

# Studie- ordning

(Valgfagskatalog)

(Elective course catalogue)

Markedsføringsøkonom  
Marketing Management

2021-2022



---

Ulla Skaarup, rektor

(Valgfagskatalog)  
(Elective course catalogue)

Markedsføringsøkonom  
Marketing Management

Efterår/Autumn 2021

## Bilag til Lokal studieordning for Markedsføringsøkonom (Vagfagskatalog)

Appendix to the local curriculum for the AP degree in Marketing Management (elective course catalogue)

### Indholdsfortegnelse (Table of contents)

Bilag til Lokal studieordning for Markedsføringsøkonom (Vagfagskatalog) .....	2
<b>Indledning (introduction) .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Lokale fagelementer udbudt som valgfag (Local programme elements offered as elective courses) ..</b>	<b>3</b>
1.1. Digital Markedskommunikation og ledelse (Blended Learning) .....	3
1.2. Entrepreneurship & Export (English).....	5
1.2.1 Entrepreneurship.....	5
1.2.2. Export (English).....	6
1.3. Digital Markedsføring og Kommunikation .....	7
1.4. Servicedesign & Oplevelsesøkonomi.....	8
1.5. Digital Marketing & Content Creation (English).....	9
1.6. Praksisnært entreprenørskab .....	10
1.7. Digital Markedsføring.....	12
1.8. Kunstig og Kollektiv Intelligens i Markedsføring .....	13
1.9. Digital markedsføring, kommunikation og ledelse.....	14
<b>2. Prøver i valgfag (Tests and exams in elective courses).....</b>	<b>15</b>
2.1. Eksamen i Digital Markedskommunikation & Ledelse (Blended Learning).....	16
2.2. Exam 1 & 2 (Entrepreneurship & Export).....	16
2.2.1. Exam 1 (Entrepreneurship).....	16
2.2.2. Exam 2 (Export) .....	17
2.3. Eksamen i Digital Markedsføring og Kommunikation .....	17
2.4. Eksamen i Servicedesign & Oplevelsesøkonomi .....	18
2.5. Exam in Digital Marketing & Video Content .....	19
2.5.1. Exam in Digital Marketing .....	19
2.5.2. Exam in Video Content Creation.....	19
2.6. Prøve i praksisnært entreprenørskab.....	20
2.7. Prøve i digital markedsføring .....	20
2.8. Prøve i kunstig og kollektiv intelligens i markedsføring. ....	21
2.9. Prøve i digital markedsføring, kommunikation og ledelse .....	21
<b>4. Ikrafttrædelse (Effective date) .....</b>	<b>22</b>

## Indledning (introduction)

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

(English)

This part of the curriculum must be read in conjunction with the national part of the curriculum (as well as related educational appendices) and the local part of the curriculum. The national part of the curriculum is common to all providers of the education, while the local part of the curriculum as well as this elective catalog is established by Zealand – Academy of Technologies and Business.

## 1. Lokale fagelementer udbudt som valgfag (Local programme elements offered as elective courses)

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

Uddannelsen giver mulighed for at vælge forskellige anbefalede fagkombinationer/fordybelsesspor/toninger:

Valgfag og valgfagsspor oprettes kun i ifald der er et tilstrækkeligt antal tilmeldinger

(English)

Elective courses must constitute a total 20 of ECTS credits of the total number of ECTS credits of the programme. It is possible to choose between a number of elective courses which are described in detail in the following.

The study programme provides the opportunity to choose between different recommended subject combinations

The electives will only be created in case of a sufficient number of registrations.

### 1.1. Digital Markedskommunikation og ledelse (Blended Learning)

Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk, undervisning foregår Online

Undervisningsform:

BLENDED LEARNING

Indhold:

- Digital- og kommunikations strategi
- Kommunikationsplanlægning
- Målsætninger og KPI (key performance indicators)
- Ledelse og digitalisering
- Search Engine / Søgemaskineoptimering (SEM / SEO)
- Hjemmesideproduktion
- Content marketing
- Digitale kompetencer
- Digital Ledelse
- Den datadrevet organisation
- Digital reklame og annoncering
- Sociale medier
- Digital markedsføring og lovgivning

Valgfagets forløb følger den typiske Blended Learning filosofi fra Zealand Roskildes blended hold. Den eneste forskel er at dette valgfag ikke har fysisk mødedeltagelse, dvs. al mødedeltagelse foregår online. Undervisning foregår via videokonference, digitale undervisningsvideo'er, digitale læringsforløb og undervisning er primært casebaseret og tilsigter at den studerende kan arbejde med digitale værktøjer i forbindelse med kommunikation, marketing og ledelse.

Læringsmål:

#### *Viden*

Den studerende har viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Den digitale strategis betydning og relevans.
- Metoder til digital markedsføring.
- Forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed.
- Grundlæggende lovgivning om håndtering af data.
- Brugen af data som en del af den optimale digitalisering i organisationen
- Organisatorisk indblik i hvilke kompetencer der understøtter en virksomheds digitale retning.
- Ledelsesstil som en del af at lede den digitaliserede organisation.
- Forskellige dataanalyseværktøjer

#### *Færdigheder*

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis.
- Opstille mål og vurdere fokusområder for virksomhedens digitale strategi.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og markedskommunikation samt relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier.
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder.
- Vurdere om SEO er den korrekte metodiske tilgang for en virksomhed ift. andre initiativer som SEM, nyhedsbrev etc.
- Vurdere betydning af content i relation til et marked. Hertil at kunne anbefale den distributionskanal, som er mest optimal ift. marked, målgruppe og intern formåen.
- Kunne gennemskue ledelsesmæssige komplikationer ved den stigende digitalisering af virksomheder, deres værdikæde og deres samarbejdsrelationer til leverandører og kunder.
- Kunne anvende værktøjer, til indsamling af data.
- Udarbejde forslag til nyhedsbreve samt relevant content i udvalgte værktøjer.
- vurdere om markedsføringen er i tråd med lovgivningen.
- Vurdere hvilke kompetencer der er vigtige i den digitaliserede organisation.
- Gennemskue hvordan ledelse og kompetenceudvikling understøtter den digitale strateg.
- Vurdere hvordan digital strategi og kompetenceudvikling understøtter hinanden.
- Vurdere hvilken ledelsesstil der er gavnlig for at fremme digitalisering af enkeltstående processer i og i relation af en given virksomhed.

