

Studieordning 2017-2019 samt 2018-2020  
**Markedsføringsøkonom**

Erhvervsakademi MidtVest

August 2018



## Indhold

1	Studieordningens rammer .....	4
1.1	Studieordningens ikrafttrædelsesdato .....	4
1.2	Overgangsordninger .....	4
1.3	Studieordningens lovmæssige rammer .....	6
1.4	Kompetenceprofil for en markedsføringsøkonom.....	7
2	Uddannelsens indhold .....	8
2.1	Uddannelsens opbygning .....	9
2.2	Kerneområder .....	10
3	Obligatoriske uddannelseselementer .....	18
3.1	Valgfrie uddannelseselementer .....	27
3.2	Praktik.....	27
3.3	Krav til det afsluttende eksamensprojekt .....	29
4	Merit og regler for uddannelsen.....	30
4.1	Merit og studieskift .....	30
5	Godkendelse .....	30
6	Regler for praktikkens gennemførelse.....	31
7	Angivelse af anvendte undervisnings- og arbejdsformer .....	31
8	Hjælpe midler.....	32
9	Læsning af tekster på fremmedsprog .....	32
10	Internationalisering.....	32
10.1	Dele af uddannelsen, der kan gennemføres i udlandet .....	33
10.2	Aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner .....	33
11	Prøver og eksamener på uddannelsen .....	34
11.1	Prøver og delprøver .....	34
11.2	Eksaminer .....	34
11.2.1	Obligatoriske aktiviteter og bundne forudsætninger .....	35
11.2.2	Regler om tidspunkt for bestået førsteårsprøve .....	36
12	JTI test på EAMV .....	36
13	Studiestartsprøve.....	36
14	InnoCamp på EAMV .....	37

15	Plagiat.....	37
16	Krav til skriftlige opgaver og projekter.....	38
16.1	Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen) .....	38
16.2	Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen) .....	38
16.2.1	Det afsluttende eksamensprojekt.....	39
16.2.2	Forudsætninger.....	39
16.2.3	Indhold .....	39
16.2.4	Forløb .....	39
16.2.5	Formulerings- og staveevne i det afsluttende eksamensprojekt .....	40
16.2.6	Anvendelse af hjælpemidler .....	40
16.2.7	Særlige prøvevilkår.....	40
16.2.8	Anvendt sprog ved prøverne .....	40
16.3	Afholdelse af syge- og omprøve .....	40
16.4	Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen .....	41
17	Andre regler for uddannelsen.....	41
17.1	Regler om mødepligt .....	41
17.2	Merit .....	41
17.3	Studieaktivitet.....	42
17.4	Regler om udskrivning af studiet ved manglende studieaktivitet.....	42
17.5	Dispensationsregler .....	42
17.6	Klager .....	42
18	Bilag:.....	44
1.	semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:.....	44
18.1.1	1. interne eksamen .....	44
2.	semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:.....	46
18.1.2	1. eksterne eksamen – case eksamen.....	46
18.1.3	2. interne eksamen - Internationalisering .....	49

# 1 Studieordningens rammer

## 1.1 Studieordningens ikrafttrædelsesdato

Studieordningen gælder for studerende med studiestart 28.08.2017.

Studieordningen gælder for studerende med studiestart sommer 2016 med tilbagevirkende kraft, og fællesdelen er fælles for følgende institutioner:

Erhvervsakademi MidtVest <a href="http://www.eamv.dk">www.eamv.dk</a>	Erhvervsakademi SydVest <a href="http://www.easv.dk">www.easv.dk</a>
Erhvervsakademi Dania <a href="http://www.eadania.dk">www.eadania.dk</a>	KEA <a href="http://www.kea.dk">www.kea.dk</a>
Erhvervsakademi Lillebælt <a href="http://www.eal.dk">www.eal.dk</a>	IBA Erhvervsakademi Kolding <a href="http://www.iba.dk">www.iba.dk</a>
Erhvervsakademi Sjælland <a href="http://www.easj.dk">www.easj.dk</a>	Cph Business <a href="http://www.chpbusiness.dk">www.chpbusiness.dk</a>

## 1.2 Overgangsordninger

### Overgangsordning fra gammel studieordning (før 2015) til andet semester på ny studieordning:

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

### Studerende som har gennemført 1. semester eller 1. og 2. semester på tidligere studieordning:

Det anbefales, at studerende overflyttes til den nye studieordning og følger neden stående studieforløb.

Det er muligt for den studerende at færdiggøre sin uddannelsen efter den studieordning, som den studerende oprindeligt blev optaget på.

	Studieforløb for studerende på 2. semester på gammel studieordning	Studieforløb for studerende på 3. semester på gammel studieordning

<b>Modul på gammel studieordning</b>	<b>International markedsføring</b>	<b>International markedsføring</b>
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Analysemetoder, dataindsamling og databehandling	Parametermix og servicemarketing
Opfyldes med følgende læringsaktivitet på ny studieordning	Segmentering, positionering og målgruppevalg	Marketingplanen, B2B og B2C
<b>Modul på gammel studieordning</b>	<b>Organisation og SCM</b>	<b>Økonomi</b>
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Kulturteorier og metoder	Budgettering og parameteroptimering
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	-	Prisstrategier og prisfastsættelsesmetoder
<b>Modul på gammel studieordning</b>	<b>Salg og markeds kommunikation</b>	
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Salg og forhandlingsteknik	<b>Salg og markeds kommunikation</b>

Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	-	Markedskommunikation
<b>Modul på gammel studieordning</b>	<b>Erhvervsret</b>	-
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Juridisk metode	-
Opfyldes med følgende fag på ny studieordning	Regler for indsamling og behandling af persondata	-

### 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. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om Erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: 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. 223 af 11/03/2014: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 713 af 27/05/2015: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK)

Bekendtgørelser og love kan findes på [www.retsinfo.dk](http://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.

