

STUDIEORDNING
for
Serviceøkonom

Del III: Lokalt fagelement - Valgfag

Ikrafttrædelse: 1. marts 2020

Indhold

1.	Valgfag på 3. semester	2
2.	Prøver i valgfag	2
3.	Databaseret eventudvikling – 5 ECTS	2
4.	Salg og Salgspsykologi – 5 ECTS	5
5.	Oplevelsesøkonomi – 5 ECTS	7
6.	Sport Management – 5 ECTS.....	9
7.	Iværksætter – 5 ECTS	11
8.	International Business Communication – 5 ECTS.....	13
9.	Public relations (PR) – 5 ECTS	15
10.	E-mail marketing – 5 ECTS	16
11.	Google Ads /Search Engine Advertising (SEA) – 5 ECTS	17
12.	International sommerskole – 5 ECTS	19
13.	Anvendelse af hjælpemidler.....	19
14.	Ikrafttrædelse.....	19

Denne studieordning skal læses i sammenhæng med den nationale og lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere, mens studieordningen lokale dele (herunder denne) er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Valgfag på 3. semester

Indhold

Som en del af de lokale fagelementer udbydes flere valgfag på uddannelsens 3. semester á 5 ECTS: Hver studerende skal vælge ét og kun ét valgfag.

Medio 2. semester vælger hver studerende sin 1., 2. og 3. prioritet mellem de udbudte valgfag. Er der for få studerende på et valgfag oprettes det ikke.

Valgfagskataloget udbydes i samarbejde mellem serviceøkonom og markedsføringsøkonom. Studerende på den uddannelse som udbyder valgfaget har første ret til deltagelse i faget.

De studerende kan følge valgfag på andre institutioner mod selv at afholde udgifter til transport, overnatning mv.

2. Prøver i valgfag

Ved begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er det samtidig automatisk tilmelding til de tilhørende prøver. Ved tilmelding bruges en prøvegang. Dette gælder dog ikke, hvor den studerende bliver forhindret i at deltage i prøven på grund af dokumenteret sygdom og barsel.

Det er altid den studerendes ansvar at sikre sig internetadgang i eksamenssituationen, og at den studerendes pc er funktionsdygtig.

Prøverne er altid på dansk, medmindre det er en del af den enkelte prøves formål at dokumentere færdigheder i fremmedsprog. Prøverne kan aflægges på svensk eller norsk i stedet for dansk, medmindre prøvens formål er at dokumentere den studerendes færdigheder i dansk.

3. Databaseret eventudvikling – 5 ECTS

Indhold

Valgfaget databaseret eventudvikling har en eventorganisation som fagets ”praksisarena”. Den studerende gennemfører gæsteundersøgelser under eventen med henblik på:

- 1) at indsamle viden og
- 2) komme med ideoplæg til oplevelsesudvikling for eventens gæster.

Den studerende introduceres til eventen, eventorganisationens ønsker til de aktuelle gæsteundersøgelser, og eventens dna kortlægges. Der udarbejdes efterfølgende et undersøgelsesdesign. Gæsteundersøgelsen foregår både kvantitativt og kvalitativt gennem spørgeskemaer og gennem en designet interviewoplevelse.

Interviewene og spørgeskemaundersøgelserne bearbejdes til en rapport til eventorganisationen, hvorefter den danner baggrund for kreative processer og teoretiske overvejelser i oplevelsesudvikling.

De studerende pitcher gruppevis det nyudviklede oplevelseskoncepter for eventorganisationen, som giver de studerende feedback. Grupperne skal have mellem 3-4 studerende.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om events og fagområdets praksis og central anvendt teori og metode
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå erhvervets anvendelse af teori og metode
- viden om dataindsamlingsmetoder, oplevelses- og eventudvikling og kreative partnerskaber.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og redskaber
- udforme og gennemføre gæsteundersøgelser på et metodisk grundlag og identificere udviklingsmuligheder
- formidle idéoplæg og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere
- arbejde med kreative metoder til event- og oplevelsesudvikling.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere gæsteundersøgelser og udviklingsorienterede situationer
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- i en praksissammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til erhvervet.

ECTS-omfang

Valgfaget Databaseret eventudvikling har et omfang på 5 ECTS-point.

