

STUDIEORDNING

for

Markedsføringsøkonom

Del III: Valgfagskatalog

Ikrafttrædelse: 01.02.23



Indhold

1. Valgfagskatalog	2
2. Prøver i valgfag	3
2.1. Fuldførelse af prøver	3
Ikke-bestået eksamen	3
Ikke afleveret projekt/skriftlig besvarelse	3
Ikke deltaget i eksamen/eksamination	4
Syge- og omprøver	4
3. Valgfag på 7,5 ECTS på uddannelsen	5
3.1. Driftsøkonomi	5
3.2. Human Ressource Management	6
3.3. Operational Advertising	8
3.4. Indkøb	10
3.5. Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse	11
3.6. Søgemaskineoptimering (SEO)	13
3.7. Dataanalyse	15
3.8. Sociale medier og content	16
3.9. International Business and Marketing Communication	18
3.10. Bæredygtig Business	19
4. Valgfag på 5 ECTS på uddannelsen	21
4.1. Key Account Management og Salgsledelse	21
4.2. Iværksætter	23
4.3. Oplevelsesøkonomi	24
4.4. Public Relations	26
4.5. E-mail marketing	27
4.6. Google Ads/Search Engine Advertising (SEA)	29
4.7. Positiv psykologi	30
4.8. Forbrugerindsigt og adfærdsdesign	32
4.9. Internationale sommerskoler	34
5. Anvendelse af hjælpemidler	35
6. Ikrafttrædelse	35

Denne studieordning skal læses i sammenhæng med den nationale del af studieordningen (kaldet fællesdelen) og den lokale del af studieordningen (kaldet institutionsdelen). Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere, mens den lokale del af studieordningen (institutionsdelen) samt valgfagskataloget er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Valgfagskatalog

På uddannelsen er der 20 ECTS-valgfag. Valgfag, læringsmål og bedømmelseskriterier for de udbudte fag er beskrevet i dette valgfagskatalog for efteråret 2023.

Ved færre end 12 tilmeldte til et valgfag kan akademiet vælge ikke at oprette valgfaget. Ved færre end 15 studerende kan antal lektioner reduceres.

Erhvervsakademiet forbeholder sig desuden ret til at sætte loft på antal deltagere på et valgfag, samt at sætte begrænsning på antal hold inden for et givet valgfag. Det kan således ikke garanteres, at den enkelte studerende får sin 1. prioritet opfyldt.

Følgende 7,5 ECTS-valgfag udbydes:

- Driftsøkonomi
- Human Ressource Management
- Operational Advertising
- Indkøb
- Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse
- Søgemaskineoptimering (SEO)
- Dataanalyse
- Sociale medier og content
- International Business and Marketing Communication
- Bæredygtig Business

Disse valgfag beskrives i afsnit 3.

Følgende 5 ECTS-valgfag udbydes:

- Key Account Management og salgsledelse
- Iværksætter
- Oplevelsesøkonomi
- Public Relations (PR)
- E-mail marketing
- Google Ads / Search Engine Advertising (SEA)
- Positiv Psykologi
- Forbrugerindsigt og Adfærdsdesign
- Internationale sommerskoler

Disse valgfag beskrives i afsnit 4.

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

Sommerskole

Det er også muligt at vælge sommerskole som valgfag. 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.

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.

2.1. Fuldførelse af prøver

Generelt for prøverne på uddannelsen gælder nedenstående i forhold til, hvornår en eksamen er fuldført, eller der er brugt et eksamensforsøg. Hvis der er afvigelser for en bestemt prøve, vil det fremgå af den enkelte beskrivelse af prøven nedenfor.

Ikke-bestået eksamen

Hvis en studerende ikke har opnået karakteren 02 eller derover til en mundtlig eller skriftlig prøve eller en kombination heraf, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøveforsøg.

Ikke afleveret projekt/skriftlig besvarelse

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

Ikke deltaget i eksamen/eksamination

Hvis den studerende har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, men ikke har deltaget i den mundtlige eksamination, er der brugt et prøveforsøg.

Der vil hurtigst muligt blive planlagt en ny mundtlig eksamination for den studerende, hvor den studerende vil blive eksamineret i det allerede afleverede projekt.

Syge- og omprøver

De konkrete frister fremgår under den enkelte prøvebeskrivelse.

Orientering om tid og sted for syge- og omprøver findes på Studieupdate. Tidspunktet kan være identisk med næste ordinære prøve. Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår syge- og omprøve afholdes.

Sygeprøve

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en prøve på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)prøven snarest muligt. Er det en prøve, der er placeret i uddannelsens sidste eksamenstermin, får den studerende mulighed for at aflægge prøven i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf.

Sygdom skal dokumenteres ved lægeerklæring. Institutionen skal senest have modtaget lægeerklæring tre hverdage efter prøvens afholdelse. Studerende, der bliver akut syge under en prøves afvikling, skal dokumentere at vedkommende har været syg på den pågældende dag.

Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et prøveforsøg. Den studerende skal selv betale udgifter til en lægeerklæring. Krav til udformning af lægeerklæring findes på hjemmesiden under 'Værd at vide om eksamen'.

Omprøve

Ved en ikke-bestået prøve eller et manglende fremmøde ved en prøve, er den studerende automatisk tilmeldt omprøve, så længe der refterer prøveforsøg. Den studerende er tilmeldt den førstkommende afholdelse af prøven. Omprøven kan være identisk med næste ordinære prøve.

Uddannelsen kan dispensere fra den fortsatte tilmelding til en eksamen, når det er begrundet i usædvanlige forhold, herunder dokumenteret handicap.