### **Viden**

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.
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

Markedsøkonomuddannelsen 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, svarende til 30 ECTS.

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 ledelse (10 ECTS)	10 ECTS	
	Erhvervsret (5 ECTS)	5 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer			20 ECTS
Praktik			15 ECTS
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
<b>I alt ECTS</b>	(70 ECTS)	<b>60 ECTS</b>	<b>60 ECTS</b>

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	X	7-trins skala	1
1. eksterne	Taktisk og operationel markedsføring B2C Taktisk og operationel markedsføring B2B	X	7-trins skala	2
2. interne	Internationalisering	X	7-trins skala	3
3. Interne	Valgfrit element 1	X	7-trinsskala	3
4. Interne	Valgfrit element 2	X	7-trinsskala	3
5. Interne	Praktik	X	Bestået / ikke-bestået	4
2. eksterne	Afsluttende projekt	X	7-trinsskala	4

### 2.2 Kerneområder

Uddannelsen dækker fem kerneområder og udgør 70 ECTS

## Kernområde 1: International markedsføring

**Omfang:** 25 ECTS

### **Indhold:**

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.

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.

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.

### **Læringsmål:**

#### **Viden og forståelse**

Den studerende har viden om:

- 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**

Den studerende kan:

- Vurdere teoretiske og 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**

Den studerende kan:

- 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 makro-økonomiske 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 af 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 salgpsykologi
- 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.

### Læringsmål:

Viden og forståelse

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Juridisk metode, informationssøgning og retskilder herunder disses indbyrdes hierarki
- Reglerne for markedsføring, e-handel og varemærkebeskyttelse
- Reglerne for indsamling og behandling af persondata i relation til kunderne
- Reglerne for aftaleindgåelse, herunder digital aftaleindgåelse, fuldmagt og ugyldighed
- Reglerne for handelskøb
- Forbrugeraftalelovens regler om forbrugerkøb, herunder regler for fortrydelsesret
- Virksomhedsformer, herunder hæftelse
- Grundlæggende erstatningsbetingelser, arbejdsgiveransvaret, produktansvarsloven samt det i retspraksis udviklede produktansvar.

## Færdigheder

Den studerende kan:

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til:
  - Markedsføringsret
  - Aftaleret
  - Køberet, herunder
    - Risikoovergang
    - Levering
    - Ejendomsforbehold
    - Misligholdelse i handels- og forbrugerkøb
  - E-handel
  - Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer.

## Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere en vurdering af, 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 skiftlig 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
- Skriftligt formidle en professionel rapport samt præsentere væsentlige konklusioner med fokus på modtageren.

### Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i ledelse 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 relationsstyring samt planlægningsprincipper
- Deltage i planlægningen af virksomhedens vareflow
- Skal i en struktureret sammenhæng kunne udarbejde kulturanalyser og sammenligne kulturelle forskelle.

### 3 Obligatoriske uddannelseselementer

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

**Tablel: Fordeling af ECTS på obligatoriske uddannelseselementer**

Obligatoriske uddannelseselementer						
Kerneområder	1. semester			2. semester		3. semester
	Forretningsforståelse	Metode	Markedsforståelse	Taktisk operationel markedsføring B2C	Taktisk operationel markedsføring B2B	Internationalisering
Int. Markedsføring	1	6	5	5	3	5
Økonomi	1	2	2	6	4	5
Salg og Markedskom			5	5		
Erhvervsret			2	3		
Org. og Supply Chain management	3	2	1	1	3	
<b>ECTS i alt</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Udprøvnings</b>	<b>1 prøve</b>			<b>1 prøve</b>		<b>1 prøve</b>

## 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:

- 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 som Balanced Scorecard og Miljøregnskab
- 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
- At Grundlæggende 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
- At 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 projektforsløb
- 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 sammenhæng 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 forbrugers overskud.
- 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 dets profitabilitet
- At vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsatser
- At opstille markedsføringsbudget herunder estimering af indtægter og omkostninger og dets 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 samarbejdspartnere, såsom reklame- og mediebyråer
- At 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.



## 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 samarbejdspartnere, såsom reklame- og mediebyråer
- At 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
- Investerings teori 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 i udarbejdelse af virksomhedens internationale vækst- og markedsføringsstrategier under hensyntagen til økonomiske konsekvenser af makroøkonomiske tiltag og på virksomhedens økonomi

## 3.1 Valgfrie uddannelseselementer

Der henvises til valgfagskataloget, der udleveres og gennemgås forud for tidspunktet for valg af valgfagene.

## 3.2 Praktik

Praktik
<p><b>Indhold</b></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><b>Omfang: 15 ECTS - 4. semester</b></p>
<p><b>Læringsmål:</b></p> <p><b>Viden</b></p> <p>Den studerende skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Have dybdegående viden om erhvervet/professionen</li> <li>• Have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver inden for det erhvervsøkonomiske felt</li> </ul> <p><b>Færdigheder</b></p> <p>Den studerende skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet</li> <li>• Anvende indsamlet viden til løsning af en arbejdsopgave selvstændigt</li> <li>• Anvende uddannelsens metoder og teorier i deltagelse i løsningen af virksomhedens opgaver</li> </ul>

- Formidle og kommunikere professionelt med kollegaer, kunder og andre interessenter

**Kompetencer**

Den studerende kunne:

- 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:****Mundtlig afprøvning**

### 3.3 Krav til det afsluttende eksamensprojekt

#### Det afsluttende eksamensprojekt

##### 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 virksomhed og tager udgangspunkt i aktuelle problemstillinger for denne virksomhed.