#### *Kompetencer*

Den studerende kan:

- Deltage og bidrage i faglige teams i arbejdet med virksomhedens digitale markedsføring og kommunikation.
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi (udviklingsorienteret) med udgangspunkt i virksomhedens situation og relevante interessenter.
- Selvstændigt at komme med forslag til, hvordan virksomheder kan anvende relevante sociale

- medier i deres markedsføringsstrategi.
- Selvstændigt at komme med forslag til, hvordan SEM og / eller SEO bruges som en del af virksomhedens markedsføringsstrategi.
- Udarbejde en kommunikationsstrategi afstemt til den aktuelle målgruppe
- Fremstille og fremlægge en kommunikationsplan incl. budgetter og kommunikative produkter.
- Oprettet og håndtere en hjemmeside og andre digitale virkemidler.
- Kunne anvende data til forbedre sine onlinekampagner.

ECTS-omfang:  
20 ECTS

## 1.2. Entrepreneurship & Export (English)

Language and location:

The elective course will be in English, teaching is conducted at campus in Roskilde

Structure:

Entrepreneurship & Export will be structured as 2 separate electives during the semester, where you will have lessons in both themes during a normal week. Below you will find description of each course.

### 1.2.1 Entrepreneurship

Content:

Entrepreneurship will be an intensive & practice directed course, where the student will learn individually & in groups how to find an innovative idea, which will be built up around an attractive business model. You will test and develop the idea during the course in groups following a Lean Startup approach to the subject.

Your idea can have economic-, cultural, social or societal value. Most students have no ideas in advance of the course, but succeed in developing an idea during the course.

You will be trained in learning how to pitch (sell) your idea in front of smaller and larger groups. Your group project process end with an open exam, where we will have external innovators/entrepreneurs with lots of experience in innovation & entrepreneurship, who will give the student and the group constructive feedback. A different completion than normal, but a very positive experience for all students.

Innovation & entrepreneurship project will be processed in groups, and the students will also participate in a big idea competition arranged by "Fond for Entrepreneurship", Copenhagen in spring and Fredericia in fall. Here you will also get constructive feedback from external experts. Competition is taking place with a lot of positive atmosphere and is an excellent warm up to the exam. Your project will be realistic, and give really good experience working with business challenges in practice. You will have chance to fold out your skills & competences from your education on MEC.

You will spend a lot of time working in your group developing your idea project. Teachers will act as coaches in your project. Entrepreneurship is a course, where you will get a lot of feedback from your passionate teachers. You must be prepared for an intensive course with some workload, but where you also will have a great learning experience.

Learning goals:

#### *Knowledge*

Student has on a theoretical and practical level knowledge and understanding of:

- Most important elements of Lean Startup-theory
- Most important elements of Effectuation-theory
- Different types of business models
- Different methods for creativity and idea development
- Different forms of innovation in companies
- Presentations techniques
- Finance opportunities as a StartUp in Denmark

### *Skills*

Student can:

- Develop own network map & use/assess it as an important support source in developing an idea
- Use development tools within innovation (divergent and convergent thinking)
- Use and assess different methods for testing a problem/need, an idea, a business model
- Develop and assess the value of different prototypes
- Develop and assess a business model behind an idea
- Develop and assess a budget for an upstart of a project/company
- Communicate an idea in front of few people, your network or an audience (pitch)

### *Competencies*

Student can:

- Work with tests of market potential of a business idea/product/concept
- Communicate professional problems and solution models, presenting results to fellows, partners and non-specialists
- Participate in interdisciplinary teams in connection with innovation
- Independently analyze, plan and implement a project developing an innovative idea
- Independently and in corporation with a team take responsibility for initiating, organizing, planning and implementing a value creating project, and reflecting over connections between resources, relations, process and results

ECTS-credits:

You will be given 2 grades where each will correspond to 10 ECTS.

You will have 1 exam in Entrepreneurship (Exam 1) and 1 exam in Export (Exam 2). In total 20 ECTS

## **1.2.2. Export (English)**

Content:

In the elective course, Export you will get the opportunity to apply and develop many of the tools, knowledge and skills that you have already acquired at the Marketing Management study. During the course, we work extensively with specific companies and their exports, so it is the companies' reality rather than the theory that we emphasize.

The students act as corporate consultants, working with topics such as the company's readiness to export, internal and external barriers to export and risk management.

The teaching is to a high degree group-based, and the groups work as a consulting team, focused on solving a company's challenges with exports. Therefore, the teaching emphasizes that the student can argue that analyzes and solutions are relevant to the company.

Zealand co-operate with local business promotion agency "Erhvervshus Sjælland" in developing the course and offering internships to students, who have finished the course and shown real professional dedication

After completing the elective in export, you will be well prepared if you want a future career in an internationally oriented company.