3. Valgfag på 7,5 ECTS på uddannelsen

3.1. Driftsøkonomi

Indhold

Fagelementet indeholder driftsøkonomi og beskæftiger sig med optimering af virksomhedens nutidige og fremtidige drift. Fagelementet indeholder omkostningsfordelingssystemer, sammenhæng mellem faktor input og output, investeringskalkuler med og uden skat, følsomhedsanalyser i forhold til produktionsoptimering og investering samt forskellen mellem at eje og lease et aktiv og aktivets optimale økonomiske levetid. Fagelementet indeholder også finansiering herunder rente, skat, låntyper, egenfinansiering og de samlede økonomiske påvirkninger heraf. Fagelementet indeholder også prisberegning herunder den optimale pris under forskellige konkurrenceformer og på forskellige markeder for eksempel via prisdifferentiering. Fagelementet beskæftiger sig også med MS Excel til at opstille og udføre simple og komplicerede beregninger.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og central anvendt teori og metode indenfor driftsøkonomi
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå anvendelsen af teori og metode indenfor driftsøkonomi

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber indenfor driftsøkonomi, herunder finansiering, prisberegning og Excel, samt kan anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse i en kommerciel organisation
- vurdere praksisnære problemstillinger indenfor driftsøkonomi samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation hertil
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til driftsøkonomi.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage udviklingsorienterede situationer i forbindelse driftsøkonomi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for driftsøkonomi med en professionel tilgang

- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til driftsøkonomi

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en skriftlig 4-timers individuel eksamen, hvor skriftlige hjælpemidler er tilladt. Dog er det ikke tilladt at aflevere beregninger fremstillet ved hjælp af eventuelle hjælpeprogrammer.

Brug af internet er ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for fagelementets prøve er lig med læringsmålene for det valgfrie uddannelseselement, Driftsøkonomi. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

3.2. Human Ressource Management

Indhold

Fagelementet HR beskæftiger sig med begreberne HRM og HR på både strategisk, taktisk og operationelt niveau. Fagelementet fokuserer på 3 hovedområder inden for HR: Tiltrækning af medarbejdere, fastholdelse og udvikling af medarbejdere samt afskedigelse. Herigennem introduceres teori og praksis omkring, hvordan virksomheder rekrutterer relevante medarbejdere, og hvordan man kan arbejde strategisk, taktisk og operationelt med medarbejderudvikling og -tilfredshed, samt hvordan man foretager en værdig afskedigelse. Ovenstående understøttes juridisk ved introduktion til relevant lovgivning.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om HR og HRM's og praksis og central anvendt teori og metode ift. de tre hovedområder; tiltrækning, udvikling og fastholdelse samt afskedigelse af medarbejdere.
- forståelse for HR's forskellige roller og grundlæggende tilgange til at arbejde med medarbejdere på, samt indblik i forskellige værktøjer, som understøtter gængs teori og metode ift. HR og HRM.

Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere en virksomheds Human Ressource proces og anvende centrale metoder og redskaber til at planlægge, udvikle og udføre HR relaterede aktiviteter.

- vurdere praksisnære problemstillinger indenfor fx medarbejdermotivation samt opstille og vælge løsningsmodeller at understøtte fastholdelse og trivsel i en virksomhed.
- formidle praksisnære HR-problemstillinger og løsningsmuligheder til ledelse, medarbejdere og andre samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage og håndtere udviklingsorienterede opgaver i relation til udvikling af handlingsplaner for tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere.
- deltage i samarbejdet med HR-afdelinger eller -funktioner med en professionel tilgang.
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til HR og juraen indenfor HR.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven består af en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i et skriftligt beslutningsgrundlag udarbejdet i grupper. Beslutningsgrundlaget er adgangsgivende til eksamen.

Formkrav til det skriftlige beslutningsoplæg

Det skriftlige beslutningsgrundlag udarbejdes med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra fagelementet i form af en analyse og en vurdering med udgangspunkt i en konkret virksomhed. Beslutningsoplægget udarbejdes i grupper af 4-5 studerende. Beslutningsoplægget må have et omfang på max. 12.000 anslag eksklusive bilag.

Den mundtlige prøve

Prøven består af en individuel eksamination og afvikles som følger: 10-15 min. eksamination med udgangspunkt i beslutningsoplægget, herefter 10-15 minutters eksamination i det øvrige pensum efterfulgt af 5 min. votering og feedback (i alt 30 min. pr studerende).

Forudsætninger for at gå til den mundtlige del af prøven

For at kunne gå til den mundtlige del af prøven er det en forudsætning, at den studerende sammen med sin gruppe har afleveret beslutningsoplægget rettidigt og med redeligt indhold. Det skriftlige beslutningsoplæg skal opfylde ovenstående formkrav.

Har den studerende ikke deltaget i/afleveret beslutningsoplægget eller er formalia ikke opfyldt, kan den studerende ikke gå til den mundtlige prøve og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Human Ressource Management. Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af beslutningsoplægget og den individuelle mundtlige eksamination.

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

Fuldførelse af prøven

Den studerende skal udarbejde et nyt beslutningsoplæg, som udarbejdes i en gruppe (1-4 studerende) sammensat af underviseren. Tidspunkt for aflevering og præsentation oplyses på Studieupdate.

3.3. Operational Advertising

Indhold

Fagelementet Operational Advertising beskæftiger sig med operationel advertising og tager udgangspunkt i opgaverne på og samarbejdet med bureauer. Fagområdet beskæftiger sig opgaverne inden for projektledelse og konsulentarbejdet, samt opgaver i spændingsfeltet mellem bureau og virksomhed.

Fagelementet har følgende fokus på opgaverne inden for operationel advertising på både strategisk og operationelt niveau. Herigennem introduceres teorier til indsamling af data, håndtering af data, kommunikation af data og gemmeførelse af initiativer og indsatser på baggrund af data.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om bureaubranchen og kampagneudviklingens praksis via central anvendt teori og metode, herunder hvad bureaubranchen er og hvordan den arbejder.
- forståelse for bureaubranchens praksis, central anvendt teori og metode til udvikling af kampagner.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende Operational Advertisings centrale metoder og redskaber, herunder strategisk planlægning, conceptudvikling, kampagneaktivering, samt kan anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for bureaubranchen.
- vurdere praksisnære problemstillinger i forbindelse med kampagneudvikling, samt opstille og vælge løsningsmodeller.
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i forbindelse med kampagneudviklingen.
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang.

- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til kampagneudvikling bureaubranchen.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav.

Prøven i Operational Advertising består af en løbende bedømmelsesaktivitet samt en individuel mundtlig eksamen, hvor der eksamineres i læringsmålene for fagelementet.

Løbende bedømmelsesaktivitet:

Den løbende bedømmelsesaktivitet består af et caseoplæg, der udarbejdes i grupper á 4-6 studerende, på baggrund af en kommunikativ problemstilling for en udvalgt virksomhed.

Caseoplægget skal laves som en præsentation (PowerPoint el. PDF) på max. 50 synlige præsentationsslides (ekskl. bilag, skjulte slides). I valgfaget arbejdes der løbende med caseoplægget, der bygger på de emner der gennemgås. Caseoplægget skal være rettidigt afleveret og have redeligt indhold. Den studerende skal desuden deltage i en mundtlig gruppepræsentation af caseoplægget for undervisere og evt. virksomhed. Caseoplægget skal afleveres på WISEflow som gruppeaflevering og skal afleveres senest 7 dage inden den mundtlige prøve. Dato oplyses på Studieupdate. Der gives en karakter på baggrund af den mundtlige præstation.

Den mundtlige prøve:

Den individuelle, mundtlige eksamination vil tage udgangspunkt i en videocase med tilhørende spørgsmål, der udtrækkes til eksaminationen. Varighed af eksaminationen er 30 minutter inkl. votering, og der er ingen forberedelse. Den mundtlige prøve skal bestås separat med minimum karakteren 02.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for fagelementet; Operationel Advertising. Resultatet fra den løbende bedømmelsesaktivitet indgår i bedømmelsen og tæller 30% af den samlede karakter. Den individuelle, mundtlige eksamen tæller 70% af den samlede karakter. Der gives én samlet karakter for fagelementet Operationel Advertising (løbende bedømmelsesaktivitet samt den mundtlige prøve). Som nævnt skal den mundtlige prøve bestås separat med minimum karakteren 02.

Bedømmelsen sker efter 7-trinskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Den studerende har ét forsøg til at gennemføre den løbende bedømmelsesaktivitet. Ved manglende aflevering af caseoplæg, udokumenteret fravær til præsentationen, eller aflevering af caseoplæg uden reelt indhold tildes den studerende karakteren -3. Har den studerende dokumenteret fravær ved sygdom, barsel eller orlov, tildes et nyt prøveforsøg.

3.4. Indkøb

Indhold

Valgfaget beskæftiger sig med de fleste aspekter relateret til indkøb i kommercielle virksomheder. Der er fokus på hvordan indkøbere arbejder med at optimere og professionalisere indkøbet i virksomheder på tværs af brancher og størrelse. Der arbejdes både med indkøb af varer til videresalg samt varer til forbrug, enten i produktion eller i driften. Fagelementet omfatter alle aspekter af indkøbet fra idé, kravspecifikation, sourcing, leverandørvalg og forhandling til leverandørsamarbejde og analyse af indkøbets konsekvenser i form af TCA- og TCO-beregninger. Ligeledes arbejdes der med det operationelle indkøb omkring lagerstyring, ordrestørrelser og genbestillingpunkter samt styklister og materialebehovsberegninger.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og central anvendt teori og metode indenfor indkøb
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode samt kan forstå anvendelsen af teori og metode indenfor indkøb

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber indenfor indkøb samt kan anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for indkøb
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og vælge løsningsmodeller
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i relation til indkøb

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage og håndtere udviklingsorienterede situationer i indkøbet
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang indenfor indkøb
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til indkøb

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig prøve med 30 minutters individuel mundtlig eksamen 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. Den studerende starter eksaminationen med at fremlægge sine svar og overvejelser til casens spørgsmål.

Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:

- 30 minutters forberedelsestid
- 30 minutters eksamination:
 - Ca. 5-10 min.: Præsentation af svar og overvejelser til casens spørgsmål
 - Ca. 15-20 min.: Eksamination med afsæt i casen
 - Ca. 5 min.: Votering.

Eksaminationstiden er 30 minutter, inkl. votering.

Alle hjælpemidler er tilladte under forberedelsen. Under eksaminationen må kun medbringes håndskrevne noter lavet under forberedelsen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for valgfagets prøve er lig med læringsmål for det valgfrie uddannelseselement Indkøb. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

3.5. Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse

Indhold

Fagelementet indeholder de tre fagelementer, procesoptimering, projektledelse og forandringsledelse og samspillet herimellem. Der arbejdes undervejs med en case i forhold til optimering af en konkret virksomheds processer, hvor alle tre fagområder bringes i spil.

Der er fokus på enkle og effektive værktøjer, så som Value Steam Mapping og Lean, til at analysere, effektivisere og optimere arbejdsgange og processer og på planlægning og ledelse af forskellige typer optimeringsprojekter. I faget arbejdes desuden med emner som ledelse og udvikling af mennesker, teams og projekter, projektorganisering, projektlederrollen, projektstyring, forandringsprocesser, kravene til forandringskommunikation og adfærdsdesign.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om procesoptimering, projektledelse og forandringsledelse og de tre fagfelters centrale anvendte teorier og metoder
- viden om praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til at planlægge og implementere virksomhedens optimeringsprojekter
- forståelse for hvordan virksomheder gennem fokus på samspillet mellem de tre fagområder kan arbejde målrettet med optimering af processer

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber inden for procesoptimering, projektledelse og forandringsledelse for derigennem at skabe indsigt i virksomhedens optimeringsmuligheder
- analysere og vurdere konkrete og praksisnære problemstillinger i forhold til virksomhedens procesoptimeringsprojekter og opstille og vælge løsningsmuligheder med fokus på anvendelse af projektledelse- og styring og med fokus på de medfølgende forandringer
- formidle praksisnære problemstillinger og optimeringsmuligheder til ledelse, samarbejdspartnere og interne såvel som eksterne kunder.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage udviklingsorienterede situationer inden for procesoptimering, identificere forskellige optimeringsområder og vurdere omfanget af forandringsprocessen.
- deltage i fagligt og tværfagligt projektarbejde med en professionel tilgang
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til arbejdet med procesoptimering, projektledelse og forandringsledelse

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig eksamen indledt af en gruppepræsentation på baggrund af en skriftlig analyse, udarbejdet i grupper.

