deltage i samarbejder om udvikling i sortiments- og relations-styring samt planlægningsprincipper
- Deltage i planlægningen af virksomhedens vareflow
- Skal i en struktureret sammenhæng kunne udarbejde kulturanalyser og sammenligne kulturelle forskelle

2.3 Obligatoriske uddannelseselementer

Herunder beskrives indhold, ECTS-omfang, læringsmål og udprøvnings for hvert af de 6 obligatoriske uddannelseselementer, som indgår på studiet.

Tabel: Fordeling af ECTS på obligatoriske uddannelseselementer

Obligatoriske uddannelseselementer							
Kerne-områder	1. semester			2. semester		3. semester	Antal ECTS
	Forretningsforståelse	Metode	Markedsforståelse	Taktisk operationel markedsføring B2C	Taktisk operationel markedsføring B2B	Internationalisering	
Int. Markedsføring	1	6	5	5	3	5	25
Økonomi	1	2	2	6	4	5	20
Salg og Markedskom.			5	5			10
Erhvervsret			2	3			5
Organisation og Supply Chain Management	3	2	1	1	3		10
ECTS i alt	5	10	15	20	10	10	
Udprøvnings	1 prøve			1 prøve		1 prøve	70

Obligatorisk uddannelseselement: Forretningsforståelse
Omfang: 5 ECTS – 1. semester
Indhold: Uddannelseselementet sikrer, at den studerende får en forståelse for godt købmandsskab og kan analysere en virksomheds forretningsmodel og på den baggrund udvikle innovative alternativer
Læringsmål: Viden og forståelse Den studerende skal have viden om og forståelse for: <ul style="list-style-type: none"> • Forskellige typer af forretningsmodeller og -koncepter – offline og online. • Teorier og modeller om virksomhedens værdiskabelse • Virksomhedens regnskabsforhold, herunder årsrapporten og de finansielle rapporteringsformer, samt supplerende rapporteringer • Virksomhedens indtægtsgrundlag og omkostninger, herunder faste omkostninger og variable omkostninger • Begreber og teorier inden for organisationsstruktur og organisationskultur • Begreber og teorier om forsyningskædens opbygning • Teori om innovation, kilder til innovation og den innovative organisation • Hvordan virksomhedens kompetencer oprinder og udvikles gennem forskellige aktiviteter, funktioner, processer, relationer m.m.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At analysere virksomhedens strategiske platform
- At vurdere virksomhedens kompetencer og ressourcer med fokus på disses effektivitet i værdiskabelsen
- At vurdere virksomhedens interne strategiske situation og evne til at levere merværdi
- Grundlæggende at kunne vurdere de finansielle rapporteringer i årsrapporten
- At vurdere virksomhedens struktur og organisation som virksomhedens kompetencegrundlag
- At kunne identificere væsentlige ressourcer i virksomhedens forsyningskæde og vurdere hvorledes relationer i forsyningskæden indgår i virksomhedens kompetencegrundlag
- Deltage i innovationsprocesser og anvende innovationsværktøjer både i produktinnovation og i organisationsinnovation

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i virksomhedens innovationsprocesser i samspil med andre
- Håndtere strukturering og analyse af væsentlige økonomiske poster i årsrapporten.

Obligatorisk uddannelseselement: Metode

Omfang: 10 ECTS 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende metodisk kan anvende relevante analyseredskaber og på denne baggrund udarbejde og formidle beslutningsgrundlag inden for salg, markedsføring og økonomi.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige markedsanalysemetoder – herunder desk- og field research.
- Økonomiske analyseværktøjer til vurdering af virksomhedens interne økonomiske situation
- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger inden for teamsamarbejde
- Metoder til projektledelse og –styring

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer, både desk- og field research
- At anvende både kvalitative og kvantitative metoder samt kombinationer af disse til at styrke kvaliteten af markedsanalysen (metodetriangulering)
- At kunne vurdere markedsanalysens kvalitet ud fra forskellige kvalitetskriterier inden for kvantitative og kvalitative analyser
- At anvende kvalitative analysemetoder og kunne identificere og præsentere de væsentligste konklusioner
- At kunne identificere og præsentere resultatet af kvantitativ dataanalyse ved brug af statistiske værktøjer (deskriptiv statistik)
- At kunne fastlægge statistiske sammenhænge mellem variable i forbindelse med spørgeskemaundersøgelser (krydstabulering)

- At vurdere og analysere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktie-relaterede nøgletal
- At kunne sammenligne virksomheders eller branchers økonomiske situation med basis i ekstern information herunder årsrapporten
- Vurdere forskellige omkostningstyper og deres påvirkning af virksomhedens regnskab, herunder analyse af dækningsbidrag og break-even
- Anvende relevante værktøjer og modeller til projektledelse – herunder IT værktøjer
- At den studerende kan udarbejde rapporter med problemformulering, begrundet metode, samt analyser, der overholder formalia og er tilpasset modtageren. Herunder anvendelse af digitale værktøjer.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i virksomhedens data-indsamling og –analyse
- At i en struktureret sammenhæng kunne forholde sig reflekteret til sine egne og andre andres perspektiv med for at skabe resultater i samarbejde med andre
- At håndtere planlægning, implementering og evaluering et projektførløb
- At deltage i udarbejdelse en professionel rapport ud fra givne rammer (formalia)

Obligatorisk uddannelseselement: Markedsforståelse

Omfang: 15 ECTS 1. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan udarbejde, gennemføre og anvende analyser til opnåelse af overordnet markedsforståelse.