Learning goals:

*Knowledge:*

Student has on a theoretical and practical level knowledge and understanding of:

- Theory and practice on Internationalization and export readiness
- Basic analysis and export planning.
- Assessing the company's export readiness.
- Conducting analysis of internal barriers and external barriers to exports.
- Basic international trade law
- Export terms

- Risk Minimization Tools

*Skills:*

The student can:

- Systematic and methodical identification of suitable export markets based on analysis of both internal and external barriers
- Argumentation regarding solutions to overcome internal and external barriers to Export
- Identification of problems and solutions using risk management
- Applying the acquired knowledge in the preparation of an export plan

*Competences:*

The student can:

- Understand the internal and external barriers to export as well as risk - and how the company should / can act in relation to these.
- Develop an export strategy based on strengths and capabilities
- Plan and implementing export sales

ECTS-credits:

You will be given 2 grades where each will correspond to 10 ECTS.

You will have 1 exam in Entrepreneurship (Exam 1) and 1 exam in Export (Exam 2). In total 20 ECTS

### **1.3. Digital Markedsføring og Kommunikation**

Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk, undervisning foregår i Roskilde

Indhold:

- Udarbejde egen hjemmeside (Word Press)
- Personlig branding og LinkedIn
- Content marketing /inbound marketing
- Video Marketing
- Podcast
- Influencer Marketing
- Emailmarkedsføring
- Digital- og kommunikations strategi
- Kommunikationsplanlægning
- Målsætninger og KPI (key performance indicators)
- Søgemaskineoptimering (SEO)
- Digital reklame og annoncering (SEM)
- Sociale medier
- Blogs
- Digital markedsføring og lovgivning (jura)
- Den digitale kunderejse
- Infografik
- Foto og visuel formidling

Valgfagets forløb:

Det er et værkstedsfag, hvor vi arbejder med praksis/hands-on opgaver i undervisningen, og vi forventer derfor fremmøde/deltagelse i undervisningen. Vi har flere gæsteundervisere undervejs i forløbet.

Undervejs udarbejder du din egen hjemmeside, hvor du præsenterer alle dine nye færdigheder og kompetencer, du lærer under forløbet. Du lærer selv at producere forskellige typer af content i nye værktøjer, og som du får forskellige typer af feedback på.

Læringsmål:

*Viden*



Den studerende har viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Brugen af video på forskellige sociale medier
- Den digitale strategis betydning og relevans.
- Den digitale kunderejse og brugen af forskellige typer digitale aktiviteter undervejs
- Metoder til digital markedsføring.
- Forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed.
- Grundlæggende lovgivning om håndtering af data, billeder og permissions.
- Kampagneplaner og budgettering.
- Præsentation af fagligt materiale.
- Brugen af data som en del af den optimale digitalisering i organisationen

### *Færdigheder*

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis.
- Opstille mål og vurdere fokusområder for virksomhedens digitale strategi.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og markedskommunikation samt relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier.
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder.
- Formidle områdets problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere

### *Kompetencer*

Den studerende kan:

- udarbejde en hjemmeside
- gøre brug af diverse udvalgte digitale værktøjer
- deltage og bidrage i faglige teams i arbejdet med virksomhedens digitale markedsføring og kommunikation.
- analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og relevante interessenter.
- fremlægge forslag til konkrete digitale kommunikative produkter på skitseniveau
- at komme med forslag til, hvordan virksomheder kan anvende relevante sociale medier i deres markedsføringsstrategi
- at komme med forslag til, hvordan SEO bruges som en del af virksomhedens markedsføringsstrategi.
- Udarbejde en kommunikationsstrategi afstemt til den aktuelle målgruppe
- Fremstille og fremlægge en kommunikationsplan incl. budgetter og kommunikative produkter.

ECTS-omfang:

20 ECTS

## **1.4. Servicedesign & Oplevelsesøkonomi**

Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk, undervisning foregår i Roskilde

Formålet med dette valgfag er:

- 1) Servicedesign: Serviceydelser er med til at give kunderne enten en god eller dårlig oplevelse ved køb af varer. Virksomhedens design af serviceydelser er derfor essentiel for at give kunderne en god oplevelse. De studerende bliver trænet i at designe relevante serviceydelser, der kan huskes af kunderne som nemt og troværdigt at handle med den pågældende firma eller organisation.
- 2) Oplevelsesøkonomi: At give de studerende indsigt i, hvordan oplevelsesøkonomi forventes at være

en integreret del af de serviceydelser, som alle brancher og typer af virksomheder tilbyder idag.

- 3) At de studerende kommer til at arbejde med konkrete cases for udvalgte firmaer og organisationer, som vil kunne give de studerende feedback på deres arbejde fra den branche, som de kommer fra.

Fagets indhold har udgangspunkt i følgende:

Service design:

- Definition af service design
- Der vil være praktiske øvelser for idéudvikling samt design af serviceydelser.
- Design af serviceydelser vil ske indenfor seks centrale elementer, der kan indgå i og spille forskellige roller ifm. service: Mennesker, Teknologi, Tid, Kommunikation, Produkter, Omgivelser.