Formkrav til den skriftlige analyse

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes et skriftligt oplæg i form af en analyse af en konkret organisations processer. Det skriftlige oplæg må have et omfang på 21.600 anslag eksklusive bilag. Analysen udarbejdes i grupper af 4-6 studerende. Oplægget uploades til WISEflow ca. en uge inden den mundtlige eksamen. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Den mundtlige prøve

Prøven består af en gruppepræsentation kombineret med en individuel eksamination. Gruppen lægger ud med en præsentation af 20 minutters varighed, hvori projektet, analysen og løsningsforslaget uddybes og perspektiveres. Herefter følger en individuel mundtlig eksamination.

Den individuelle mundtlige eksamination har en varighed på 20 min., som ca. fordeles som følger:

- 15 min. til individuel eksamination
- 5 minutter til votering.

Der eksamineres bredt i fagets læringsmål. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål ud over det, præsentationen lægger op til.

Forudsætninger for at gå til den mundtlige eksamen

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

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for valgfagets prøve er lig med læringsmål for det valgfrie uddannelseselement, Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af gruppepræsentationen og den individuelle, mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

3.6. Søgemaskineoptimering (SEO)

Indhold

Fagelementet indeholder teori og analyse om og af data i søgemaskineoptimering. Fagelementet beskæftiger sig også med analyse af aspekterne inden for søgemaskine-optimering og udarbejdelse af strategier til eksekvering af disse.

Valgfaget har en datatilgang og er opdelt i tre dele. Første del handler om indholdet på hjemmesiden. Tilgangen er både analytisk og kreativt betonet. Anden del er analytisk betonet, hvor fagelementet indeholder metoder til at finde tekniske fejl på en hjemmeside. I tredje del rettes fokus mod brugerne og de signaler, de afgiver, når de besøger vores hjemmeside.

Faget analyserer aspekterne inden for søgemaskineoptimering og herefter udarbejde strategier til eksekvering.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om primære og sekundære dataindsamlingsmetoder samt praksis og central anvendt teori og metode relateret til arbejdet med søgemaskineoptimering
- forståelse for praksis inden for søgemaskineoptimering og strategi i relation til virksomhedens behov inden for online salg og markedsføring

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber inden online salg og markedsføring
- vurdere praksisnære problemstillinger samt opstille og udvælge målsætninger for virksomhedens digitale strategi
- formidle konsekvenser af markedsføringsindsatsen ved brug af webstatistikker og analyser, til samarbejdspartnere og brugere

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage/håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation.
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forbindelse med udarbejdelse af analyser, planlægning og gennemførelse af opgaver indenfor digital markedsføring
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation indenfor søgemaskineoptimering og eksekvering af indsatser

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er 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. Den studerende har max. 10 minutter til den mundtlige besvarelse af casen og efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til alle fagelementets læringsmål. Alle hjælpemidler er tilladt i løbet af forberedelsen. Dog er kommunikation med andre under forberedelsen ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Søgemaskineoptimering. Der gives karakter på baggrund af den mundtlige præstation. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

3.7. Dataanalyse

Indhold

Fagelementet indeholder dataanalyse i relation til onlinemarketing og salg i bred forstand og beskæftiger sig med programmerne Google Analytics, Google Tag Manager og Google Data Studio. Google Analytics giver dig en mængde rådata, som giver et godt afsæt til brugen af data. Ved Google Tag Manager lærer den studerende at se på de store linjer og afdække hvilke data, der mangler i den studerendes beslutningsproces eller forståelsesramme. Her beskæftiger vi os med at indsamle denne data til at udvikle forståelse for hjemmesider. Google Data Studio beskæftiger fagelementet sig med opsætning af professionelle rapporter til videreformidling.

Fagelementet beskæftiger sig med Google Analytics og Tag Manager i forhold til kan afdække potentialet inden for markedsføringsindsatsen.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om opsætning og anvendelse af Google Tag Manager og Google data Studio
- forståelse for begreber inden for Analytics i relation til online salg og markedsføring, samt forståelse for anvendelse af disse.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale digitale marketingbegreber, med henblik på at vurdere potentialet for konverteringer via en hjemmeside.
- Vurdere og opstille rapporter til videre formidlinger af indsætter i relation til den digitale strategi
- formidle potentialet for markedsføringsindsatsen med anvendelse af webstatistikker samt behandlede data til relevante samarbejdspartnere

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til dataindsamling og virksomhedens digitale strategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang til data og online markedsføring
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til data, datas anvendelse og nødvendige afledte indsætter

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen 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. Den studerende har max. 10 minutter til den mundtlige besvarelse af casen og efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til alle fagelementets læringsmål, den udtrukne case og spørgsmål lægger op til. Alle hjælpemidler er tilladt i løbet af forberedelsen. Dog er kommunikation med andre under forberedelsen ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