På det operationelle niveau får den studerende kompetence til at gennemføre salg til virksomhedens kunder.

I dette uddannelseselement indgår jura som en vigtig komponent i at forstå de reguleringer virksomheden vil møde på markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Relevante teorier og modeller vedrørende virksomhedens eksterne situation
- Virksomhedens markedsforhold herunder mikro- og makroøkonomiske forhold der påvirker virksomhedens beslutninger.
- Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- Viden om befolkningsudvikling, arbejdsmarkedet og indkomst
- Juridisk metode og informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki.
- Regler for indsamling og behandling af persondata
- Konkurrenceretlige emner
- Salgscyklussens forskellige faser, udfordringer og muligheder
- Personligt salg – afdækning af kundens behov
- Salgpsykologi – forskellige kundetyper
- Forskellige salgs- og forhandlingsteorier og –strategier
- CRM – systemer til styring af kunderelationer
- Kulturteorier og -modeller
- Kulturelle værdier og kulturel adfærd, herunder kulturelle barrierer
- Trendanalyse

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens strategiske situation:
- At vurdere virksomhedens produkt-/markedsportefølje i forhold til kunder og konkurrenter.
- At identificere virksomhedens kunder og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd – både btb og btc.
- At vurdere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletals betydning for virksomhedens markedssituation
- At vurdere befolkningsudvikling, arbejdsmarkedet og indkomsten i forhold til markedssituationen, at vurdere kulturens betydning i en forretningsmæssige og kommunikativ sammenhæng
- At vurdere effekten af forskellige markedsindgreb, herunder handelspolitiske indgreb på virksomhedens aktiviteter
- At anvende juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- At anvende regler for indsamling og behandling af persondata
- At anvende segmentering af markedet, vælge målgrupper og positionere virksomheden og dennes produkter eller services
- At vurdere strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg, fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- At anvende forhandlingsteorier og –modeller til at gennemføre en konkret salgsforhandling
- At vurdere virksomhedens placering i forsyningskæden og anvende dette i salg- og kommunikationssammenhænge

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage i planlægningen af udvælgelsen af relevante markeder for virksomheden ud fra konkurrencemæssige forhold
- At håndtere udviklingsorienterede situationer i organisationens verbale og non-verbale kommunikation til andre kulturer
- At håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med virksomhedens salgsplanlægning, -organisering, implementering og opfølgning
- At deltage i forhandlinger med faglig og personlig gennemslagskraft
- At i en struktureret sammenhænge kunne tilegne sig ny viden om lovgivning i forhold til markedet
- At håndtere den samfundsmæssige effekt af forskellige markedsindgreb i forhold til virksomhedens aktiviteter

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2C

Omfang: 20 ECTS - 2. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i udarbejdelsen og gennemførelsen af en markedsføringskampagne på B2C markedet

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Virksomhedens parametermix, både service- og produktionsvirksomheder
- Servicemarketing

- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Virksomhedens markedskommunikation og marketingmål i nationalt og internationalt perspektiv
- Marketingmixets betydning for markedskommunikationen
- Forskellige medieplatforme/genre – offline og online
- Effektmålinger
- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhedens økonomi og grundlæggende budgetkontrol
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelastiteter i forbindelse med prissætning af et produkt
- Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- Reglerne for markedsføring, herunder e-handel
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder ugyldighed, fuldmagt og fortolkning
- Køberet
- Virksomhedsformer
- Produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar
- Virkemidler i omnichannel herunder space management, sortimentsstyring, distribution og partnerhåndtering

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At vurdere virksomhedens parametermix i forhold til virksomhedens målgruppe/r – online og offline
- At opstille forslag til tilpasning af virksomhedens parametermix og vurdere dettes profitabilitet
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsatser
- At opstille markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dettes påvirkning på resultatbudgettet
- At vurdere resultatbudget og likviditetsbudget for en virksomhed
- At vurdere markedsføringsplanens likviditetspåvirkning
- At opstille en break-even beregning på markedsføringsplanen
- At vurdere og redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger, samt grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At vurdere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- At anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- At vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
 - Markedsføringsret
 - Aftaleret
 - Køberet, herunder
 - Risikoovergang
 - Levering
 - Misligholdelse i Forbruger køb
 - E-Handel
- At opstille markeds- og kommunikationsmål i forhold til den valgte målgruppe
- At opstille et brand positioning statement
- At opstille analyser og vurdering af medieplaner og kreative oplæg
- At anvende opdaterede teknikker og redskaber til at designe virksomhedens interne og eksterne kommunikation
- At vurdere betydningen af relevante værdier i en markeds mæssig kontekst