##### Omfang: 15 ECTS – 4. semester

##### Læringsmål:

##### Viden

Den studerende har viden om:

- Metoder til identifikation og løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for professionen på et erhvervsøkonomisk grundlag

##### Færdigheder

Den studerende kan:

- 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

##### Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i fagligt og tværfagligt, 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

Udprøvning:

**Mundtlig afprøvning**

## 4 Merit og regler for uddannelsen

### 4.1 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.

#### **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.

#### **Dispensationsregler**

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

## 5 Godkendelse

Denne fælles del af studieordningen er vedtaget og godkendt af uddannelses-netværket for markedsføringsøkonomuddannelsen.

## 6 Regler for praktikkens gennemførelse

Der er på studiet en række obligatoriske aktiviteter, som den studerende skal deltage i og bestå, før den studerende kan indstilles til eksamen.

- Projekter, bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver på forudgående semester, projekter, prøveeksaminer, eksamener mv. Det vil fremgå af opgave/projektbeskrivelser, om der er tale om obligatoriske elementer, der kræves for at kunne indstille sig til eksamen.

Der indgås en skriftlig aftale mellem virksomheden, institutionen og den studerende, der beskriver praktikkens tidsmæssige placering og fastsætter mål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden. Dette er efterfølgende retningsgivende for tilrettelæggelse af den studerendes arbejde i praktikperioden. Praktikken varer i mindst 12 uger, svarende til 444 arbejdstimer i virksomheden.

Praktikken 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.

Under praktikken er den studerende tilknyttet en praktikvejleder fra uddannelsen og en kontaktperson/vejleder fra virksomheden.

Praktikken er SU berettiget og ulønnet i den aftalte praktikperiode.

Den studerende skal udarbejde en praktikrapport samt logbog over praktikopholdet. Logbogen danner eksaminationsgrundlaget for praktikprøven. Der lægges ved praktikeksamen særlig vægt på den studerendes refleksioner over egen faglig såvel som personlig læring i praktikforløbet.

## 7 Angivelse af anvendte undervisnings- og arbejdsformer

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

Erhvervsakademiuddannelserne er baseret på nyeste viden gennem arbejde med forsknings- og udvikling i tæt samarbejde med erhvervslivet. Dette arbejde har til formål at styrke undervisningen og sikre en fortsat høj faglighed, praksisnærhed og relevans på uddannelsen.

Erhvervsakademiuddannelserne fokuserer på anvendt forskning -og udvikling, og i den forbindelse arbejdes med videnomsætning i relation til de studerende på samtlige EAMV's uddannelser og i relation til de virksomheder, erhverv og brancher, som EAMV's uddannelser retter sig imod. Forsknings- og udviklingsarbejdet sker desuden i et samspil med andre vidensinstitutioner, som

f.eks. universiteter. I relation til undervisningen arbejdes med evidens, således at undervisningen baseres på den bedste tilgængelige viden og praksisnærhed.

Således tilstræbes det, at undervisningen til stadighed inddrager nyeste viden med relevans for den studerende og for de aftagende virksomheder. På hvert semester arbejdes der med eksempler og projektopgaver fra erhvervslivet, og hvor det er hensigtsmæssigt inviteres oplægsholdere fra erhvervslivet, ligesom der i visse tilfælde arrangeres virksomhedsbesøg. På den måde sikrer EAMV en undervisning med tæt tilknytning til aktuel og ny viden meget tæt på praksis.

På EAMV er der fokus på en fortsat kapacitetsopbygning rettet mod at kvalificere undervisningen. Der arbejdes målrettet med udvikling af undervisernes pædagogiske og faglige kompetencer, så de på bedst mulige vis kan lede de studerendes læringsprocesser.

EAMV deltager i erhvervsakademisektorens udviklingsarbejde inden for forsknings- og udviklingsområdet, og bidrager på den måde til sektorens udvikling samtidig med, at vi kan trække de øvrige erhvervsakademiers viden og kompetencer.

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.

## 8 Hjælpemidler

Studerende med handicaps, som reducerer fx læse/skrivehastighed kan tilbydes specielle ordninger i forbindelse med undervisning, eksamen og lignende. Hvis den studerende ønsker at undersøge mulighederne for en sådan ordning, er det vigtigt, at den studerende henvender sig til studievejlederen så tidligt i studiet som muligt.

## 9 Læsning af tekster på fremmedsprog

En del af litteraturen på uddannelsen kan være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelseselementer, der helt eller delvist vil foregå på engelsk. Dette gælder også for diverse eksamensmaterialer og eksamensaktiviteter.

## 10 Internationalisering

På samtlige af EAMV's uddannelser, arbejdes der med et internationalt aspekt, med det formål at styrke den studerendes kompetencer til at kunne begå sig i internationale miljøer, på såvel det danske som det udenlandske uddannelses- og arbejdsmarked. Inden for uddannelsens faglige felt er der i undervisningens tilrettelæggelse indarbejdet internationale læringselementer, som skal



bidrage til at ruste og motivere den studerende til at løse relevante problemstillinger og evt. søge yderligere internationalt rettede udfordringer som et element i uddannelsen.

Som en del af studiet er der mulighed for arbejde med internationale projekter og problemstillinger, ligesom der er mulighed for at gennemføre en del af studiet i udlandet. I starten af uddannelsesforløbet vil de studerende blive vejledt i de forskellige tilbud og muligheder, der er i forbindelse med uddannelsen.