Prøveform og tilrettelæggelse

Prøven er en individuel mundtlig prøve med afsæt i en individuel udarbejdet skriftlig synopsis, der afleveres 1 uge efter kursets afslutning

Formkrav til det skriftlige produkt

Form. Synopsen udformes som en ”endnu ikke udfoldet opgave”.

Indhold. Synopsen skal indeholde en refleksion over den oplevede sammenhæng af den faglige læring mellem kursets praksis, dataindsamling og teori fra kvantitative/kvalitative tilgang til brugercentreret designproces.

Feedback. Synopsen skal desuden indeholde en refleksion over den feedback, den studerende har modtaget fra eventorganisationen på sit pitch af gruppens oplevelsesdesign ved kursets afslutning.

Argumentation. Synopsen skal indeholde et undersøgelsesspørgsmål (problemformulering), der anvender dataindsamlingens resultater som argument for, hvorfor gruppens løsningsforslag med fordel for eventorganisationen kunne omsættes til virkelighed. Synopsen kan anvende kursets og uddannelsens øvrige teori i sin diskussion af undersøgelsesspørgsmålet.

Formkrav

Synopsen udarbejdes individuelt og skal have et omfang af 3-5 normalsider (en normalside udgør 2.100 tegn).

Synopsen skal indeholde:

- En forside med den studerendes data, tegnangivelse og en titel
- En kort indledning til emnefeltet
- En godkendt problemformulering (Godkendes sidste kursusdag)
- En liste over anvendt litteratur
- Pitch-materiale fra kurset vedlægges som bilag

Den mundtlige prøve

Den individuelle mundtlige eksamen har et omfang af 30 minutter, inkl. votering, og foregår som følger:

- Den studerende præsenterer og udfolder synopsen: 15 minutter
- Diskussion med eksaminator og censor af synopsen og spørgsmål til fagets læringsmål: 5-10 minutter.
- Votering: ca. 5 minutter.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Alle nedenstående forudsætninger skal være opfyldt for, at den studerende kan deltage i den mundtlige del af prøven:

- Fuld deltagelse på eventen
- Deltage i afsluttende pitch

For at gå til den mundtlige prøve skal indholdet af synopsis være redeligt. Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret (se Studieupdate).

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmål for valgfaget. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af den studerendes skriftlige og mundtlige præstation.

Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Såfremt en studerende ikke opnår karakteren 02 eller derover, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøveforsøg. Der skal ikke udarbejdes et nyt skriftligt produkt for at indstille sig til syge-/omprøve.

Ikke afleveret skriftlig besvarelse:

Hvis den studerende ikke har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, er der brugt et prøveforsøg.

4. Salg og Salgspsykologi – 5 ECTS

Indhold

Valgfaget omhandler grundlæggende salgspsykologi og hvordan man kan agere i forhold til forskellig kundefærd, tilpasse egen adfærd og kommunikation til forskellige kundetyper for derved opnå bedre salgsresultater.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller inden for salg og salgskommunikation
- viden om praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til, hvilke personlige egenskaber, der er vigtige i salgsarbejdet
- forståelse for egne styrker og svagheder i salgssammenhæng ud fra personprofilanalyse.

Færdigheder

Den studerende kan:

- arbejde kundeorienteret og anvende centrale metoder fra salgspsykologien - herunder vurdere kropssprog og forstå købmotiver

- læse, forstå og vurdere praksisnære problemstillinger i forhold til kundens forventninger og adfærd
- arbejde systematisk med i praksis at skabe tillid hos kunden ved bevidst tilpasning af salgsindsats og kommunikation overfor forskellige kundetyper.

Kompetencer

Den studerende kan:

- identificere forskellige kundetyper og forstå vigtigheden af at kunne tilpasse egen indsats i forhold til disse for derved opnå bedre salgsresultater
- håndtere kundens ønsker ved hjælp af lytte og spørgeteknik
- håndtere kundeindvendinger på en differentieret måde i relation til den enkelte.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i en rapport udarbejdet i grupper.

Formkrav til gruppeprojekt

Grupperapporten skal være på 5 sider svarende til maks. 10.500 anslag, eksklusiv bilagsmateriale. Grupperapporten skal udarbejdes i grupper med 4-5 studerende. Grupperapporten skal ikke individualiseres.