- At anvende teoretiske og praktiske redskaber til planlægning og implementering af markedskommunikationsopgaver
- At vurdere og anvende optimering af organisationens anvendelse af promotion ressourcer
- At vurdere og anvende retoriske strategier baseret på brand positioning, målgruppe og anvendt medie
- At analysere og vurdere virksomhedens muligheder inden for omnichannel herunder space management, sortimentsstyring, distribution

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- At deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- At deltage i virksomhedens prisfastsættelse af et produkt
- At deltage i udarbejdelsen af virksomhedens kampagneplanlægninger online og offline
- At deltage i virksomhedens arbejde med forskellige samarbejdspartner, såsom reklame- og mediebyråer
- Deltage i vurdering af hvorvidt markedsføringsplanen overholder relevant lovgivning og i afgørelse af hvornår det er nødvendigt at inddrage juridiske specialister
- At håndtere virksomhedens sortiment og distributionsformer.

Obligatorisk uddannelseselement: Taktisk og operationel markedsføring B2B

Omfang: 10 ECTS – 2. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i udarbejdelsen og gennemførelsen af en markedsføringskampagne på B2B markedet.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Virksomhedens parametermix på B2B markedet
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse – online og offline
- Marketing- og salgsbudgetter
- Salgsstrategier B2B – online og offline
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhedens økonomi
- Grundlæggende budgetkontrol
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelastiteter i forbindelse med prissætning for et produkt
- Viden om relationstyper og SCM samarbejde

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling i en B2B kontekst
- At anvende grundlæggende budgetkontrol
- At foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- At anvende prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
- At analysere og vurdere virksomhedens relationstyper samt SCM samarbejde ud fra styrker og svagheder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At håndtere B2Bmarkedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden – herunder: gennemføre organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag, samt formidling til samarbejdspartnere og brugere.
- At deltage i styring markedsføringsplanens økonomiske konsekvenser
- At håndtere optimering af virksomhedens forsyningskæderelationer

Obligatorisk uddannelseselement: Internationalisering

Omfang: 10 ECTS – 3. semester

Indhold:

Uddannelseselementet sikrer at den studerende kan deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens vækst og internationalisering.

Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- Forskellige vækststrategier
- Internationaliseringsteorier, markedsudvælgelse, samt etableringsformer
- International parameterstrategi
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende det obligatoriske uddannelseselements emner
- Sammenhæng mellem vækst og investering
- Investeringsteori og metoder
- Finansieringsmuligheder herunder egenkapital såvel som fremmedkapital
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer
- Inflationsårsager og konsekvenser af disse
- Valutakursdannelse
- Konjunkturteori

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- At anvende international parameterstrategi
- At vurdere og opstille forudsætninger for en investering og foretage

- beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- At opstille af relevante flerperiode pengestrømme ud fra bl.a. estimerede budget af planlagte markedsføringstiltag.
- At vurdere og sammenligne påtænkte tiltag på baggrund af beregning af kapitalværdi, internt afkast samt følsomhed. Beregning og vurdering af effektiv rente.
- At opstille beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på eksportmarkedsvurdering
- At analysere og vurdere virkningerne af handelspolitiske indgreb på eksportmarkeder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At deltage udarbejdelse af virksomhedens internationale vækst- og markedsføringsstrategier under hensyntagen til økonomiske konsekvenser af makroøkonomiske tiltag og på virksomhedens økonomi

2.4 Praktik

Praktik
<p>Indhold</p> <p>Praktikken skal sikre praksisnærhed og udvikling af erhvervsrettede faglige og personlige kompetencer mod det selvstændigt udøvende. Den studerende skal kunne løse praktiske problemstillinger på et metodisk grundlag med inddragelse af relevante teorier og modeller og herigennem bidrage til gennemførelsen af værdiskabende aktiviteter i virksomheden.</p>
<p>Omfang: 15 ECTS - 4. semester</p>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have dybdegående viden om erhvervet/professionen • have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver inden for det erhvervsøkonomiske felt <p>Færdigheder</p> <p>Den studerende skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet • Anvende indsamlet viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt • Anvende uddannelsens metoder og teorier i deltagelse i løsningen af virksomhedens opgaver • Formidle og kommunikere professionelt med kollegaer, kunder og andre interessenter <p>Kompetencer</p> <p>Den studerende kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I en struktureret sammenhæng reflektere over og forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori og metoder i praksis

- Håndtere sin egen faglige og personlige rolle i forhold til de konkrete opgaver og deltage i et fagligt og tværfagligt samarbejde
- I en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet.

Udprøvning:
1 prøve

2.5 Krav til det afsluttende projekt

Det afsluttende eksamensprojekt skal dokumentere, at uddannelsens afgangsniveau er opnået. Læringsmålende for projektet udgøres således af uddannelsens "Bilag 1" til uddannelsesbekendtgørelsen.