For nærværende uddannelse er der tilrettelagt følgende internationale aktiviteter:

En del af undervisningen på MAK foregår på engelsk, og der benyttes en del engelsk litteratur. Caseoplæg til eksamen og lignende kan også være udformet på engelsk.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse et semester i udlandet. Ligeledes vil praktikforløbet på 4. semester kunne ske i udlandet.

EAMV støtter den studerende i at finde uddannelsesstilbud hos udenlandske udbydere, der ækvivalerer læringsmålene for Markedsføringsøkonomuddannelsen. Praktikforløbet kan endvidere gennemføres i udlandet.

På uddannelsens 3. semester kan der planlægges en studietur til et andet land, hvor der konkret kan arbejdes med semesterets tema om internationalisering.

### 10.1 Dele af uddannelsen, der kan gennemføres i udlandet

Det er altid muligt at gennemføre praktikforløbet og det afsluttende eksamensprojekt i udlandet.

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.

Forud for udenlandsopholdet, vil EAMV og den studerende gennemgå det ønskede uddannelsesforløb med henblik på læringsmål, således, at det sikres, at den studerende har mulighed for at opnå de nødvendige kompetencer.

### 10.2 Aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner

Der er pt. ingen faste aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner.

# 11 Prøver og eksamener på uddannelsen

## 11.1 Prøver og delprøver

### Indstilling til eksamener

Der er på studiet en række obligatoriske aktiviteter, som den studerende skal deltage i og bestå, før den studerende kan indstilles til eksamen.

Krav for 1. årsprøve (1. eksterne eksamen):

- JTI-profiltest
- InnoCamp
- Aflevering af bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver, projekter, prøveeksamener m.v. angivet i den gældende studieordning
- **Forudgående eksamener i løbet af 1. studieår skal være bestået (gælder også studiestartsprøven)**

Krav for 2. interne eksamen på 3. semester:

- Aflevering af bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver, projekter, prøveeksamener m.v. angivet i den gældende studieordning.

Krav for at starte i praktikforløb:

- Aflevering af bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver, projekter, prøveeksamener, eksamener m.v. på forudgående semester.

Krav for at kunne gå til praktikeksamen:

- Gennemført praktikophold
- Aflevering af praktiklogbog samt praktikrapport mv. jf. studieordningen

Krav for at kunne forsvare det afsluttende eksamensprojekt:

- Alle forudgående eksamener og obligatoriske aktiviteter er gennemført og bestået.

## 11.2 Eksamener

Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre.

Eksamenscases kan være på dansk og engelsk

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. sem	2. sem	3. sem	4. sem
	Intern/eksten	Fælles/institutions-specifik				
Eksamen i forretningsforståelse, Metode og markedsforståelse (1. interne eksamen)	Intern	Intern	Januar Mundtlig			
Eksamen i Taktisk og operationel markedsføring B-C	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Alt. December /Januar Skriftlig		

Taktisk og operationel markedsføring B-B 1. eksterne eksamen						
Eksamen i Internationalisering 2. interne eksamen	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skriftlig	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement 3. interne eksamen	Intern	Instituti- onsspecifik. Afhænger af det valgte fag			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i valgfrit uddannelseselement  (4. interne eksamen)	Intern	Instituti- tions- specifik. Afhænger af det valgte fag			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

### 11.2.1 Obligatoriske aktiviteter og bundne forudsætninger

Alle obligatoriske aktiviteter (bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver, projekter) ud over selve eksamen, som er nævnt ovenfor, skal bestå i højst to forsøg, for at den studerende kan indstilles til eksaminer og praktik. Hvis den studerende får behov for at gå op igen (sygeeksamen, reeksamination eller lign.) er det dens studerende eget ansvar at tage kontakt til uddannelsesleder og studiekontoret for at aftale nærmere.

Hvis den studerende på grund af sygdom bliver forhindret i at deltage i obligatoriske og planlagte studieaktiviteter, opfordres den studerende til at indhente en lægeerklæring, hvori den studerendes læge vurderer, at den studerende grundet sygdom ikke har været/ er i stand til at følge denne studieaktivitet.

### 11.2.2 Regler om tidspunkt for bestået førsteårsprøve

1. årsprøven skal som hovedregel være bestået inden starten på den studerendes påbegyndelse af sit 2. studieår efter studiestart. Under særlige konkrete omstændigheder, kan der gives dispensation så den studerende kan fortsætte uddannelsen.

## 12 JTI test på EAMV

EAMV tilbyder samtlige studerende mulighed for at arbejde med profilværktøjet JTI (Jungiansk Type Index) i forbindelse med en uddannelse på EAMV.

I forbindelse hermed testes alle studerendes JTI-profil.

Arbejdet med JTI på de enkelte uddannelser har til formål:

- 1) at effektivisere kommunikationen mellem mennesker med forskellige profiler og præferencer
- 2) at klæde den studerende på til at indgå i samarbejder
- 3) at den studerende bliver bevidst om egne og andres stærke og svage sider samt indsigt i ens egen måde at håndtere kommunikationen
- 4) at lære værdien af individuelle forskelle og ligheder for netop at kunne opnå forståelse for værdien af de præferencer, der er forskellige fra ens egne
- 5) at kende sine styrker og svagheder i forbindelse med teamarbejde, herunder hvilken rolle den studerende med fordel kan have i et team.
- 6) at blive bevidstgjort om, hvad den studerende kan byde ind med, når der f.eks. arbejdes med kreative processer.
- 7) at støtte konfliktløsning/forebyggelse af konflikter i samarbejdssituationer
- 8) at bidrage til et godt uddannelsesforløb og at fastholde den studerende

På hver enkelt uddannelse beslutter det enkelte underviserteam, hvornår det er mest hensigtsmæssigt at udføre JTI-testen. JTI testen gennemføres som en elektronisk test, og tilbagemeldingen sker på klassen af en certificeret JTI konsulent.