Oplevelsesøkonomi:

- Definition af oplevelsesøkonomi
- Idéudvikle, designe, realisere og kommunikere mindeværdige oplevelser
- Salg af oplevelser, enten direkte eller indirekte som oplevelse tilknyttet event

Basisfag:

- Projektledelse, processer, budgetplanlægning
- Træning i præsentation af løsninger overfor virksomheder og organisationer

Læringsmål:

Viden

Den studerende vil få viden om:

- Definitioner på service design og kategorisering
- Indsigt i serviceøkonomiens voksende betydning for erhvervslivet
- Skift fra produktfokus til værdiskabende brugerrejser ved hjælp af service design og oplevelser
- Træning i at arbejde med projektledelse, optimering af processer, budgetlægning og resultater

Færdigheder

Den studerende vil lære at:

- Designe nye services indenfor: Mennesker, Teknologi, Tid, Kommunikation, Produkter, Omgivelser.
- Designe events indenfor forskellige brancher og typer af organisationer.
- Håndtere idéudviklingsværktøjer (divergent og konvergent tænkning)

Kompetencer

Den studerende bliver bekendt med praktiske værktøjer og kan:

- Gennemføre en salgs-pitch foran virksomhed og vise forslag til nye serviceydelser og oplevelser
- Planlægge og gennemføre test af kundernes behov for nye serviceydelser.
- Udvikle og designe nye serviceydelser og mindeværdige oplevelser

ECTS-omfang: 20 ECTS

## 1.5. Digital Marketing & Content Creation (English)

Language and location:

The elective will be in English, teaching is conducted at campus in Roskilde

Topics:

- Digital- communication and strategy
- Goals setting and KPI (key performance indicators)
- User Experience & Conversion optimization
- Search Engine Optimization (SEO) & Search Engine Marketing (SEM)
- Content marketing & visual Storytelling
- Blogging
- Digital marketing and the regulations
- Emotion and Brands
- Video content marketing

The Content Creation part of this elective is primarily a practice-based course, where the students get hands

on experience with creating several types of content for different digital platforms. Based on content marketing theory and video marketing theory the students will gain competences to ensure the quality of digital content.

Learning objectives:

#### *Knowledge*

Student has on a theoretical and practical level knowledge and understanding of:

- Latest tendencies within digital marketing
- How digital marketing can be applied in a firm's marketing plan
- Theories about digital marketing
- What is Content Marketing (different types of content like storytelling, blogs, videos etc.)
- Branding theory
- How are different social media platforms, such as Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, and YouTube, used as marketing channels?

#### *Skills*

The student can:

- analyse and evaluate strategic options related to the digital marketing strategy
- write relevant content for websites, blogs etc.
- analyse and evaluate how companies use social media for digital marketing
- apply knowledge about SEO in order to create relevant texts for websites
- analyse data from Google analytics
- analyse landing pages and formulating suggestions in regards to website usability
- apply knowledge about mobile and viral marketing in order to put forward concrete suggestions for companies
- analyse what functions the brands perform
- analyse and adapt a brand strategy
- record video that is pleasant for the viewer in regard to film theory
- upgrade the recorded video material while managing video editing programs
- analyse the online performance of video content

#### *Competencies*

The student can:

- analyse, evaluate and suggest concrete digital marketing strategies
- create relevant content for websites
- put forward suggestions about how companies can apply social media platforms in their marketing strategy
- put forward suggestions about how SEM and SEO should be used as part of the company marketing strategy
- design an e-mail in Mail Chimp
- create a blog in WordPress
- use branding as a tool to make strategic decisions
- analyse a company's brand, overall strategy and digital marketing plan, and then develop creative and effective video content that can improve the online awareness of the company
- able to plan, shoot, edit and post video content and assess how to customize the video content to make it work for separate online platforms.
- assess how to manage posted content with a company's digital marketing budget in mind

ECTS-credits:

20 ECTS

### **1.6. Praksisnært entreprenørskab**

Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk, undervisning foregår i Nykøbing Falster

Indhold:

- Belbin

- Grønne forretningsmodeller
- Værktøjer til opdagelsesfasen (hvor den studerende identificerer, forstår og nuancerer problemet)
- Værktøjer til idégenererings- og udviklingsfasen (hvor den studerende idéudvikler, idésorterer og udarbejder løsningsforslag)
- Værktøjer til leverancefasen (hvor den studerende finpudser, tester og underbygger deres løsningsforslag samt strukturerer deres af præsentation)
- Økonomistyringsmodeller af bæredygtige entreprenante virksomheder

Læringsmål:

#### *Viden*

Den studerende har viden om:

- Teorier, begreber og processer inden for innovation og entreprenørskab (Handling)
- Samarbejdsrelationer (Handling)
- Anvendelse af personlige netværk (Handling)
- Vurdering af risici (Handling)
- Begreberne fantasi og kreativitet i relation til erhvervsfaglig viden (Kreativitet)
- Kreative processer og metoder (Kreativitet)
- Metoder til at arbejde med udvikling af personlige og faglige ressourcer (Personlig indstilling)
- Emotionelle reaktioner i forbindelse med forskellige arbejdsformer og opgaver (Personlig indstilling)
- Teorier og begreber inden for activity based costing (Omverdensrelation)
- Begrebet cost behavior herunder opportunity cost, sunk cost og relevant cost (Omverdensrelation)
- Udarbejdelse af konkret balanced scorecard og forståelse for målstyring (Omverdens relation)

#### *Færdigheder*

Den studerende kan:

- Evaluere egne og andres aktiviteter ud fra erhvervsfaglige kriterier (Handling)
- Anvende relevant kommunikation for en målgruppe (Handling)
- Opbygge og anvende personligt netværk i forbindelse med erhvervsfaglige projekter (Handling)
- Anvende forskellige former for struktureret idégenerering (Kreativitet)
- Analysere en mulighed eller idé ud fra erhvervsfaglig viden (Kreativitet)
- Eksperimentere og improvisere med erhvervsfaglig viden (Kreativitet)
- Beskrive og analysere sammenhænge imellem erhvervsfaglig viden, herunder balanced scorecard og activity based costing og forskellige grønne forretningsmodeller (Omverdensrelation)
- Anvende og arbejde med egne erhvervsfaglige ressourcer i forbindelse med løsning af åbne og usikre opgaver (Personlig indstilling)
- Reflektere over personlige drømme og visioner, og anvise eksempler på veje til at realisere disse (Personlig indstilling)
- Reflektere over og lære af egne og andres fejl og succeser (Personlig indstilling)