Det afsluttende eksamensprojekt
<p>Indhold: 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 anført indledningsvist i denne studieordning. Projektet udarbejdes i samarbejde med en konkret virksomheden og tager udgangspunkt i aktuelle problemstillinger for denne virksomhed.</p>
<p>Omfang: 15 ECTS – 4. semester</p>
<p>Læringsmål: Viden Den studerende har viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metoder til identifikation og løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for professionen på et erhvervsøkonomisk grundlag <p>Færdigheder Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificere udviklingsbehov og -potentiale for en virksomhed • Vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger og begrunde de valgte metoder til løsning af problemstillingen • Anvende metoder og redskaber til systematisk indsamling og analyse af både primær og sekundær data • Anvende værdiskabende aktiviteter og opstille forslag på baggrund af den valgte problemstilling • Opstille og formidle beslutningsoplæg herunder økonomiske konsekvensberegninger og implementeringsplaner • Anvende og formidle nye perspektiver med udgangspunkt i en konkret problemstilling <p>Kompetencer Den studerende kan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deltage i fagligt og tværfaglig, helhedsorienteret og praksisnært samarbejde • Formidle og begrunde praksisnære problemstillinger og løsningsforslag til relevante interessenter • Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring • Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
<p>Udprøvning: 1 prøve</p>

3. MERIT OG REGLER FOR UDDANNELSEN

3.1 Merit og studieskift

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit. Uddannelsesinstitutionen godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

3.1.1 Forhåndsmerit

Den studerende kan ansøge om forhåndsmerit. Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet har den studerende pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

3.1.2 Dispensationsregler

Uddannelsesinstitutionen kan fravige vad institutionen eller institutionerne selv har fastsat i studieordningen, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. Institutionerne, som udbyder markedsføringsøkonomuddannelsen, samarbejder om en ensartet dispensationspraksis.

4. OVERSIGT OVER EKSAMINER

Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre.

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
	Intern/ekstern	Fælles/institutions-specifik				
Eksamen i forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse (1. interne eksamen)	Intern	Fælles	Juni Eller Januar Skriftlig/ mundtlig			
Eksamen i Taktisk og operationel markedsføring B-C Taktisk og operationel markedsføring B-B 1. eksterne eksamen	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Alt. Decem ber/Januar Skriftlig og digital		
Eksamen i Internationalisering 2. interne eksamen	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skriftlig	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement 1 3. interne eksamen	Intern	Instituti- onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement 3 (4. interne eksamen)	Intern	Instituti- onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen i praktikforløb (5. interne eksamen)	Intern	Fælles				Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Juni alt. Januar Skriftlig og mundtlig

5. VALGFRI UDDANNELSESELEMENTER

Eksamen i valgfrit element dækker 10 ECTS. Derfor vil to valgfrie uddannelseselementer på 5 ECTS blive vejet sammen til en karakter. Der opgives således to karakterer for valgfrit elementer på eksamensbeviset.

Fælles valgfag

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

Driftsøkonomi
Omfang: 5 ECTS
<p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger • Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat • Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.
<p>Læringsmål:</p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt • De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret omkostningssystemer (Activity Based Costing) • Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser (LP) • Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning • Økonomisk optimal levetid og udskiftningstidspunkt i forbindelse med investeringer • Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont. • Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag. <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser • Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning. • Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes. • Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP) • Kunne gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med investeringsovervejelser • Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver • Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat. • Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver • Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder. <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selvstændigt at kunne udvikle mindre analyser i Excel regnearksmodeller • Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter • Selvstændigt at kunne udarbejde lønsomhed ved anvendelse af et forretningsområde budget/-regnskab baseret på et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity

Based Costing).

- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

Jura
Omfang: 5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none">• Udvidet juridiske metode• Udvidet aftale og mellemmandsret• Udvidet national køberet• International køberet• Udvidet erstatningsret• Kreditaftaler og fordringer• Skatteret
Læringsmål: <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none">• Andre mellemænd end fuldmægtige• Grundlæggende skatteret <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• Regler for international proces og privatret• Regler for internationale løsøre køb• Kreditaftaler og ejendomsforehold• Almindelige regler for fordringer• Overdragelse af fordringer• Erstatningsret herunder andre ansvarsgrundlag end culpereglen <p><i>Kompetencer</i></p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none">• National aftale og købsret• Formulering af skriftlige svar på juridiske opgaver ved brug af almindelig juridisk metode

6. INSTITUTIONSDEL (EASJ)

1. Optagelse på uddannelsen

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.

Optagelsesbetingelser

Opfyldelse af adgangskravene 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.

2. Valgfag

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer der er beskrevet tidligere. Herudover udbyder EASJ valgfrie uddannelseselementer.

Da disse valgfag, som udbydes på 3. semester, først starter senere efter nærværende studiestart er det ikke muligt med så lang en tidshorizont at fastlægge valgfagene.

Før valgfagenes start (på 3. semester) vil der fra EASJ's blive offentliggjort en uddybende beskrivelse af fagene, deres læringsmål og indhold samt eksamensform.