## 13 Studiestartsprøve

Der er i slutningen af september på 1. semester en studiestartsprøve i form af en test, som vil indeholde opgaver på tværs af de fag, som er på 1. semester. Denne prøve skal den studerende bestå for at kunne fortsætte på uddannelsen. Hvis ikke den studerende består første gang, er der en reeksamination ca. 1 uge efter. Testen afholdes i Wiseflow og er udformet som en multiple choice, er uden hjælpemidler og varer 1 time.

For at bestå studiestartsprøven skal den studerende have svaret rigtigt på mindst 50 % af spørgsmålene. Den studerende skal bestå denne studiestartsprøve for at kunne fortsætte på markedsføringsøkonomuddannelsen.

Studiestartsprøven er omfattet af generelle vilkår for eksamensafholdelse, jf EAMV's eksamensreglement og punkterne i studieordningen om eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen samt brug af egne og andres arbejder.

Studiestartsprøven er ikke omfattet af punktet om klager.

## 14 InnoCamp på EAMV

Formålet med InnoCamp er at arbejde med kreative processer, for der igennem at styrke den studerendes innovative kompetencer. De studerende arbejder intensivt i tværfaglige grupper inden for en begrænset tidsramme på to dage. Samtlige fuldtidsstuderende på 1. år på EAMV skal deltage i InnoCampen.

Det er målet, at de studerende skal trænes i at arbejde tværfagligt og løse en konkret opgave i grupper under et stort tidspres. Grupperne sammensættes på tværs af uddannelser og evt. JTI profil. De studerende bliver endvidere trænet i at generere nye idéer og arbejde med innovative løsninger på de stillede problemer. Et andet vigtigt delmål er at træne de studerende i at lave en præsentation.

Eksterne deltagere, f.eks. erhvervsledere og eksperter deltager på forskellig vis med indlæg og dommerbedømmelser. Der stilles konkrete opgaver og problemer til hver gruppe. Det hele foregår i en samarbejdsorienteret og livlig atmosfære, hvor deltagerne arbejder under tidspres.

Underviserne deltager som facilitatorer. Deres hovedopgave er at lede grupperne gennem arbejdsprocessen - herunder at motivere grupperne til at løse opgaven i et konstruktivt ligeværdigt samarbejde.

## 15 Plagiat

Det er ikke tilladt at plagiere opgaver, afleveringer, projekter i forbindelse med eksamen eller under eksamen.

Det betyder, at en studerende ikke uretmæssigt må skaffe hjælp fra andre, yde hjælp til andre, har udgivet en andens arbejde for sit eget eller anvendt eget tidligere bedømt arbejde uden henvisning.

Alle eksamensprojekter, eksamensopgaver og afleveringer, der indgår i en eksamensbedømmelse, bliver kontrolleret for plagiat/afskrift fra Internettet, faglitteratur og tidligere afleverede opgaver fra EAMV og andre uddannelsesinstitutioner.

Ved konstateret plagiat/afskrift vil afleveringen blive afvist, og den studerende indstilles til reeksamen.

Såfremt der anvendes materiale udarbejdet af andre, skal det tydeligt kildeangives.

Der henvises til det gældende eksamensreglement for fuldtidsstuderende på EAMV.

## 16 Krav til skriftlige opgaver og projekter

### 16.1 Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)

Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en kombineret skriftlig og mundtlig intern prøve. Den studerende skal i en individuel skriftlig rapport på max. 21.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag sammenholdt med en mundtlig prøve dokumentere:

Eksamen evaluerer:

- Den studerendes refleksion over og opnåelse af de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet, som er opstillet i praktikaftalen.
- Den studerendes perspektivering af virksomhedspraktikken i forhold til det afsluttende projekt.

Eksamen vurderes som bestået/ikke bestået på baggrund af praktikrapporten. Praktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

### 16.2 Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal som hovedregel tage udgangspunkt i den studerendes praktikophold.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab.

Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:

v. 1. studerende: 100.000 anslag

v. 2 studerende: 150.000 anslag

v. 3 studerende: 200.000 anslag

Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Det afsluttende projekt er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets intranet.

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.

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. Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet, medmindre andet er aftalt.

Studerende med andet modersmål end dansk/engelsk kan søge om dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringsevne indgår i bedømmelsen. Ansøgningen sendes til uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

Når et gruppefremstillet produkt indgår i bedømmelsesgrundlaget ved den mundtlige eksamen, skal det fremgå, hvilke dele eksaminanden selv har udarbejdet. De dele af produktet, som eksaminanden har udarbejdet, danner grundlag for bedømmelse af den skriftlige del af præstationen.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemformulering evt. med udgangspunkt i den samme virksomhed for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.

Prøver, prøveeksaminer samt eksaminer udleveres- og afleveres som hovedregel i Wiseflow.

#### 16.2.1 Det afsluttende eksamensprojekt

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende skal dokumentere evne til på et metodisk grundlag at kunne bearbejde en kompleks og praksisnær problemstilling i relation til en konkret opgave inden for uddannelsens centrale områder.

#### 16.2.2 Forudsætninger

For at kunne indstilles til den afsluttende projekteksamen, skal den studerende have bestået samtlige eksaminer og obligatoriske aktiviteter på uddannelsens tre tidligere semestre samt praktikforløbet på 4. semester.

#### 16.2.3 Indhold

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal indeholde elementer fra studieopholdet.

Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Projektets problemstilling skal godkendes af EAMV.