#### *Kompetencer*

Den studerende kan:

- I samarbejde med andre tage ansvar for og deltage i kreative og innovative processer, der styrker de entreprenørielle dyder som mod, nysgerrighed og skabertrang ved brug af reflektive arbejdsmetoder
- Ud fra en markedsføringsmæssig indgangsvinkel forstå egen og andres kulturelle baggrunde, hvor sociale, kulturelle og økonomiske konsekvenser analyseres for nye muligheder
- Kan i samarbejde med andre reflektere over det personlige ståsted i forhold til de entreprenørielle dyder som mod, nysgerrighed og skabertrang

ECTS-omfang:

10 ECTS

Valgfaget tages i kombination med valgfaget *Digital Markedsføring* (10 ECTS)

## 1.7. Digital Markedsføring

Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk, undervisning foregår i Nykøbing

Indhold:

- Digital strategi
- Målsætninger og KPI (key performance indicators)
- Webanalyse
- Konvertering og konverteringsoptimering
- Usability og brugertests
- Søgemaskineoptimering
- Digital reklame og annoncering
- Konzeptudvikling til mobile enheder
- Sociale medier

Læringsmål:

*Viden*

Den studerende har viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføring.
- Den digitale strategis betydning og relevans.
- Metoder til digital markedsføring.

*Færdigheder*

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis.
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier.
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge arbejdet med usability og brugertests til forbedring af brugervenligheden.
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder.
- Vurdere og begrunde behov samt og udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
- Vurdere potentialet for markedsføring via mobile enheder samt medvirke ved udvikling af koncepter.
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater til fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister.

*Kompetencer*

Den studerende kan:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring.
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter.
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats.

ECTS-omfang:

10 ECTS

Valgfaget tages i kombination med valgfaget *Praksisnært Entreprenørskab* (10 ECTS)

## 1.8. Kunstig og Kollektiv Intelligens i Markedsføring

### Sprog og lokation:

Valgfaget afvikles på dansk (med engelsk gæsteforlæser)  
Undervisning foregår i Slagelse

### Undervisningsform:

Learning by doing - lære i praksis at arbejde med kollektiv intelligens, implicit og tavs viden til brug i markedsføring

Blended learning (50% klasseundervisning/50% online undervisning)

### Valgfagets baggrund og forløb:

På Zealand i Slagelse har vi erfaring med at arbejde med kollektiv intelligens via crowdsourcing platformen Qiark og dens kunstige intelligens. Underviserne har bl.a. været med til implementere platformen i kommuner og lære medarbejdere selv at bruge den. Det er den erfaring, som valgfaget og undervisningsforløbet er skåret over. Det er derfor et meget praksis orienteret forløb, hvor de studerende i forbindelse med konkrete cases via crowdsourcing platformen Qiark selv skal indsamle, bearbejde og anvende indsamlede viden.

Valgfaget består af tre overordnede emner;

- **Markedsføring, ide og konceptudvikling ved brug af kollektiv intelligens**

I denne del af arbejdet med digital markedsføring skal du lære at bruge den kollektiv intelligens til at ide og konceptudvikle i forhold til markedsførings strategi kampagner og planer

- **Brugen af Sociale Medier i forbindelse med indsamling data**

Du skal også selv lære at bruge Qiark i forbindelse med at indsamle viden/data fra kommentartrådene i SoMe. For efterfølgende at bruge den indsamlede viden og gå i dybden med, hvordan den udgør en kollektiv intelligens, som kan bruges til at forbedre videns-grundlaget for beslutninger og give indsigt i kunder/brugere/medlemmers tanker og behov samt til at udvikle ideer og koncepter og udarbejde mere effektive strategier samt tilrettelægge mere effektive og overbevisende kampagner.

Indhold:

### Teori om:

- Videns former og markedsføring
- Kunstig Intelligens og Kollektiv Intelligens
- Implicit viden og tavs viden

### Praksis:

- Forudsætter Kursus i crowdsourcing –Qiark
- Arbejde med udgangspunkt i cases

### Læringsmål:

#### *Viden*

Den studerende har viden om og indsigt i:

- Brug af kunstig og kollektiv intelligens i markedsføring
- Brug af kollektiv intelligens i ide og konceptudvikling
- Innovation og kollektiv intelligens
- Crowdsourcing via SoMe

#### *Færdigheder*

Den studerende kan:

- Anvende en crowdsourcing platform (Qiark).
- Anvende crowdsourcing via SoMe
- Indsamle og bearbejde implicit og tavs viden
- Anvendes kollektiv intelligens i ide og konceptudvikling samt til strategi og kampagne udvikling

#### *Kompetencer*

Den studerende kan:

- I virksomheder selv arbejde med crowdsourcing og kollektiv intelligens
- Selvstændigt bearbejde og fremlægge resultaterne af en crowdsourcing undersøgelse
- Selvstændigt crowdsource via SoMe og indsamle viden fra sociale medier til brug i markedsføring
- Vise hvordan kollektiv intelligens kan anvendes i innovation og ide udvikling.