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

3.8. Sociale medier og content**Indhold**

Fagelementet omhandler sociale medier og content marketing. Der er særligt fokus på, hvordan man professionelt kan planlægge og skabe indhold til sociale medieplatforme til en ønsket målgruppe og analysere og vurdere indholdets effekt. Faget klæder dig på til at arbejde med sociale medier og content marketing, herunder at spotte trends og tendenser inden for sociale medier, udnytte målgruppens internetkultur og community building samt at skabe relevant og målrettet indhold. Der arbejdes med konkrete værktøjer og metoder til at bygge og planlægge en content- og social media-strategi, der udmunder i produktionen af content, der er strategisk forankret og henvender sig til en relevant målgruppe.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale begreber og terminologi inden for sociale medier
- udviklingsbaseret viden om centrale begreber og værktøjer inden for content marketing
- viden om produktion af socialt indhold til forskellige typer af sociale medieplatforme
- viden om praksis inden for content-produktion og virksomheders brug af sociale medieplatforme

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende fagområdets centrale metoder og værktøjer i form af at arbejde strategisk med sociale medier og content marketing
- vurdere praksisnære problemstillinger og potentialet i forhold til virksomheders brug af sociale medier
- analysere og vurdere effekten af indhold på sociale medier
- analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med sociale medier og content-produktion, herunder benytte sig af webstatistik til at tilrettelægge og optimere sociale mediers indsats for virksomheder

Kompetencer

Den studerende kan:

- deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomheders arbejde med sociale medier og content marketing herunder indgå i den kreative proces om skabelsen af indhold til sociale medier i form af tekst, billeder, grafik og video
- håndtere udviklingen af strategi for sociale medier og content marketing i en virksomhed med udgangspunkt i virksomhedens situation herunder planlægge og eksekvere indhold til forskellige sociale medier
- i en struktureret sammenhæng tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til produktion af content til en målgruppe

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen med afsæt i en individuel portfolio, udarbejdet i forbindelse med undervisningen. Den studerende har 10 minutter til at præsentere sin portfolio, hvorefter eksaminator og censor stiller spørgsmål inden for fagets læringsmål.

Forudsætninger for at gå til eksamen

For at gå til den mundtlige prøve skal portfolio være afleveret rettidigt og indholdet skal være redeligt. Portfolio består af opgaveløsninger relateret til temaer i undervisningen. Hvert tema i undervisningen afsluttes med en praktisk opgave, som inkluderes i portfolio. Foruden de praktiske opgaver består portfolio af en forside og en indledning, der kort og overordnet introducerer portfolioen. Portfolio må have et samlet omfang på max 9.600 anslag inkl. indledning og beskrivelser af kreative produkter, eksklusive bilag.

Hvis den studerende ikke afleverer sin portfolio rettidigt eller med redeligt indhold, har den studerende brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Der gives én samlet karakter på baggrund af den individuelle mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Består den studerende ikke med minimumskaracteren 02, skal den studerende gå til den mundtlige prøve igen. Der skal ikke udarbejdes en ny portfolio.

3.9. International Business and Marketing Communication

Indhold

The elective focuses on business communication, intercultural competence, international marketing communication and corporate communication, including consumer behaviour, in order to adapt business and marketing communication across cultures to achieve the best possible outcomes. Furthermore, the elective focuses on English proficiencies and intercultural communication and strategies.

Learning objectives

Knowledge and understanding:

The student will gain knowledge of:

- Development-based knowledge of key models and methods within communication, cultural analysis, and marketing communication
- Understanding of the impact of culture on communication and marketing in an international business environment
- Further knowledge of marketing and corporate communication theories in an inter-cultural context

Skills

The student will get the skills to:

- Apply central communication and cultural theories within communication, cultural analysis and marketing communications including adapting communication strategies for an intercultural context
- Analyse international business and consumer behaviour and adapt business and marketing communication to the respective international markets
- Speak English at a high level for international business

Competencies

The student will learn to:

- Participate in oral and written communicative tasks in English in relation to marketing, sales and business communication in an international company
- Communicate with international partners with different cultural and linguistic backgrounds
- Achieve Cultural Intelligence in order to function in cross-cultural business environments

Exam and format

The exam is an individual oral exam based on an individual written report of max 7,200 characters.

Based on a case study, the student will present a report discussing the various elements of the case in relation to the theory taught during the elective.

An oral presentation discussing the written report and the various elective elements will follow. The duration of the oral exam is 30 minutes, incl. assessment. The student has 5 minutes to present answers from the written report.

Prerequisites to take the exam

In order to participate in the oral exam, the written exam paper must be timely submitted, and the content of the written exam paper must be approved.

If the student fails to upload the written report to WISEflow before the deadline expires, the student has used one examination attempt and will be registered to retake the exam.

Assessment

The evaluation criteria for the exam equals are directly related to the learning objectives of the elective educational element International Business & Marketing Communication.

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

3.10. Bæredygtig Business

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med bæredygtighed med udgangspunkt i FN's 17 verdensmål, hvor der vil i blive arbejdet på tre niveauer: Globalt, Lokalt og Ultralokalt niveau. Det globale niveau dækker emner som FN's verdensmål, befolkningstilvækst, makroøkonomiske modeller, cirkulær økonomi og doughnut økonomi m.fl. Det lokale niveau dækker emner som den bæredygtige værdikæde i virksomheden, 3-dobbelte bundlinje, sommerfuglemodellen etc. På det ultralokale niveau arbejdes der med hvordan man kan agere bæredygtigt i sit eget liv. Fagelementet har fokus på bæredygtighed i et bredt perspektiv samtidig med at der bliver et konkret fokus på at udvælge konkrete tiltag der knytter sig til bæredygtighed i relation til det daglige arbejde i virksomheden.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om bæredygtighed, klimapolitikker og de 17 verdensmål.
- forståelse for bæredygtighed på globalt, lokalt og ultralokalt niveau, samt kan anvende teorier og metoder til implementering af bæredygtige indsatser i virksomheden.