Den mundtlige prøve

Den individuelle mundtlige eksamen har et omfang af 30 minutter, inkl. votering, og foregår som følger:

- Den studerende præsenterer gruppens løsning: 5-7 minutter
- Eksamination og diskussion af såvel gruppens løsning som den studerendes individuelle perspektiver med udgangspunkt i projektet samt læringsmålene: 18-20 minutter.
- Votering: ca. 5 minutter.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Det er et forudsætningskrav for at gå til den mundtlige eksamen, at den studerede har deltaget i gruppearbejdet og afleveret den skriftlige grupperapport. Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmål for valgfaget. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af den skriftlige grupperapport og den individuelle mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Såfremt en studerende ikke opnår karakteren 02 eller derover, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøveforsøg. Der skal ikke udarbejdes et nyt skriftligt produkt for at indstille sig til syge-/omprøve.

Ikke afleveret skriftlig besvarelse

Hvis den studerende ikke har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, er der brugt et prøveforsøg.

5. Oplevelsesøkonomi – 5 ECTS

Indhold

Vi arbejder først med oplevelsesøkonomiens indvirkning på samfundet og virksomheders økonomi samt udviklingen inden for feltet. Vi analyserer og vurderer virksomheders eksisterende oplevelser og forretningsmodeller. Derfra arbejder vi med kreativ idéudvikling, skabelse af meningsfulde oplevelser og kreative designmetoder, alt sammen med gæsten i fokus. Vi udforsker begreber som autenticitet, co-creation og loyalitet i bred kontekst og ser derefter nærmere på, hvordan virksomheder og organisationer skaber værdifulde oplevelser med afsæt heri.

Faget afsluttes med udvikling af et kreativt oplevelseskoncept, som de studerende udvikler for en virksomhed eller organisation.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om definitioner, teorier og centrale modeller inden for oplevelsesøkonomi, herunder den oplevelsesøkonomiske udvikling
- Forståelse for, hvorledes virksomheder, organisationer og brancher kan skabe rammerne for oplevelser.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og vurdere konkrete virksomheders, organisationers og branchers oplevelseskoncepter ved hjælp af relevante modeller og teorier
- udvikle nye oplevelseskoncepter ved brug af relevante modeller og teorier

Kompetencer

Den studerende kan:

- identificere, analysere og vurdere forretningsmuligheder baseret på oplevelser, der aktivt involverer brugeren
- deltage aktivt i udviklingen af oplevelseskoncepter for eksisterende eller nye virksomheder på en metodisk og veldokumenteret måde
- anvende innovationsmodeller til udvikling af nye oplevelseskoncepter.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i en skriftlig aflevering udarbejdet i grupper af 3-4 studerende.

Formkrav til den skriftlige aflevering

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes en analyse og vurdering af en konkret virksomheds eller organisations oplevelser. Ud fra analysen udvikles idéer og forslag til nye oplevelselementer eller -koncepter for virksomheden eller organisationen. Analysen og idéerne skal præsenteres for opdragsgiver og denne præsentation skal dokumenteres, f.eks. ved video, fotos eller andet. Der udarbejdes et praktisk produkt bestående af præsentationsmateriale (svarende til ca. 10-12 PowerPoint slides.)

Analysen og præsentation udarbejdes i grupper af 3-4 studerende.

Præsentationsmaterialet samt dokumentationen for at der er præsenteret for opdragsgiveren, uploades til WISEflow.

Den mundtlige prøve

Den mundtlige eksamen består af en gruppedel samt en individuel del og foregår, som følger:

- Gruppen fremlægger deres praktiske produkt (præsentationen) i ca. 20 minutter, uanset gruppestørrelse. Taletid fordeles ligeligt mellem gruppens medlemmer
- Den studerende eksamineres herefter individuelt i 20 minutter, inkl. votering, hvor gruppens øvrige medlemmer forlader lokalet

Der eksamineres bredt i fagets læringsmål. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til andre dele af pensum end dem, præsentationen lægger op til.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Det er en forudsætning for deltagelse i den mundtlige del af prøven, at den studerende, sammen med sin gruppe, har deltaget aktivt i gruppearbejdet og har afleveret det praktiske produkt samt dokumentation for præsentation over for opdragsgiver.

Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret (se Studieupdate).