ECTS-omfang:

10 ECTS

## **1.9. Digital markedsføring, kommunikation og ledelse**

Sprog og lokation:

Valgfaget udbydes på dansk og foregår i Slagelse.

Indhold:

- Ledelse og digitalisering
- Digital ledelse
- Datadrevet organisation
- Udarbejde egen hjemmeside
- Personlig branding og LinkedIn
- Video Marketing
- Podcast
- Den digitale kunderejse
- Infografik
- Foto og visuel formidling

Valgfagets forløb:

Det er et værkstedsfag, hvor vi arbejder med teori og praksis/hands-on opgaver i undervisningen.

Undervejs udarbejder du din egen hjemmeside, hvor du præsenterer alle dine nye færdigheder og kompetencer, du lærer under forløbet. Du kommer til at arbejde med både video markering og visuel formidling. Du lærer selv at producere forskellige typer af content i nye værktøjer. Du lærer, hvordan ledelse og digitalisering hænger sammen.

#### *Viden*

Den studerende har viden om:

- Metoder til digital markedsføring.

- Forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed.
- Grundlæggende lovgivning om håndtering af data.
- Brugen af data som en del af den optimale digitalisering i organisationen
- Organisatorisk indblik i hvilke kompetencer der understøtter en virksomheds digitale retning.
- Ledelsesstil som en del af at lede den digitaliserede organisation.
- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Brugen af video på forskellige sociale medier
- Den digitale kunderejse og brugen af forskellige typer digitale aktiviteter undervejs

### *Færdigheder*

Den studerende kan:

- Formidle områdets problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og markedskommunikation samt relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier.
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis.
- Opstille mål og vurdere fokusområder for virksomhedens digitale strategi.

### *Kompetencer*

Den studerende kan:

- udarbejde en hjemmeside
- gøre brug af diverse udvalgte digitale værktøjer
- deltage og bidrage i faglige teams i arbejdet med virksomhedens digitale markedsføring og kommunikation.
- fremstille og fremlægge en kommunikationsplan inkl. budgetter og kommunikative produkter.
- fremlægge forslag til konkrete digitale kommunikative produkter på skitseniveau
- udarbejde og fremlægge forslag til den digitale kunderejse
- at komme med forslag til, hvordan virksomheder kan anvende relevante sociale medier i deres markedsføringsstrategi
- håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og relevante interessenter.
- analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.

ECTS-omfang:

10 ECTS

I forløbet er der flere forskellige opgaver som i skal arbejde med, disse skal uploades på Moodle samt på den hjemmeside som du udarbejder.

## **2. Prøver i valgfag (Tests and exams in elective courses)**

Formålet med prøver i uddannelsens fagelementer er at dokumentere, i hvilken grad den studerende opfylder de faglige mål, der er fastsat af uddannelsen og dens elementer. Alle prøver skal bestås med mindst karakteren 02. Den studerende har ret til 3 forsøg pr. prøve. Beståede prøver kan ikke tages om. Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde Erhvervsakademiets regler for afholdelse af prøver. Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende prøver.

(English)

The purpose of tests in the academic elements is to document whether the student meets the professional and academic goals set by the study programme and its elements. All tests must be passed with the



minimum grade 02. The student is entitled to 3 attempts per test. Passed tests cannot be retaken. It is the student's own responsibility to acquaint with and comply with Zealand's rules for tests and exams. With the commencement of an academic element, a semester, etc., the student automatically registers for the associated tests and exams.

## **2.1. Eksamen i Digital Markedskommunikation & Ledelse (Blended Learning)**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:  
Eksaminer på 1. og 2. semester er bestået.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Der skal afleveres en digital portfolio, som vurderes gruppevis. Som følge heraf afsluttes forløbet med en individuel mundtlig eksamen, som udføres online. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen. Hver af de 2 beskrevne elementer tæller 10 ECTS point og skal som minimum bestås med karakteren 02.

Digital portfolio (Gruppe, skriftlig, aflevering, 1 eksaminatorer og 1 intern censor). Den studerende udarbejder en digital portfolio via sin hjemmeside, som indeholder en virksomhedsbeskrivelse samt digital strategi, en digital fortælling om hvordan digitalisering drives af denne virksomhed, hvilke kompetencer der matcher den digitale strategi og en præsentation af data samt content, som skal understøttes af en valgt distributionskanal. Den samlede portfolio udgør 100 % af afleveringen. Vægt: 50 % af de samlede ECTS points.

Eksamen (individuel, mundtlig eksamen 20 min, 1 eksaminatorer og 1 intern censor): Med udgangspunkt i din hjemmeside eksamineres der som udgangspunkt i din digitale portfolio, hvor den studerende skal præsentere og redegøre for den digitale portfolio hvorefter der afsættes tid til en dybdegående dialog omkring digitale virkemidler og udfordringer for en given virksomhed. Vægt: 50 % af de samlede ECTS points.

Formkrav:  
Se ovenfor.

Bedømmelseskriterier:  
Opfyldelse af fagets læringsmål. Se ovenfor.

Tidsmæssig placering:  
Ved fagets afslutning.

## **2.2. Exam 1 & 2 (Entrepreneurship & Export)**

### **2.2.1. Exam 1 (Entrepreneurship)**

Requirements for participation in the test:  
Student has handed in mandatory elements for exam 1.

The planning and contents of the test:  
Student will receive one grade for the students work with the project assignment.