- viden om centrale begreber inden for bæredygtighed i relation til virksomhedens behov og forretningsmodel

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til praksis inden for bæredygtig forretningsudvikling og forretningsforståelse
- vurdere udviklingsmuligheder med fokus på bæredygtighed samt udforme konkrete løsningsforslag til at anvende FN's Verdensmål i virksomheden og udvælge de rette værktøjer inden for bæredygtighed, der passer til virksomhedens problemstilling

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til bæredygtighed i virksomheder herunder bidrage til at udvikle og implementere virksomhedens bæredygtighedsstrategi samt udvikle et bæredygtigt mindset
- tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer bæredygtighed såvel i forhold til individniveauet samt virksomheden.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven i Bæredygtig Business er en individuel mundtlig prøve på baggrund af en skriftlig gruppeopgave.

Den skriftlige opgave:

Opgaven er en artikel ("white paper"), der indeholder anbefalinger til og løsninger på en konkret problemstilling for en virksomhed. Artiklen udarbejdes i grupper og omfanget må maks. være 3.600 anslag. Artiklen afleveres i WISEflow 7 dage før den mundtlige eksamination. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Den individuelle mundtlige prøve:

Eksaminationstiden er 30 minutter pr. studerende, inkl. votering og indeholder:

- Den studerende redegør for personlig udvikling gennem undervisningsforløbet (5 min.)
- Den studerende eksamineres i fagets læringsmål inkl. artiklen (20 min.)
- Votering og feedback (5 min.)

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 artiklen, som udgør en del af eksaminationsgrundlaget. Artiklen 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 fagelement, Bæredygtig Business. Der gives én samlet karakter for faget Bæredygtig Business på baggrund af artiklen og den mundtlige eksamen.

Fuldførelse af prøven

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

4. Valgfag på 5 ECTS på uddannelsen

4.1. Key Account Management og Salgsledelse

Indhold

Fagelementet Key Account Management og Salgsledelse beskæftiger sig med ledelsesværktøjer, herunder motivation og forandringsledelse. Fagelementet beskæftiger sig med motivation, feedback og salgskoaching, samt økonomiske aktiviteter herunder benchmarking i forhold til budgetlægning samt opnåelse af målsætning. Fagelementet indeholder også salgslederens ansvar i en salgsorganisation. Fagelementet beskæftiger sig ligeledes med rollen som professionel sælger eller Key Account Manager herunder skabelsen af tætte relationer til virksomhedens nøglekunder på et strategisk plan og samtidig udvikle og strukturere salg på B2B markedet. Forudsætningen for faget vil være 2. semesters undervisning i salg og forhandling samt 1. og 2. semesters undervisning i markedsføring.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om fagområdets praksis og central anvendt teori og metode inden for begrebet Key Account Management
- forståelse for praksis, central anvendt teori og metode i forhold til det strategiske salg, samt forståelse for håndteringen af strategiske nøglekunder.

- viden om centrale begreber indenfor Salgsledelse herunder opstilling af målsætninger og budgetter

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber til igangsættelse af økonomiske aktiviteter, herunder benchmarking og KPI'er.
- identificere og vurdere udviklingsmuligheder med fokus på salg samt opstille og vælge løsningsmodeller i relation til Key Account Management
- formidle indsatser, nøgletal og salgsstrategi til interessenter

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer indenfor Key Account Management, der passer til virksomhedens problemstilling herunder bidrage til at udvikle virksomhedens salgsstrategi samt deltage i planlægningen og gennemførelse af strategiske salg
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for salg, salgsledelse og Key Account Management
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til motivation, feedback og salgskoaching

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er 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. Den studerende har max. 10 minutter til den mundtlige besvarelse af casen og efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til hele fagets læringsmål.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Key Account Management og salgsledelse. Der gives en karakter på baggrund af den mundtlige eksamination.

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

4.2. Iværksætteri

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med iværksætteri herunder grundlæggende teorier og tankegange om opstart af egen virksomhed samt hvorledes teorier og modeller fra uddannelsens øvrige fagligheder kan anvendes i en iværksættervirksomhed. Fagelementet har fokus på processerne i forhold til ideudvikling, forretningsideen, forretningsplanen samt den økonomiske del. På økonomisiden er der fokus på finansieringen, markedsføringen, salget og kundeforståelsen. Fagelementet har ligeledes fokus på pitchet af forretningsideen.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale teoretiske modeller og metoder indenfor iværksætteri.
- Forståelse for praksis, central anvendt teori og metode i forhold til udvikling af ideer og forretningsmodeller.
- viden om centrale begreber indenfor opstart af virksomhed, finansiering og pitch af forretningsmodellen.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber til udarbejdelse af forretningsplanen
- identificere og vurdere udviklingsmuligheder med udgangspunkt i en iværksætter virksomhed
- formidle forretningsideen og finansieringsmodellen til interessenter internt og eksternt

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udviklingsorienterede situationer indenfor iværksætteri, der passer til iværksættervirksomhedens nuværende og fremtidige situation
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for udvikling af forretningsplan og dennes iværksættelse
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til validering af en forretningsplan for iværksættervirksomheden

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i den afleverede forretningsplan, som er udarbejdet i grupper.

Skriftlig del

Den studerende skal udarbejde en forretningsplan for en iværksættervirksomhed baseret på en selvvalgt ide. Forretningsplan skal have et omfang på maksimalt 15 sider.



Forretningsplanen kan udarbejdes enten individuelt eller i grupper på 2 eller 3 personer.

Mundtlig del

Den mundtlige eksamination består af individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i den afleverede forretningsplan.

Den studerende har 10 minutter til at præsentere forretningsplanen med vægt på valideringen af forretningsplanens antagelser og anvendte modeller. Derefter følger ca. 10-15 minutters diskussion af forretningsplanen samt eksamination efterfulgt af ca. 5-10 minutters votering.

Forudsætninger for at gå til eksamen – herunder deltagelsespligt og aflevering

Det er en forudsætning for at kunne gå op til den mundtlige eksamen, at den studerende har afleveret en skriftlig forretningsplan iht. ovenstående.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Iværksætter. Der gives en karakter på baggrund af en helhedsvurdering af den mundtlige eksamination og den skriftlige del.