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for valgfaget. Den studerende tildeles en karakter på baggrund af en helhedsvurdering af gruppens præsentation og den individuelle eksamination.

Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Såfremt en studerende ikke opnår karakteren 02 eller derover, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøveforsøg. Der skal ikke udarbejdes et nyt skriftligt produkt for at indstille sig til syge-/omprøve.

Ikke afleveret skriftlig besvarelse

Hvis den studerende ikke har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, er der brugt et prøveforsøg.

6. Sport Management – 5 ECTS

Indhold

Fagelementet arbejder med udvikling og implementering af sportsorienterede aktiviteter inden for forskellige brancheområder. Der er særligt fokus på processer og redskaber til at planlægge, afvikle og evaluere sportsorienterede aktiviteter for herigennem at kunne vurdere, optimere og udvikle forskellige støtte- og kerneaktiviteter centreret omkring aktiviteten og dens formål. Heri indgår også risikostyring, økonomi, målgruppevalg og samarbejde med sponsorer og andre eksterne partnere.

Der er fokus på, hvordan der udvikles og skabes forskellige typer af aktiviteter, og hvordan arrangementerne via en sport managementproces bringes fra idéfase til afvikling og efterfølgende videreudvikling og optimering. Fagelementet indeholder ligeledes metoder til at vurdere egnetheden af et koncept i relation til målgrupper og interessenter, heri indgår også ressourcemæssige overvejelser.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om sportserhvervets og sport managements praksis og central anvendt teori og metode, herunder hvad sportserhvervet er, og hvilken udvikling erhvervet har gennemgået
- praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå sportserhvervets anvendelse af teori og metode, herunder sportsaktiviteter som strategisk, taktisk og operationelt redskab til andre formål.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende sport managements centrale metoder og redskaber, herunder risikostyring, styring af ressourcer, sponsorsamarbejder, identifikation af formål og effekt samt kan anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for sportserhvervet
- vurdere praksisnære problemstillinger i relation til sportsaktiviteter, herunder konceptvurderinger, kreative samarbejdsmuligheder med for eksempel sponsorer, bemanding ift. såvel ansatte som frivillige samt opstille og vælge løsningsmodeller
- formidle praksisnære sport management problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til udvikling og afvikling af sportsorienterede aktiviteter
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til sportserhvervet.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig prøve med afsæt i en skriftlig synopsis udarbejdet i grupper på 3-5 studerende.

Formkrav til den skriftlige synopsis

Synopsen skal have et omfang af 5-8 normalsider (en normalside udgør 2.100 tegn).

Synopsen skal indeholde:

- En forside med den studerendes data, tegnangivelse og en titel
- En liste over anvendt litteratur
- En kort indledning til emnefeltet
- En godkendt problemformulering
- En række arbejdsspørgsmål der argumentativt diskuterer løsning og refleksioner i relation til problemformuleringen, således at de reflekterer og relaterer den teoretiske forståelse med den praksisnære indsigt i forhold til kursets tematisering af frivilligledelse i praksis.

Synopsis-genren, som den studerende præsenteres for af vejleder, skal således grundlæggende forstås som 'en endnu ikke udfoldet opgave', der på hypotetisk vis diskuterer mulige løsninger på relevante problemfelter.



Den individuelle mundtlige prøve

Den mundtlige eksamination tager udgangspunkt i synopsis, og den studerende reflekterer over anvendelsen af teori i praksis i dialog med eksaminator og censor. Der afsættes 30 minutter pr. eksaminand inkl. votering.

De 30 minutters eksamination disponeres med:

- Ca. 5 minutter til den studerendes præsentation
- Ca. 20 minutter til diskussion og
- Ca. 5 minutter til votering.

Orientering om aflevering af synopsis samt mundtlig eksamination findes på Studieupdate.

Forudsætninger for at gå til eksamen

For at gå til den mundtlige del af prøven skal indholdet af synopsis være redeligt. Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Bedømmelseskriterier og censurtype

Der gives én samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af synopsis og den individuelle mundtlige præstation.

Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Såfremt en studerende ikke opnår karakteren 02 eller derover, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøvoforsøg. Der skal ikke udarbejdes et nyt skriftligt produkt for at indstille sig til syge-/omprøve.