Grade will be given based on a total assessment of 3 elements:

- Written assignments (idea description, businessmodel, test of idea, presentation material for pitch)
- Individual portfolio (Including different individual assignments plus individuel refleksions)
- Pitch (4 min verbalpresentation) of idea and project and interview with external judges (2x10 min)

Formal requirements:  
See above

Assessment criteria:

Fulfilment of the learning criteria. See above.

Temporal placement:

Exam 1 expected to be held in mid-November and Exam 2 in December

ECTS-credits:

You will be given 2 grades where each will correspond to 10 ECTS.

You will have 1 exam in Entrepreneurship (Exam 1) and 1 exam in Export (Exam 2). In total 20 ECTS

### **2.2.2. Exam 2 (Export)**

Requirements for participation in the test:

Student has handed in mandatory elements for exam 1.

The planning and contents of the test:

Student will receive one grade for the students work with the project assignment.

Grade will be given based on a total assessment of 2 elements:

- Written assignments (Export plan for the focal company)
- Presentation of recommendations of the export plan (10 minutes) interview with teacher and external judge

Formal requirements:

Handed in assignment, presentation made

Assessment criteria:

Knowledge of theory and practice on Internationalization and export readiness, skills in analysing the company's export readiness, external barriers to export and export opportunities, competences in planning and executing export strategies

Temporal placement:

Exam 1 expected to be held in mid-November and Exam 2 in December

### **2.3. Eksamen i Digital Markedsføring og Kommunikation**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Eksaminer på 1. og 2. semester er bestået + se desuden under hhv. eksamen 1 + 2

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Der skal afleveres en række opgaver (individuelle + gruppeopgaver) i løbet af semestret. Disse afleveres i Moodle + uploades på din udarbejdede hjemmeside i Word Press. Afleveringerne er adgangskrav/adgangsgivende til eksamen 2.

Der er 2 individuelle eksaminer for faget. Hver af de 2 beskrevne elementer tæller 10 ECTS point og skal som minimum bestås med karakteren 02. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Eksamen 1 (todelt) – refleksion, kommunikationsprodukt + mundtlig eksamen

Individuel, mundtlig eksamen 30 min, 1 eksaminator og 1 intern censor

1.del

- Workshopdag (obligatorisk deltagelse)

2.del

- Refleksion afleveres
- Produktion af ppt med et kommunikativt produkt

- Mundtlig eksamen (individuel)

Ingen deltagelse i workshopdag (del 1) = ingen mundtlig eksamen

Ingen aflevering af refleksion = ingen mundtlig eksamen (del 2) (+ man har brugt 1. forsøg og skal til re-eksamen)

Eksamen 2 – todelt (individuel) (Web).

Individuel, mundtlig eksamen 30 min, 1 eksaminator og 1 intern censor

1.del (adgangskrav)

- Alle besvarelsener på semestrets opgaveliste skal ligge på Moodle + din webside
- Link til din hjemmeside skal fremgå af Padlet
- Udvalgt web-funktionalitet skal være tilgængelig på din side
- Hvis ikke alt er up-loaded på Moodle + hjemmeside + webfunktionalitet (inkl. Link på Padlet) inden deadline, kan du ikke gå til eksamen 2, og du har brugt dit første forsøg for eksamen 2. Herefter kan du få en ny deadline for færdiggjort arbejde og re-eksamen.

2.del

- Mundtligt eksamen i din Wordpress hjemmeside med indhold + præsentation af 2 valgfrie opgaver fra listen dvs. opgaver, der er udarbejdet i løbet af semesteret. Det er en god idé at forbedre produkterne.
- Man må gerne forbedre/optimere sin hjemmeside frem til eksamen, selv efter godkendelsen!
- Du skal præsentere din WordPress hjemmeside med de opgaver, du har afleveret i løbet af semesteret
- Hjemmesiden skal vise din viden, færdigheder og kompetencer i valgfaget "Digital markedsføring og markeds kommunikation".
- Du skal udvælge 2 opgaver (kommunikative produkter), du ønsker at præsentere sammen med hjemmesiden til eksamen.

Formkrav:

Se ovenfor

Bedømmelseskriterier:

Opfyldelse af fagets læringsmål. Se ovenfor.

Tidsmæssig placering:

Ved fagets afslutning

## 2.4. Eksamen i Servicedesign & Oplevelsesøkonomi

Der vil være en række mindre opgaver (gruppeopgaver og individuelle opgaver), som skal udføres på vegne af en erhvervs virksomhed eller en organisation i løbet af semesteret (det kunne f.eks. være feltforsøg), som er obligatoriske at udføre og aflevere for at blive indstillet til begge eksaminer.

Til eksamen vil der være en individuel mundtlig eksamen og en mundtlig gruppeeksamen. Hver af de 2 beskrevne elementer tæller 10 ECTS-point og skal som minimum bestås med karakteren 02. Eksamen 1, skal være bestået for at deltage i eksamen 2. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Eksamen 1: Individuel mundtlig eksamen: Der vil blive eksamineret i to opgaver: den ene opgave vil være i Servicedesign og den anden opgave vil være i Oplevelsesøkonomi. Valg af opgave vil ske ved lodtrækning mellem forskellige emner indenfor hvert af de nævnte fag. Der er afsat i alt 25. min. pr. studerende. Den studerende vil blive testet i evnen til at anvende teori som springbræt for forslag til nyeforretningssideer.

Eksamen 2: Mundtlig gruppeeksamen: Her vil der deltage udvalgte personer fra den erhvervs virksomhed eller organisation i Danmark, som de studerende har arbejdet for undervejs i løbet af semesteret. Disse personer vil være med til at vurdere de nye løsningsforslag/forretningssideer, som foreslås.

Reeksamen Afholdes efter samme regler som ordinær eksamen.