De af bekendtgørelsen fastsatte valgfag Statistik, Jura og Driftsøkonom fremgår af studieordningens fællesdel.

3. 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 læringsudbytte evalueres. Vejlederen vurderer den studerendes læringsudbytte af praktikken holdt op mod de opstillede mål. Den studerendes læringsudbytte skal godkendes og vurderes i en praktikrapport, som den studerende udarbejder, og efterfølgende forsvares til en mundtlig eksamen. Beståelse af eksamen er forudsætning for at den studerende 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.

4. 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.

5. Krav til skriftlige opgaver, projekter og eksaminer

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.

Projekter og opgaver

Bundne forudsætninger

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

1. Semester:

I løbet af 1. semester skal der udarbejdes 3 projekter, som omhandler hver sit tema.

- Første projekt skal dokumentere den studerendes forretningsforståelse.
- Ander projekt skal dokumentere den studerendes evne, til at anvende den korrekte metodiske tilgang
- Tredje projekt skal dokumentere den studerendes evne til at forstå det marked, hvorpå en given virksomhed opererer

Der er tale om obligatorisk deltagelse på de 3 projekter.

Eksaminer

Alle regler om eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 1519 af 16/12/2013 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

- Ekstern eksamen – disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikkede 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.

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.

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, praktikeksamen 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. (se også punkt 4, side 24)

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

Semester	Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
1. semester	1. interne (Virksomhedens forretningsområde og marked)	International Markedsføring, Økonomi, Erhvervsret Markedskommunikation og Organisation	En samlet karakter
2. semester	1. eksterne (Taktisk og operationel markedsføring BtC og BtB)	International Markedsføring, Økonomi, Erhvervsret Markedskommunikation og Organisation	En samlet karakter
3. semester	2. interne Internationalisering	International Markedsføring, Økonomi, Erhvervsret Markedskommunikation og Organisation	En karakter
	3. & 4. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2 ialt)	Valgfrit uddannelseselement	En karakter
4. semester	5. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	Bestået/ikke-bestået
	2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	En karakter

Studiestartprøven

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.

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

§ 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.

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.

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.

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

Studiestartsprøven
Tidsmæssig placering: Studiestartsprøven afholdes senest to måneder efter uddannelsens start
Form: Fraværsregistrering (første forsøg). Opnår den studerende ikke at få godkendelse i første forsøg, tilrettelægges en alternativ prøve..
Beskrivelse af eksamensform: 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).
Bedømmelse: 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.
Adgangsgrundlang: Intet
Konsekvenser af manglende beståelse: 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.
Særligt for studiestartsprøven: 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.

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.

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".

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.

Optagelseskriterier

Følgende kvotestørrelser gælder for uddannelsen:

Kvote 1: 50 %

Kvote 2: 50 %

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

Kvote 1 kriterier

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

- Kvotienten ved den adgangsgivende eksamen

Kvote 2 kriterier

I tilfælde af, at antallet af ansøgere i kvote 2 overstiger institutionens kapacitet prioriteres ansøgerne således (prioriteret rækkefølge af kriterier):

- Karaktergennemsnit fra adgangsgivende eksaminer
- Relevant erhvervserfaring
- 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.

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 gælder også ovennævnte, men herudover kan der være supplerende krav til deltagelse.

Manglende studiedeltagelse kan medføre udmeldelse af studiet.

Udmeldelse

Institutionen kan udmelde studerende jf. gældende lovregler (BEK nr 248 af 13/03/2015). Se nedenstående uddrag:

Kapitel 10 - Udskrivning

- § 37.** *Uddannelsesinstitutionen bringer indskrivningen til ophør, når den studerende*
- 1) har gennemført uddannelsen,*
 - 2) ikke kan afslutte uddannelsen som følge af, at den pågældende har opbrugt sine eksamensforsøg, jf. eksamensbekendtgørelsen,*
 - 3) ikke kan fortsætte på uddannelsen som følge af, at den pågældende ikke har bestået en af institutionen indført studiestartsprøve, jf. eksamensbekendtgørelsen,*
 - 4) ikke kan fortsætte på uddannelsen, fordi den pågældende ikke har opfyldt reglerne om deltagelse i eller beståelse af førsteårsprøven på uddannelsen, jf. eksamensbekendtgørelsen,*
 - 5) ikke kan afslutte uddannelsen som følge af reglerne for den pågældende uddannelse eller*
 - 6) melder sig ud af uddannelsen.*

Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet ved Erhvervsakademi Sjælland forår 2016

6. EKSAMENSREGLER

Erhvervsakademi Sjælland - Campus Roskilde (EASJ CR)

Dette er et overordnet eksamensreglement for studerende på EASJ CR

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.

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. 114 AF 03/02/2015 "Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse".

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.

Gyldighedsområde

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

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 sygdommelding).
- 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 billede-id

Ved alle prøver skal du kunne legitimere dig med billede-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 prøvforsøg.

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.

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" 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 studiesekretariatet og stiles til studielederen for den pågældende uddannelse.