7. Iværksætter – 5 ECTS

Indhold

Går du med en drøm om at starte din egen virksomhed, eller ønsker du at være den nytænkende og innovative medarbejder i en eksisterende virksomhed? I dette fag er der fokus på at udvikle ideer og kommercialisere dem. Du kommer til at arbejde i virksomhedsgrupper, hvor I sammen skal udvikle, validere og pitche en forretningsidé og tilhørende forretningsplan. Du kan have en idé i baghovedet, når du kommer, eller du vil blive introduceret til værktøjer, som vil gøre dig i stand til at idéudvikle på baggrund af dit kendskab til markedsføring og økonomi.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Innovation og anvendelse af innovation i praksis
- Idéudvikling som grundlag for etablering af en virksomhed
- Etableringsprocessen for en ny virksomhed

- Forretningsmodel og forretningsplanlægning
- Hvordan man starter egen virksomhed
- Oprettelse af et selskab og håndtering af processer ved at have en virksomhed
- Hvordan man skaffer risikovillig kapital til finansiering af virksomhedens første vanskelige faser
- Hvordan man ”pitcher” sin idé til investorer og samarbejdspartnere
- Betydningen af entrepreneurship, intrapreneurship, iværksætter- og selvstændighedskultur nationalt og internationalt
- Hvad der skal til for at gå i praktik i egen virksomhed.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Arbejde med innovation
- Give en karakteristik af en iværksætter i dag
- Idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed
- Identificere og vurdere finansieringsbehov og muligheder
- Udvikle og validere en forretningside og forretningsplan
- Pitche/sælge en ide til en investor eller samarbejdspartner via træning og deltagelse i idékonkurrencer
- Starte en virksomhed fra en idé.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Forstå og handle på innovation
- Udvikle, præsentere og vurdere en forretningsidé
- På baggrund af forretningsidéen at kunne udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan
- Starte en virksomhed.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig eksamen på baggrund af en skriftlig opgave.

Formkrav til den skriftlige opgave

Opgaven er en forretningsplan, der udarbejdes individuelt eller i grupper af max 3 studerende. Forretningsplanen skal have et omfang på max 15 sider (31.500 anslag) ekskl. bilag og indeholdet skal være redeligt. Forretningsplanen afleveres ca. 7 dage før den mundtlige eksamination. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Den individuelle mundtlige prøve

Forretningsplanen præsenteres og forsvares ved en individuel mundtlig eksamen. Eksamenstiden er 30 minutter pr. studerende, inkl. votering. Til eksaminationen forbereder den studerende en



præsentation på max 10 min. Herefter er der eksamination af den studerende i ca. 20 minutter (inkl. votering).

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Det er en forudsætning for at gå til den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret forretningsoplægget, som udgør en del af eksaminations- og bedømmelsesgrundlaget. Forretningsoplægget skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Ved ikke rettidig aflevering eller manglende opfyldelse af formalia, kan den studerende ikke gå til den mundtlige del af prøven, og der er brugt et eksamensforsøg. Det er et forudsætningskrav for at gå til mundtlig eksamen, at man via underskrift bekræfter, dette sker rent praktisk ved upload i WISEflow, at man er ansvarlig for projektudarbejdelsen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Iværksætter. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af forretningsplanen og den individuelle, mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse for prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen. Der skal afleveres en ny forretningsplan, som enten kan være en revideret udgave af den oprindelige forretningsplan for samme virksomhed og produkt eller for en ny virksomhed og/eller produkt. Grundlaget for en omprøve, og om det er en ny eller revideret forretningsplan, afhænger af en faglig vurdering, som meddeles til den studerende af underviser.

8. International Business Communication – 5 ECTS

Content

Valgfaget udbydes på engelsk.

Do you wish to work with sales and marketing on export markets where language and cultural skills are a prerequisite? This elective will provide you with the spoken and written language skills, together with the intercultural competences, necessary to work across international cultures.

Læringsmål

Knowledge and understanding

The student will gain knowledge about:

- Advanced business English terminology
- Knowledge of business environments in the English-speaking world and other countries
- Understanding of cultural differences in business environments across the English-speaking world and other countries.

Skills

The student will get the skills to:

- Speaking English at a high level for international business
- Communicating effectively in cross-cultural environments in English
- Utilising international business language in practical situations for marketing, purchasing, selling, and customer service.