Har du afleveret din portfolio (alle dine besvarelser af opgaver på opgavelisten) med tilfredsstillende resultat skal denne ikke udarbejdes igen, men bruges til eksamen på samme vilkår som den ordinæreeksamen.

Forudsætninger for deltagelse i prøven: Ingen.

Formkrav: Se ovenfor.

Bedømmelseskriterier: Opfyldelse af fagets læringsmål. Se ovenfor.

Tidsmæssig placering: Ved semesterets afslutning.

## **2.5. Exam in Digital Marketing & Video Content**

There are two individual exams:

1. Digital Marketing = 3 hours written exam
2. Content Creation = 30 minutes oral exam based on different content, that you have to produce yourself

Grading according to the Danish 7-step system. The student gets a grade for each part. Each part equals 10 ECTS.

In regards to the oral exam, the students will be examined in the content they have created during the semester. The written exam will be related to a self-chosen company. The questions will be practical as well as theoretical.

Schoolbooks and personal notes are allowed during the written exam. It is **not allowed** to use the internet. A violation of this will be regarded as cheating.

### **2.5.1. Exam in Digital Marketing**

Requirements for participation in the test:

None

The planning and contents of the test:

3 hours written exam.

Schoolbooks and personal notes are allowed during the written exam. It is **not allowed** to use the internet. A violation of this will be regarded as cheating.

Formal requirements:

See above.

Assessment criteria:

Fulfilment of the learning objectives. See above.

Temporal placement:

At the end of the semester

### **2.5.2. Exam in Video Content Creation**

Requirements for participation in the test:

Fulfilment of the learning objectives. See above.

The planning and contents of the test:

30 minutes oral exam based on different content that you have to produce yourself.

In regards to the oral exam, the students will be examined in the content they have created during the semester. The written exam will be related to a self-chosen company. The questions will be practical as well as theoretical.

Formal requirements:

See above.

Assessment criteria:

Fulfilment of the learning objectives. See above.

Temporal placement:

At the end of the semester

## **2.6. Prøve i praksisnært entreprenørskab**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Har deltaget i en pitch, udarbejdet logbog og synopsis, der tilsammen udgør det praktiske produkt.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition. Intern censur.

Formkrav:

30 minutters mundtlig eksamen inklusiv 10 minutters oplæg fra den studerende, 15 minutters eksamination med spørgsmåls udveksling og 5 minutters votering.

Bedømmelseskriterier:

7-trins skalaen.

Tidsmæssig placering:

Aflevering af logbog og synopsis inden den 3. december 2021 kl. 12.00 i Wiseflow.

Mundtlig eksamen afholdes den 10. december 2021.

## **2.7. Prøve i digital markedsføring**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Aflevering af synopsis (praktisk produkt).

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition.

Intern censur.

Formkrav:

30 minutters mundtlig eksamen inklusiv 10 minutters oplæg fra den studerende, 15 minutters eksamination med spørgsmålsudveksling og 5 minutters votering.

Bedømmelseskriterier:

7-trinsskalaen.

Tidsmæssig placering:

Aflevering af synopsis inden den 7. januar 2022 kl. 12.00 i Wiseflow.  
Mundtlig eksamen afholdes den 14. januar 2022.

## **2.8. Prøve i kunstig og kollektiv intelligens i markedsføring.**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:  
En dags kursus i Qiark crowdsourcing

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:  
Prøven gennemføres som en gruppe eksamen. På baggrund af en case skal de studerende i grupper på 3-4 personer selv lave en Crowdsourcing undersøgelse, som de efterfølgende skal fremlægge og diskutere til eksamen. Eksamen varer 45 min inkl. Votering.

Cases udleveres den 3. december kl. 08:30

Aflevering af Crowd sourcing undersøgelse den 7. januar senest kl. 12:00  
Mundtlig eksamen den 14. januar.

Der gives karakter efter 7-trinsskalaen, hvor den skriftlige del vægter 50 % og den mundtlige del vægter ligeledes 50 % af den samlede karakter. Der gives en samlet karakter.

Reeksamen afholdes efter samme regler som ordinær eksamen.

Formkrav:  
Se ovenfor.

Bedømmelseskriterier:  
Opfyldelse af fagets læringsmål. Se ovenfor

## **2.9. Prøve i digital markedsføring, kommunikation og ledelse**

Forudsætninger for deltagelse i prøven:  
At den studerende har lavet en hjemmeside og afleveret minimum 3 af de opgaver som de bliver præsenteret for i forløbet.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:  
Mundtligt prøve i din hjemmeside samt præsentation af 2 valgfrie opgaver fra forløbet.  
30 minutters individuel, mundtlig eksamen:  
Individuelt oplæg op til 15 min.  
Eksamensdialog ca. 10 min.  
Votering og feedback 5 min.

Formkrav:  
Ingen.

Bedømmelseskriterier:  
Prøven vurderes på baggrund af 7-trinsskalaen, og er en helhedsvurdering på baggrund af den afleverede hjemmeside og den mundtlige præstation.  
Hjemmesiden skal vise din viden, færdigheder og kompetencer i valgfaget "Digital markedsføring, kommunikation og ledelse.

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

(English)

See the local part of the curriculum, for rules related to tests, e.g. re-examination due to illness, cheating at exams, and plagiarism, complaints, appeals, as well as other rules for the programme.

#### **4. Ikrafttrædelse (Effective date)**

Valgfagskataloget er gældende for de studerende, der skal vælge valgfag for efteråret 2021.

The elective course catalogue is effective for students who choose elective courses for the autumn 2021.