#### 16.2.4 Forløb

EAMV udarbejder en projektbeskrivelse til hovedopgaveforløbet, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår. Denne præsenteres for de studerende, inden de påbegynder 4. semester.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt, af to og af højst tre personer i fællesskab.

Om form og omfang, se ovenstående punkter.

#### 16.2.5 Formulerings- og staveevne i det afsluttende eksamensprojekt

Studerende, der kan dokumentere en relevant specifik funktionsnedsættelse, kan søge om dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringssevne indgår i bedømmelsen. Ansøgningen sendes til uddannelsen og stiles til uddannelseschefen for uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

#### 16.2.6 Anvendelse af hjælpemidler

Det er som udgangspunkt tilladt at bruge alle hjælpemidler. Der henvises til eksamensbeskrivelsen/eksamensopgaven samt eksamensreglementet for nærmere præcisering.

#### 16.2.7 Særlige prøvevilkår

Erhvervsakademiet kan fravige de fastsatte bestemmelser for de enkelte prøver med henblik på at tillade særlige prøvevilkår til studerende med fysisk og psykisk funktionsnedsættelse, til studerende med andet modersmål end dansk og til studerende med tilsvarende vanskeligheder, når dette skønnes nødvendigt for at ligestille sådanne studerende i prøvesituationen.

Den studerende kan søge om særlige eksamensvilkår, såsom forlænget tid til skriftlig eksamen og forlænget forberedelsestid til mundtlig eksamen.

Personer med talevanskeligheder, døve og hørehæmmede kan få ekstra tid til den mundtlige eksamination.

Ansøgningen skal være EAMV's studievejleder i hænde senest 4 uger før eksamen, hvorefter uddannelseschefen orienteres. Uddannelseschefen kan, hvor der er særlige forhold, dispensere fra denne frist.

Ved alle ansøgninger skal der foreligge en faglig dokumentation for eksaminandens funktionsnedsættelse, som nødvendiggør dispensationen.

En dispensation er kun gældende for den pågældende eksamen og tilhørende reeksaminer.

#### 16.2.8 Anvendt sprog ved prøverne

Prøverne aflægges på det sprog, som undervisningen er gennemført på, med mindre andet er aftalt med eksaminator og censor forud for eksamen og de opgaver/projekter, som indgår i eksamenen.

### 16.3 Afholdelse af syge- og omprøve

Hvis den studerende på grund af sygdom bliver forhindret i at deltage i eksamen vil det som hovedregel tælle som et eksamensforsøg. Hvis den studerende vil undgå at bruge et af sine eksamensforsøg, opfordres den studerende til at indhente en lægeerklæring, hvori lægen vurderer, at den studerende grundet sygdom ikke har været i stand til at gennemføre eksamen. Lægeerklæringen betales af den studerende.



Det er den studerendes eget ansvar at få sig tilmeldt en senere sygeprøve i forbindelse med sygdom. Har den studerende ingen dokumentation for sygdom, så er den studerende automatisk tilmeldt næste omprøve, hvis den studerende ikke har bestået en afholdt eksamen.

#### 16.4 Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen

Den studerende skal vise hensyn til medstuderende under eksamen og må ikke udvise forstyrrende adfærd. Hvis den studerende udviser forstyrrende adfærd, vil det medføre bortvisning fra eksamen og dermed har den studerende brugt et forsøg.

Ved konstatering af eksamenssnyd vil den studerende ligeledes bortvises fra eksamen og dermed have brugt et forsøg.

Hvis en prøve forstyrres af uvedkommende eller en udefrakommende hændelse og afbrydes, har den studerende ret til at starte forfra. Uvedkommende personer skal bortvises af eksaminator, censor og om nødvendigt en anden underviser, så den studerende kan gennemføre sin eksamen.

Der henvises til det gældende eksamensreglement for fuldtidsstuderende på EAMV.

## 17 Andre regler for uddannelsen

### 17.1 Regler om mødepligt

Der kan forekomme perioder på studiet, hvor mødepligt er en forudsætning for at være studieaktiv og for at kunne indstille sig til eksamen.

### 17.2 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".

### 17.3 Studieaktivitet

Det er den studerendes eget ansvar at være studieaktiv. Studieaktivitet består på EAMV i at følge de planlagte undervisnings- og projektforsløb samt aflevere de skriftlige opgaver, der stilles krav om på studiet. Studieaktivitet er en forudsætning for at kunne indstille sig til eksamen. Det er derfor vigtigt, at den studerende ved sygdom eller lign. orienterer den pågældende underviser på fraværsdagen.

Med skriftlige opgaver menes projekter, rapporter, skriftlige opgaver, bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver med mere.

Opgaverne skal afleveres i den form, i det omfang og til det tidspunkt, som underviserne definerer. Som en del af studieaktiviteten skal opgaverne bestås. Opgaver, der afleveres for sent vil uden forudgående aftale ikke blive rettet/bedømt.

Hvis EAMV's undervisere vurderer, at den studerende ikke er studieaktiv, sender EAMV en skriftlig meddelelse til den studerendes E-Boks, om den konstaterede manglende studieaktivitet.

Hvis den studerende gentagne gange ikke har opfyldt kriterierne for studieaktivitet og ikke ændrer adfærd efter den skriftlige meddelelse om manglende studieaktivitet, kan EAMV vælge at tilbyde den studerende at fortsætte uddannelsen på skærpede vilkår.

### 17.4 Regler om udskrivning af studiet ved manglende studieaktivitet

Ved fortsat manglende studieaktivitet og efter at EAMV har gjort rimelige bestræbelser på at påpege dette forhold, kan EAMV betragte den studerende som værende udmeldt. EAMV giver to skriftlige meddelelser om manglende studieaktivitet.