Competencies

The student will learn to:

- Participate in oral and written communication tasks in English in relation to marketing, sales and business communication in an international company
- Cooperate with customers and suppliers with a different cultural and linguistic background
- Interact competently in inter-cultural business environments.

Exam and organisation

The exam is an oral individual exam based on an individual written report of max 6.300 characters. On the basis on a case study the student will present a report discussing the various elements of the cultural and business aspects of the case.

An oral presentation discussing the written report will follow to assess the student's written and oral English communicative skills. Duration of the oral exam is 30 minutes, incl. assessment.

Prerequisites to take the exam

In order to take the oral exam, the written exam paper must be timely submitted and the contents of the written exam paper must be credible.

Assessment

The evaluation criteria for the exam equals the learning objectives of the elective educational element International Business Communication.

An individual grade is given based on the oral exam. Marks are awarded according to the 7-point scale, and the exam has an internal co-examiner.

Completion of the exam

If a student fails the oral exam, the student must take a re-exam. Same exam form as the ordinary examination. The re-exam will be based on the report already handed in.



9. Public relations (PR) – 5 ECTS

Indhold

I faget arbejdes der med, hvordan Public Relations (PR) kan anvendes som et redskab til at opnå en virksomheds marketingmålsætninger. Ikke mindst, hvordan en virksomhed kan brænde igennem til journalisterne og øge kendskabet til sine produkter og services gennem redaktionel omtale.

PR er en del af en virksomheds samlede promotion mix, men adskiller sig ved ofte at være ikke-betalte aktiviteter såsom pressekontakt, krisekommunikation og partnerskaber, men også events og sociale medier. Den studerende gøres i stand til at udføre praktiske PR-opgaver i en virksomhed.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Hvilke formål virksomheder kan have med deres PR-aktiviteter
- Hvilke aktiviteter der ligger under PR-begrebet (pressekontakt, krisekommunikation, public affairs mv.)
- Hvordan PR adskiller sig fra andre discipliner inden for markedsføring

Færdigheder

Den studerende kan:

- Analysere og kortlægge en virksomheds stakeholders
- Analysere og vurdere behovet for PR-aktiviteter, herunder krisekommunikation og public affairs
- Vurdere og udvælge de rette nyhedsmedier samt skrive en historie, der passer til mediet ud fra nyhedskriterierne
- Formidle en historie til journalister med henblik på redaktionel omtale
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge PR-aktiviteter og relatere til den overordnede markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i udviklingen af en PR-strategi
- Deltage i den praktiske udførelse af daglige PR-opgaver
- Deltage i arbejdet med at integrere PR i virksomhedens øvrige kommunikation.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes et skriftligt oplæg (max 8.400 anslag) til en PR-strategi og konkrete aktiviteter for en virksomhed. Analysen udarbejdes i

grupper af 2-3 studerende. Faget afsluttes med en individuel 30 minutters mundtlig eksamen med udgangspunkt i oplægget.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Det er en forudsætning for at gå til den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret det skriftlige oplæg, som udgør en del af eksaminations- og bedømmelsesgrundlaget. Oplægget skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Ved ikke rettidig aflevering eller manglende opfyldelse af formalia, kan den studerende ikke gå til den mundtlige del af prøven, og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Public Relations (PR). Bedømmelsesgrundlaget er en helhedsvurdering af det skriftlige oplæg og den mundtlige, individuelle præstation. Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen, men der skal udarbejdes et nyt skriftligt oplæg.

10. E-mail marketing – 5 ECTS

Indhold

Valgfaget arbejdes med e-mail markedsføring, og de udfordringer og muligheder en virksomhed har med dette medie. Du bliver i stand til at planlægge og udføre en lang række af de opgaver der er inden for dette felt – både teknisk og kreativt.

Du får indblik i, hvordan du etablerer og udvider din e-mail-base og hvordan du bruger den til at udføre effektiv og målrettet salg og markedsføring. Herunder arbejdes med mailchimp og automatisering af udsendelser, skabelse af relevant indhold og efterfølgende effektmåling, alt sammen under hensyn til juridiske retningslinjer på området.

Faget klæder dig med andre ord på til at kunne arbejde professionelt med e-mail markedsføring.