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

4.3. Oplevelsesøkonomi

Indhold

Fagelementet indeholder oplevelsesøkonomiens indvirkning på samfundet og virksomheders økonomi samt udviklingen inden for feltet. Fagelementet beskæftiger sig med analyser og vurderinger virksomheders eksisterende oplevelser og forretningsmodeller. Fagelementet beskæftiger sig derudover med kreativ idéudvikling, skabelse af meningsfulde oplevelser og kreative designmetoder, alt sammen med gæsten i fokus. Fagelementet beskæftiger sig desuden med autenticitet, co-creation og loyalitet i bred kontekst, og hvordan virksomheder og organisationer skaber værdifulde oplevelser med afsæt heri. Fagelementet indeholder afslutningsvist 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:

- Anvende innovations-og designmodeller til udvikling af nye oplevelseskoncepter
- Analysere og vurdere konkrete virksomheders, organisationers og branchers oplevelseskoncepter ved hjælp af relevante modeller og teorier
- Identificere, analysere og vurdere forretningsmuligheder baseret på oplevelser, der aktivt involverer brugeren og vælge løsningsforslaget der bedst modsvarer de behov bruger og udbyder har
- Formidle udvalgte oplevelseskoncepter til relevante interessenter

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere udviklingsorienterede situationer indenfor oplevelsesøkonomi samt udvikle nye oplevelseskoncepter ved brug af relevante modeller og teorier
- Deltage aktivt i tværfaglige samarbejder omkring udviklingen af oplevelseskoncepter for eksisterende eller nye virksomheder med en professionel tilgang

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

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

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 oplevelseselementer eller -koncepter for virksomheden eller organisationen. Gruppen skal via video, fotos eller andet dokumentere, at der er afholdt et møde med opdragsgiver omkring eksamensopgaven.

Der udarbejdes et praktisk produkt bestående af en synopsis på max. 4.800 anslag inkl. problemformulering og litteraturliste samt præsentationsmateriale (Power Point el. lignende), svarende til ca. 10-12 slides. Analysen, synopsis og præsentationen udarbejdes i grupper af 3-4 studerende. Alle 3 dele afleveres med redeligt indhold og rettidigt i WISEflow.

Den mundtlige prøve

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

- Gruppen fremlægger deres oplevelseskoncept (præsentationen) i ca. 20 minutter, uanset gruppestørrelse. Talletid fordeles ligeligt mellem gruppens medlemmer. Præsentationen skal indeholde argumentation for, hvorfor det specifikke oplevelseskoncept vil fungere med udgangspunkt i teori og indsigter fra faget.
- Den studerende eksamineres herefter individuelt i 20 minutter, inkl. votering

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, og har afleveret det praktiske produkt samt dokumentation for møde med opdragsgiver.

Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret (se Studieupdate). Hvis den studerende ikke har afleveret sit praktiske produkt samt dokumentation for møde/præsentation, kan den studerende ikke gå til den mundtlige eksamen og der er brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for fagelementet, Oplevelsesøkonomi. Der gives en samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af gruppens præsentation og den individuelle eksamination. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

4.4. Public Relations

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med Public Relations (PR) og hvordan PR kan anvendes som et redskab til at opnå en virksomheds marketingmålsætninger. Fagelementet beskæftiger sig også med hvordan en virksomhed kan brænde igennem til journalisterne og øge kendskabet til sine produkter og services gennem redaktionel omtale. Fagelementet beskæftiger sig som en del af virksomhedens samlede promotion mix med den ikke betalte del af de kommunikative aktiviteter, herunder pressekontakt, krisekommunikation og partnerskaber, events og sociale medier.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om virksomhedens formål med PR-aktiviteter og indsatser.
- forståelse for hvilke aktiviteter der ligger i PR-begrebet, samt hvordan PR adskiller sig fra andre discipliner inden for markedsføring.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende analyser til at vurdere behovet for PR-aktiviteter, herunder anvende centrale metoder og redskaber til krisehåndtering og public affairs
- vurdere og udvælge de rette nyhedsmedier, samt skrive historier, der passer til mediet ud fra nyhedskriterierne
- formidle en historie til journalister med henblik på redaktionel omtale

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere udviklingsorienterede situationer i relation til udviklingen af en PR-strategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde omkring udførelsen af de daglige PR-opgaver og integration af disse i virksomhedens øvrige kommunikation
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til PR-erhvervet.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i det skriftlige oplæg.

Det skriftlige oplæg

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes et skriftligt oplæg (max. 9.600 anslag) til en PR-strategi og konkrete aktiviteter for en virksomhed. Analysen udarbejdes i grupper af 2-3 studerende.

Den individuelle mundtlige prøve

Prøven er en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i oplægget. Prøven har en varighed på 30 minutter inkl. votering. Den studerende har 6-8 minutter til præsentation af oplæg og efterfølgende eksamineres der bredt i fagets læringsmål og der kan således komme spørgsmål til andre dele af læringsmålene end dem, det skriftlige oplæg lægger op til.

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.

For at gå til prøven skal indholdet af den skriftlige opgave være redeligt, opfylde formkrav samt være korrekt og rettidigt afleveret.