### 17.5 Dispensationsregler

EAMV kan dispensere fra de regler i studieordningen, der er fastsat af EAMV eller akademierne, når det findes begrundet i usædvanlige forhold. Institutionerne samarbejder om en ensartet dispensationspraksis.

### 17.6 Klager

Klager over prøver behandles efter reglerne i kapitel 10-11, i bekendtgørelse nr. 1519 af 16/12/2013 om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser (eksamensbekendtgørelsen).

**Hvornår skal der klages?** Klager over eksamensforløb og karaktergivning skal indsendes senest 14 dage efter at bedømmelsen (karakteren) er blevet meddelt eller offentliggjort.

**Hvordan skal der klages?** Den studerende skal – individuelt - indgive en skriftlig og begrundet klage til uddannelsesinstitutionen. Klager der indgives af flere studerende i fællesskab kan blive afvist.

**Hvad kan der klages over?** Der kan klages over eksaminationsgrundlaget, prøveforløbet eller bedømmelsen (karakteren).

**Hvem behandler klagen?** Klager behandles normalt af uddannelsesinstitutionen. Undtaget er dog klager over prøvegrundlaget, hvis prøven er udstedt af Styrelsen for Videregående Uddannelser. I disse tilfælde videresendes klagen til Styrelsen sammen med uddannelsesinstitutionens udtalelse.

**Mulighed for anke af faglige spørgsmål:** Hvis den studerende ikke får medhold i en klage vedrørende faglige spørgsmål, kan den studerende indbringe afgørelsen for et ankenævn, der nedsættes af uddannelsesinstitutionen. Anken skal være skriftlig og begrundet. Anken sendes til uddannelsesinstitutionen senest 2 uger efter at du har fået meddelt afgørelsen.

**Mulighed for klage over retlige mangler:** Den studerende kan klage over retlige mangler ved afgørelser truffet i forbindelse med om-bedømmelse af prøven (dvs. efter om-bedømmelse, som er tilbudt af uddannelsesinstitutionen), eller i forbindelse med ankenævnets afgørelse. Klagen indgives til uddannelsesinstitutionen inden for en frist på 2 uger fra den dag, hvor du har fået meddelelse om afgørelsen. Uddannelsesinstitutionen træffer herefter afgørelse.

Klage over øvrige retlige mangler i afgørelser truffet af uddannelsesinstitutionen i henhold til eksamensbekendtgørelsen, kan indbringes for Styrelsen for Videregående Uddannelser. Klagen indgives til uddannelsesinstitutionen inden for en frist på 2 uger fra den dag, hvor den studerende har fået meddelelse om afgørelsen. Klagen adresseres til Styrelsen for Videregående Uddannelser, men indgives til uddannelsesinstitutionen, som afgiver udtalelse inden klagen videresendes til Styrelsen.

#### **Hvad er faglige spørgsmål og hvad er retlige mangler?**

**Faglige spørgsmål:** Er bedømmelsen korrekt ud fra en faglig vurdering af din præstation? Er du eksamineret i det korrekte pensum? Er der dele af opgaven, som eksaminator og censor ikke har bedømt eller forstået? Er der mangler ved forholdene under prøvens afholdelse?

**Retlige mangler:** Retlige mangler kan for eksempel være, hvis der i forbindelse med prøven eller sagsbehandlingen er tale om

- Inhabilitet
- at retsreglerne er anvendt forkert
- at der ikke er foretaget partshøring
- at der ikke er foretaget sags oplysning
- at der er anvendt forkert procedure
- at der ikke er givet klagevejledning i forbindelse med en afgørelse

## 18 Bilag:

### Eksamensbeskrivelser:

#### 1. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:

FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER

PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

---

#### 18.1.1 1. interne eksamen

---

Prøveform	<p>Den 1. interne eksamen består af en prøve og afholdes ved udgangen af 1. semester. Prøven består af en tilfældigt trukket case og spørgsmål til pensum.</p> <p>Det er en forudsætning for at gå til en individuel mundtlig eksamination, at den studerende har bestået de forudgående bundne forudsætninger (studiestartsprøven, Projekt A, Projekt B og Projekt C). Ved den mundtlige eksamination trækker den studerende en mindre case med tilhørende spørgsmål. Efter 20 minutters forberedelse eksamineres i den trukne case med tilhørende spørgsmål. Cases og informationer om virksomheder kan være på engelsk.</p> <p>Den mundtlige eksamen afprøver bredt læringsmålene for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester.</p>
Mundtlig eksamination	<p>På eksamensdagen trækker den studerende en kort case og opgavebeskrivelse i udvalgte dele af 1. semesters fulde pensum.</p>

	<p>Den studerende får 20 minutters forberedelsestid, hvorefter den mundtlige eksamination ved en kendt underviser og en intern censor gennemføres. Eksamen har en varighed af 20 minutter inkl. votering.</p> <p>Forløbet af den mundtlige eksamination er:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 minutter: Eksamination i den stillede case og spørgsmål</li> <li>• 5 minutter: Evaluering og tilbagemelding fra eksaminator</li> </ul>
Bedømmelse	<p>Karakteren for delprøve 1 gives som en bedømmelse af den studerendes besvarelse af caseopgaven.</p> <p>Der gives én karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for prøven.</p> <p>Karakteren vil blive offentliggjort på Wiseflow – senest 4 uger efter eksamen.</p>
Om-eksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke deltager, indstilles den studerende automatisk til næstkommende reeksamen.</p> <p>Reeksamen sker på samme beslutningsoplæg, som første eksamen.</p>