Formålet med faget er, at den studerende bliver i stand til selvstændigt at udføre professionel e-mail markedsføring i praksis.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal på teoretisk og praktisk niveau have viden om og forståelse af:

- Centrale begreber om e-mail markedsføring
- E-mail markedsføringsstrategi
- E-mailens markedsføringsmæssige indhold

- Tekniske muligheder med e-mail platforme
- Relevant jura ved e-mail markedsføring.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- udarbejde relevant indhold til e-mail markedsføring
- opbygge en e-mail base
- udføre målrettet e-mail markedsføring
- oprette og håndtere automatisering af e-mail udsendelser
- Udføre test og effektmåling af e-mail udsendelser
- Anvende e-mail marketing software.

Kompetencer

Den studerende får kompetencer til at:

- Selvstændigt kunne analysere, planlægge og udføre opgaver i forbindelse med e-mail markedsføring
- Kunne håndtere og tilpasse e-mail markedsføring ift. en virksomheds samlede digitale markedsføring.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers individuel skriftlig eksamen med hjælpemidler.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, e-mail marketing. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

11. Google Ads /Search Engine Advertising (SEA) – 5 ECTS

Indhold

Annoncering på Googles netværk er en af de største og vigtigste indtjeningskilder for mange virksomheder. Denne annonceringsform er i dag en enorm del af de fleste marketingafdelinger. Medarbejdere, der mestrer Google Ads, kan ofte med det samme lave omsætning, der kan holde en virksomhed kørende.

Med dette fag bliver du klædt på, så du kan varetage og udvikle Google Ads kampagner, så du kan tjene penge til virksomheden. Du kommer til at sætte kampagner op til Google's Søgenetværk, display netværk og Google Shopping. Du vil få en god forståelse for optimering, dataanalyse og godt købmandsskab i dette fag. Du vil desuden stifte bekendtskab med Bing Ads og Adwords

Editor. Den studerende skal kunne analysere aspekterne inden for betalt annoncering på Google og Bing og herefter udarbejde strategier til eksekvering.

Faget er praktisk funderet og lægger derfor op til, at du i samarbejde med en virksomhed kan administrere en Google konto, som du kan bruge i undervisningen.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal på teoretisk og praktisk niveau have viden om og forståelse af:

- Centrale begreber inden for betalt annoncering på søgemaskinerne (SEA)
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med SEA
- Hvad der skal til for at få maksimal effekt af SEA på Google

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg via SEA
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille KPI'er for virksomhedens digitale strategi
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- Opsætte og vedligeholde kampagner.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med SEA
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Faget afsluttes med en 30 minutters individuel mundtlig eksamen (inkl. votering) med 30 minutters forberedelse.

På eksamensdagen trækker den studerende en case med tilhørende spørgsmål. Den studerende har efterfølgende 30 minutters forberedelse til at læse casen og forberede en mundtlig besvarelse af spørgsmålene til casen. Efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til hele valgfagets læringsmål.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Google Ads/SEA. Der gives karakter på baggrund af den mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

12. International sommerskole – 5 ECTS

Sommerskoler udbydes hvert år på forskellige destinationer. I 2019 blev der udbudt ophold i Malaysia, Canada og Danmark. Se særskilt beskrivelse af de enkelte internationale sommerskoler på Studieupdate.

Den valgte sommerskole skal godkendes af uddannelsesledelsen på uddannelsen inden afrejse, hvorved forhåndsmerit kan opnås. Ved godkendelse af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

Internationalt kontor kan kontaktes for yderligere information.

Ansøgningsfrist er 1. marts 2020.

OBS! Foregår i slutningen af juli til primo august. Undervisning og eksamen gennemføres på engelsk.

13. Anvendelse af hjælpemidler

Under prøverne er anvendelse af hjælpemidler, herunder elektroniske hjælpemidler, tilladt, medmindre der i bekendtgørelsen eller studieordningen for den enkelte uddannelse er fastsat begrænsninger i anvendelsen.

Eventuelle regler for indskrænkning af brug af hjælpemidler vil fremgå af beskrivelsen af den enkelte prøve.

14. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget træder i kraft den 1. marts 2020 og har virkning for de studerende, som skal vælge valgfag efter den 1. marts 2020.