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

7. EKSAMINER

Eksamensbeskrivelser

1. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. interne – beslutningsoplæg (delprøve 1)

Prøveform	<p>1. interne afholdes ved udgangen af 1. semester. Prøven består af:</p> <ul style="list-style-type: none">• Et tværfagligt "beslutningsoplæg" og mundtlig eksamen ud fra beslutningsoplæg og spørgsmål til pensum <p>Det tværfaglige beslutningsoplæg udarbejdes i en gruppe af 3-4 personer i en periode på 48 timer. Beslutningsoplægget udarbejdes på baggrund af stillede spørgsmål og en udvalgt virksomhed samt marked.</p> <p>Beslutningsoplægget er en forudsætning for at gå til en individuel mundtlig eksamination. Ved den mundtlige eksamination eksamineres der i beslutningsoplæg samt pensum</p> <p>Beslutningsoplægget og den mundtlige eksamen afprøver bredt læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester.</p>
Skriftligt Beslutningsoplæg	<p>Grundlaget for de 48 timers gruppearbejde er en kort opgavebeskrivelse som omfatter:</p> <ul style="list-style-type: none">• Navnet på den virksomhed og det marked som skal analyseres• Nogle indledende links til information om virksomheden og/eller det relevante marked• En konkret problemformulering som skal besvares veldokumenteret og fyldestgørende <p>Beslutningsoplægget afleveres som udgangspunkt for mundtlig eksamen.</p> <p>Det udarbejdede beslutningsoplæg skal være udarbejdet på metodisk grundlag, Det forventes at flere 1. semester kerneområder berøres.</p>

	<p>Det afleverede beslutningsoplæg skal have et omfang på max. 3 sider inkl. evt. bilag, men ekskl. forside og kildeliste. Omfanget af bilag skal begrænses. En standard side er 2100 anslag inkl. bilag.</p>
Mundtlig eksamination	<p>På eksamensdagen: Mundtlig eksamination gennemføres ved en kendt underviser og en intern censor. Eksamen har en varighed af 25 minutter inkl. votering.</p> <p>Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 minutter: Præsentation af gruppens beslutningsoplæg, gerne med egne refleksioner • Varighed: 15-20 minutter:
Margen og linjeafstand	<p>Margen: anbefalet 2,5 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,5</p>
Oplysninger i sidehoved	<ul style="list-style-type: none"> • Eksamensbetegnelse: <i>1. interne, salg af beslutningsoplæg</i> • Studerendes navne • Holdnavn • Sidetal og samlet antal sider (bilag skal tælles med i det samlede sideantal)
Aflevering af beslutningsoplæg	<p>Elektronisk aflevering: Besvarelsen skal uploades til Fronter</p>
Bedømmelse	<p>Karakteren gives som en vurdering af præsentation af beslutningsoplæg og eksaminationen generelt</p> <p>Karakteren vil blive givet umiddelbart efter endt eksamination</p>
Re-eksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende reeksamen.</p> <p>Re-eksamen sker på samme beslutningsoplæg, som første eksamen.</p>

2. semesters prøver i obligatoriske uddannelseselementer

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

1. eksterne delprøve 1 - case eksamen

<p>Facts om årsprøven jf. studieordningen</p>	<p>1. eksterne afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af:</p> <ul style="list-style-type: none">• En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed <p>Den tværfaglige caseeksamen er en 6 timers prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for uddannelseselementerne på 2. semester – Taktisk og operationel markedsføring på B-t-C og B-t-B). Der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan udvælge og anvende den relevante teori fra flere fagområder i forbindelse med løsning af en konkret problemstilling.</p> <p>Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse som omfatter:</p> <ul style="list-style-type: none">• Navnet på den virksomhed, som skal analyseres• Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes• Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked <p>På eksamensdagen vil den studerende blive stillet et eller flere spørgsmål, som på et metodisk grundlag skal besvares med udgangspunkt i den indsamlede information og evt. ekstra udleveret information på eksamensdagen.</p>
<p>Eksamensform og omfang</p>	<p>24 timer før eksamen får de studerende udleveret en virksomhed, et overordnet problemfelt og relevant casemateriale.</p> <p>Den efterfølgende dag afholdes en 6 timers skriftlig eksamen på akademiet, hvor der med udgangspunkt i det overordnede problemfelt stilles et eller flere mere specifikke spørgsmål, som skal besvares. Der kan udleveres supplerende oplysninger relateret til spørgsmålene på eksamensdagen</p> <p>Casematerialet om den valgte virksomhed uploades på Fronter kl. 8.30 24 timer før den skriftlige eksamen finder sted.</p> <p>Besvarelsen skal indledes med en disposition, hvor alle de fagområder, der er relevante, nævnes. Den studerende forventes at komme ind på flere fagområder, hvis det er relevant for opgavens løsning. Der redegøres for, hvilke områder, der gås i dybden med og eventuelle fravalg begrundes.</p>