## 2. semesters prøve i obligatoriske uddannelseselementer:

### FORMALIA I FORBINDELSE MED EKSAMENER

#### PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

##### 18.1.2 1. eksterne eksamen – case eksamen

<p><b>Facts om års- prøven jf. studieordningen</b></p>	<p>Den 1. eksterne eksamen består af en prøve og afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En tværfaglig case baseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed</li></ul> <p>Den tværfaglige case eksamen er en 6 timers prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Case eksamen skal bredt afprøve læringsmålene for uddannelseselementerne på 2. semester. 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"><li>• Navnet på den virksomhed, som skal analyseres</li><li>• Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes</li><li>• Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked</li></ul> <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><b>Eksamensform og omfang</b></p>	<p>24 timer før eksamen får de studerende, via Wiseflow, udleveret første del af case indeholdende en virksomhed, et overordnet problemfelt og relevant case materiale. Case-materialet kan være på engelsk.</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>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 går i dybden med og eventuelle fravalg begrundes.</p> <p>Besvarelsens omfang er mellem 24.000 og 36.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.</p>
<p><b>Adgang til eksamenslokale</b></p>	<p>Der gives adgang til eksamenslokalet 1 time før den skriftlige eksamen starter.</p> <p>Husk at møde i god tid til eksamen – Den studerende skal sidde på sin plads og være klar til eksamen 15 minutter før eksamensstart.</p> <p>Lokaleoversigt oplyses på infoskærmen ved administrationen.</p>
<p><b>Hjælpemidler</b></p>	<p>Alle hjælpemidler er tilladt, inkl. brug af internet. Det er dog ikke tilladt at kommunikere under eksamen, hverken fysisk eller elektronisk.</p> <p>Det er ikke tilladt at anvende mobiltelefon, og den studerende må ikke sidde med hovedtelefoner på under eksamen.</p> <p>Endvidere må virksomheden eller dennes samarbejdspartnere ikke kontaktes. Overholdes dette ikke, opfattes dette som snyd, og den studerende vil blive bortvist fra eksamen.</p> <p>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.</p>

IT-udstyr	<p>Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Wiseflow i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt, at den studerendes login-oplysninger virker.</p> <p>Den studerende skal selv medbringe PC, strømforsyning og USB stik til eksamen.</p> <p>Hvis håndskrevne noter ønskes inddraget i vurderingen, vil der vil være en USB-printer til rådighed ved lokalet.</p> <p>Den studerende har selv ansvaret for egen PC. Der ydes ingen hjælp fra skolens side, hvis der opstår tekniske problemer med PC'en.</p>
Margen og linjeafstand	<p>Margen: anbefalet 2,54 cm i top, bund og sider Linjeafstand: anbefalet 1,15</p>
Oplysninger i sidehoved	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eksamensbetegnelse: <i>1. eksterne, case eksamen</i></li> <li>• Studerendes navn</li> <li>• Holdnavn</li> <li>• Eksamensdato</li> <li>• Sidetal</li> </ul>
Aflevering af eksamensbesvarelse	<p>Besvarelsen skal uploades til Wiseflow i PDF format.</p>
Bedømmelse	<p>Der gives karakter efter 7-trins-skalaen, som påføres eksamensbeviset</p> <p>Karakteren bliver offentliggjort via Wiseflow senest 4 uger efter eksamen.</p>
Om eksamen	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen.</p>
Yderligere information	<p>Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.</p>



### 18.1.3 2. interne eksamen - Internationalisering

<b>Eksamensform</b>	<p>4 timers tværfaglig individuel skriftlig prøve i de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester.</p> <p>Den skriftlige prøve tager udgangspunkt i et case oplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Case oplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve.</p> <p>Case oplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomhed og produktområder</li><li>• Diverse kilder</li></ul> <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>
<b>Hjælpemidler</b>	<p>Alle skriftlige og elektroniske hjælpemidler er tilladte.</p> <p>Virksomheden i case oplægget må <b>ikke</b> kontaktes! Brud på denne regel vil blive betragtet som eksamenssnyd.</p>
<b>Adgang til eksamenslokale</b>	<p>Der gives adgang til eksamenslokalet 1 time før den skriftlige eksamen starter.</p> <p>Husk at møde i god tid til eksamen – Den studerende skal sidde på sin plads og være klar til eksamen 15 minutter før eksamensstart.</p> <p>Lokaleoversigt oplyses på infoskærmen ved administrationen.</p>
<b>IT-udstyr</b>	<p>Den studerende er selv ansvarlig for at have adgang til Wiseflow i forbindelse med aflevering af opgaven. Det er derfor vigtigt at sikre sig, at man har et brugbart login.</p>

<p><b>Besvarelsens opbygning</b></p>	<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>
<p><b>Oplysninger i sidehoved</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eksamensbetegnelse: <i>2. interne eksamen</i></li> <li>• Studerendes navn</li> <li>• Holdnavn</li> <li>• Eksamensdato</li> <li>• Sidetal</li> </ul>
<p><b>Linjeafstand og margen</b></p>	<p>Se det enkelte erhvervsakademis regler på området.</p>
<p><b>Aflevering af besvarelse</b></p>	<p>Den skriftlige besvarelse skal afleveres på Wiseflow i PDF format.</p>
<p><b>Bedømmelse</b></p>	<p>Der gives karakter efter 7-trins skalaen, som påføres eksamensbeviset.</p> <p>Karakteren bliver offentliggjort via Wiseflow senest 4 uger efter eksamen.</p>
<p><b>Om-eksamen</b></p>	<p>Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, indstilles den studerende automatisk til næstkommende reeksamen. Dato for re- og sygeeksamen fremgår af aktivitetsplanen.</p>
<p><b>Yderligere information</b></p>	<p>Se eksamensreglement og studieordning på Fronter.</p>