	Besvarelsens omfang er mellem 24.000 og 36.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.
Adgang til eksamenslokale	Studiekort for at få adgang til eksamenslokalet. Studiekortet skal ligge fremme under hele eksamenen. Husk at møde i god tid til eksamen.
Hjælpemidler	Alle hjælpemidler er tilladt, inkl. brug af internet. Det er dog ikke tilladt at kommunikere under eksamen, hverken fysisk eller elektronisk. Det er ikke tilladt at anvende mobiltelefon, og den studerende må ikke sidde med hovedtelefoner på under eksamen. Endvidere må virksomheden eller dennes samarbejdspartnere ikke kontaktes. Overholdes dette ikke, opfattes dette som snyd og den studerende vil blive bortvist fra eksamen. Delvist identiske besvarelser accepteres ikke. Det er tilladt at samarbejde om besvarelsen i løbet af de første 24 timer og at anvende præfabrikeret materiale, men det er vigtigt at aflevere 100 % individuelle besvarelser, da helt eller delvist identiske besvarelser vil blive registreret i vores plagiatkontrol.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at have et brugbart password. Den studerende skal selv medbringe PC Den studerende har selv ansvaret for egen PC. Der ydes ingen hjælp fra skolens side, hvis der opstår tekniske problemer med Pc'en.
Margen og linjeafstand	Margen: anbefalet 2,54 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,5
Oplysninger i sidehoved	<ul style="list-style-type: none"> • Eksamensbetegnelse: <i>1. eksterne, caseeksamen</i> • Studerendes navn • Holdnavn • Eksamensdato • Sidetal og samlet antal sider (bilag skal tælles med i det samlede sideantal)
Aflevering af eksamensbesvarelse	Elektronisk aflevering: Besvarelsen skal uploades til Fronter

Bedømmelse	<p>Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Karakteren vil blive offentliggjort via Fronter – senest 4 uger efter eksamen.</p>
Omeksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen.</p>

3. semester prøve i obligatoriske uddannelseselementer

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

2. interne eksamen - Internationalisering

Eksamensform	<p>4 timer tværfaglig individuel skriftlig prøve i de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester.</p> <p>Den skriftlige prøve tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Caseoplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve.</p> <p>Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om</p> <ul style="list-style-type: none">• Virksomhed og produktområder• Diverse kilder <p>Opgaven består i 2 delspørgsmål og tager udgangspunkt i læringsmålene for 3. semesters obligatoriske uddannelseselement "Internationalisering" (jf. studieordningen) med særlig vægt på at afprøve færdigheder og kompetencer.</p>
Varighed	Den skriftlige prøve er en 4 timers prøve som afvikles under eksamenslignende forhold.
Hjælpemidler	Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladte.
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at sikre sig, at man har et brugbart password.
Besvarelsens opbygning	<p>Den skriftlige besvarelse skal have et omfang af max 24.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.</p> <p>Der skal igennem besvarelsen argumenteres for valg af teorier og modeller, men besvarelsen skal <u>ikke</u> indeholde decideret metodeafsnit eller problemformulering. Den skriftlige opgave afleveres på dansk.</p>

Oplysninger i sidehoved	<ul style="list-style-type: none"> • Eksamensbetegnelse: <i>2. interne eksamen</i> • Studerendes navn • CPR-nummer • Holdnavn • Eksamensdato • Sidetal og samlet antal sider (bilag skal tælles med i det samlede sideantal)
Margen og linjeafstand	<p>Margen: anbefalet 2,54 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,5</p>
Indsættelse af Excel regneark i Word	<p>Hvis du ønsker at sætte Excel regneark ind i Word, kan det nemmest gøres på følgende måde:</p> <p>I Excel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marker det område fra Excel, som skal kopieres • Højreklik og vælg <i>Kopier</i> <p>I Word:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Under fanen <i>Startside</i> vælges <i>Sæt ind</i> • Her vælges <i>Indsæt speciel</i> • Indsæt som <i>Microsoft Office Excel-regneark-objekt</i> <p>Når det kopierede er sat ind, kan der dobbeltklikkes på det, og så åbner det rent faktisk som et lille regneark i Word. Der kan nu redigeres i f.eks. tal og formler.</p>
Aflevering af besvarelse	<p>Den skriftlige besvarelse afleveres i 2 eksemplarer i administrationen og uploades på fronter i Word-format.</p> <p>Din besvarelse skal uploades på Fronter.</p>
Bedømmelse	<p>Der gives karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.</p> <p>Karakteren bliver offentliggjort umiddelbart efter den mundtlige del.</p>
Omeksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Dato for re- og sygeeksamen fremgår af aktivitetsplanen.</p>

4. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

5. interne delprøve - praktik eksamen

Facts om praktik eksamen jf. studieordningen	<p>5. eksterne afholdes efter endt praktikophold. Eksamen består af:</p> <ul style="list-style-type: none">• En skriftlig praktik rapport <p>Den studerende udarbejder og afleverer en skriftlig rapport, som har til formål at beskrive praktikens ophold, opgaver og den studerendes udbytte.</p> <p>Formålet med praktik rapport er som følger:</p> <ul style="list-style-type: none">• At den studerende evaluerer sit praktikforløb dvs. reflekterer over og redegør for, hvad han/hun har arbejdet med og lært i praktikken dvs. opnåelse af konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling.• At den studerende overfor uddannelsesstedet dokumenterer, at han/hun i praktikperioden har haft en aktiv praksis, som er relevant i forhold til studiet.
Eksamensform og omfang	Praktikrapport udarbejdes og afleveres til en dato (vil fremgå af information om praktikforløbet).
Hjælpemidler	<p>Delvist identiske besvarelser accepteres ikke. Der er tale om en individuel praktik rapport, og der forventes en individuel besvarelse.</p> <p>I tilfælde hvor 2 eller flere studerende er i praktik i samme virksomhed, forventes stadig en individuel rapport med personlige refleksioner. Helt eller delvist identiske besvarelser vil blive registreret i EASJ plagiatkontrol.</p>
IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven.
Skriftlig praktikrapport Formalia og oplysninger	<p>Omfang: Den skriftlige praktikrapport må maksimum have et omfang på 8 sider svarende til 2400 anslag inkl. mellemrum, eksklusiv forside, bilag og litteraturliste.</p> <p>Format: A4, højre og venstre margen 2,5, top og bund 2,0, linjeafstand 1,5, skriftstørrelse ca. 12 punkt.</p> <p>Forside:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Angivelse af titel (Praktikrapport samt navn på praktikvirksomhed), • Holdbetegnelse/uddannelse • Dato for aflevering • Navn på underviser samt den studerendes fulde navn.
Aflevering af praktik rapport	<p>Senest 7 dage efter endt praktikophold. Aflevering er en forudsætning for at kunne gå til mundtlig eksamen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afleveres digitalt i en afleveringsmappe på Fronter • Al tekst materiale skal afleveres som PDF-filer • Aflevering af 1 papirkopi til praktikvejlederen i hans/hendes dueslag på lærerophold.
Bedømmelse	Rapporten bedømmes som bestået eller ikke bestået.
Re-eksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke bestås, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen.</p> <p>I tilfældet af at den studerende ikke består, skal der udarbejdes en ny praktik rapport.</p>
Yderligere information	<p>At bestå praktik eksamen er en forudsætning for at den studerende kan aflevere det afsluttende projekt / hovedopgave.</p> <p>Se separat dokument vedr. praktik.</p>

4. semesters prøver i obligatoriske uddannelseselementer

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

2. eksterne delprøve 1 - Afsluttende projekt / hovedopgave

Facts om det afsluttende projekt / hovedopgave jf. studieordningen	<p>1. eksterne afholdes ved udgangen af 4. semester. Prøven består af:</p> <ul style="list-style-type: none">• En mundtlig eksamination med udgangspunkt i en skriftlig rapport / hovedopgave <p>Det afsluttende projekt skal vise om hvorvidt den studerende er i stand til at kombinere teori og praksis til nogle for virksomheden brugbare strategiske og operationelle anbefalinger.</p> <p>Der lægges vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan udvælge og anvende den relevante teori fra flere fagområder i forbindelse med løsning af en konkret problemstilling, samt at omsætte det til praksis anvendelige anbefalinger for den givne virksomhed.</p>
Eksamensform og omfang	<p>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.</p> <p>Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet.</p>
Adgang til eksamenslokale	<p>Studiekortet skal medbringes. Husk at møde i god tid til eksamen.</p> <p>For at deltage i eksamen i det afsluttende eksamensprojekt, skal alle uddannelsens prøver og eksaminer være bestået, inklusiv praktik.</p>
Hjælpemidler	<p>Alle hjælpemidler er tilladt, inkl. brug af internet</p> <p>Hvis to eller flere studerende skriver om samme virksomhed og har valgt at skrive hver for sig, da vil delvist identiske besvarelser ikke accepteres. Der er her tale om et individuelt afsluttende projekt, og der forventes en individuel besvarelse.</p> <p>I tilfælde hvor 2 eller flere studerende skriver sammen, vil udgangspunktet være en identisk og et fælles udarbejdet afsluttende projekt</p>

IT-udstyr	Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Fronter i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at have et brugbart password.
Margen og linjeafstand	Margen: anbefalet 2,5 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,5
Oplysninger om formalia	<p>Det afsluttende projekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab. Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:</p> <p>v. 1. studerende: 100.000 anslag v. 2 studerende: 150.000 anslag v. 3 studerende: 200.000 anslag</p> <p>Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.</p>
Aflevering af eksamensbesvarelse	<ul style="list-style-type: none"> • Afleveres digitalt i en afleveringsmappe på Fronter • Al tekst materiale skal afleveres som PDF-filer • Aflevering af 1 papirkopi til praktikvejlederen i hans/hendes dueslag på lærerophold.
Bedømmelse	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.
Reeksamen	<p>Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemstilling.</p> <p>Den studerende tilmeldes automatisk til næstkommende re-eksamen.</p>
Yderligere information	Se separat dokument for hovedopgaven