Bedømmelseskriterier og censurtype

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

4.5. E-mail marketing

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med e-mail marketing, samt hvilke tiltag, der kan støtte og udvikle dette område. Fagelementet indeholder værktøjerne til at analysere en virksomhed i forhold til at kunne udarbejde relevant indhold til e-mail markedsføring. Fagelementer beskæftiger sig med at opbygge e-mail lister, gennem leadgenerering, vedligeholde listerne, segmentere e-mail listerne og målrettet segmenttilpasset indhold i e-mails. Fagelementet indeholder også oprettelse af

automatiserede kampagne flows, udførelse af præ- og posttests, samt effektmåle på e-mail udsendelser for derigennem at optimere virksomhedens e-mail marketing indsatser.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale begreber om e-mail markedsføring og e-mailmarkedsføringsstrategi
- forståelse for E-mailens markedsføringsmæssige indhold og de tekniske muligheder med e-mail platforme

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende centrale metoder og redskaber indenfor udarbejdelse af relevant indhold til e-mail markedsføring
- vurdere effekten af de udsendte e-mails, samt opstille mål og foreslå nyt indhold for optimering af effekten
- formidle effekten af de udsendte e-mails og eventuelle ændringer i strategien, til samarbejdspartnere samt øvrige interessenter

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage og håndtere analyserne, planlægningen og opgaveudførelsen i relation til e-mailmarkedsføring
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i relation til at håndtere og tilpasse e-mailmarkedsføringen til virksomhedens samlede digitale markedsføring.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig eksamen på baggrund af en case, udleveret mindst 48 timer forud for den mundtlige eksamen.

Den mundtlige prøve

Prøven består af den studerendes præsentation af løsningsforslag til problemstillingen i den udleverede case med efterfølgende individuel mundtlig eksamination.

Den mundtlige eksamination har en varighed på 30 min., som ca. fordeles således:

- 8 min. til præsentation
- 15 min. til eksamination
- 7 min. til votering og karaktergivning

Der eksamineres bredt i fagets læringsmål. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål ud over det, præsentationen lægger op til. Der gives én samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af den mundtlige præstation under præsentationen og eksaminationen.

Forudsætninger for at deltage i eksamen

Forud for udlevering af eksamenscasen skal den studerende aflevere en individuel udarbejdet portfolio med redeligt indhold. Portfolio skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret (se Studieupdate). Godkendes portfolioen ikke, er der brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for fagelementets prøve er lig med læringsmål for det valgfrie uddannelseselement, e-mail marketing. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af den mundtlige præstation under præsentationen og eksaminationen. 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. Dog skal der ikke afleveres en ny portfolio.

Ikke afleveret portfolio

Hvis den studerende ikke har afleveret sin portfolio rettidigt med redeligt indhold, er der brugt et prøveforsøg. Ved reeksamen skal den studerende aflevere sin portfolio ud fra samme krav som ved ordinær eksamen.

4.6. Google Ads/Search Engine Advertising (SEA)

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med annoncering på Googles netværk, hvor fokus er på Google Ads, udvikling af Google Ads og mulighederne i Google Ads. Fagelementet beskæftiger sig ydermere med opsætning af kampagner i Googles søgenetværk, display netværk og google Shopping. Fokus vil være på analyse, optimering og godt købmandskab. Fagelementet beskæftiger derudover med Bing Ads og Adwords Editor, samt udvikling af strategier for eksekvering af de valgte indsatser.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om centrale begreber inden for betalt annoncering på søgemaskiner
- forståelse for hvad der skal til for at få maksimal effekt af SEA på Google, samt kunne forstå teori og metode indenfor indsamling og validering af effektmålinger

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier, med henblik på at vurdere potentiale for salg ved hjælp af SEA.
- Opstille og vurdere KPI'er for virksomhedens digitale strategi.
- formidle resultater af effektmålinger til brug for validering af indsatser i relation til virksomhedens digitale strategi

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i relation til SEA

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er 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. Den studerende har max. 10 minutter til den mundtlige besvarelse af casen og efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til alle fagelementets læringsmål.

Alle hjælpemidler er tilladt i løbet af forberedelsen. Dog er kommunikation med andre under forberedelsen ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

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

4.7. Positiv psykologi

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med den positive psykologi, hvordan mennesket trives og præsterer optimalt. Herunder, trivsel, styrker og selvopfattelse, autentisk ledelse, flow, mental robusthed, kommunikationstrekanten, samt positiv kommunikation. Endvidere indgår vigtige sammenhænge mellem strategier for positivt lederskab, positiv kommunikation og positiv mening, med henblik på at kunne bedømme psykologiske situationer, styrker, svagheder og udviklingsretninger.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om positiv psykologi og dens anvendelse i relation til ledelse.
- Forståelse for hvordan mennesker trives og præsterer optimalt, og hvordan positiv psykologi kan have en indvirkning herpå.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende de centrale metoder og redskaber indenfor for positiv psykologi i forhold til at bedømme psykologiske situationer, styrker, svagheder og udviklingsretninger.
- Vurdere betydningen af positiv kommunikation i relation til ledelse og medarbejder trivsel, samt opstille og udvælge løsningsforslag til strategier for positivt lederskab

Kompetencer

Den studerende kan:

- Varetage udviklingsorienterede situationer inden for positiv psykologi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med fokus på at udvikle strategier for arbejdet med positivt lederskab.
- I en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relationer til positiv psykologi herunder viden om flow, autentisk ledelse og mental robusthed.

Prøveform og tilrettelæggelse – herunder evt. formkrav.

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

Formkrav til den skriftlige synopsis

Opgaven er en individuel synopsis på max. 4.800 anslag, hvor den studerende:

1. Redegør for principperne i den positive psykologi
2. Forholder sig analytisk til principperne og hvordan de kan bruges i praksis
3. Reflekterer over eget læringsudbytte

Den skriftlige synopsis afleveres 7 dage før den mundtlige eksamen. Dato oplyses på Studieupdate.

Den individuelle mundtlige eksamen

Den studerende præsenterer og diskuterer hovedpunkterne i den skriftlige synopsis. Præsentationen skal afsluttes med 3 tematiske refleksionsspørgsmål. Den studerende har 10 minutter til at præsentere opgaven. Herefter er der eksamination i opgaven og i fagets læringsmål.

Eksamenstiden er 30 minutter incl votering.

Forudsætninger for at gå til eksamen

Det er en forudsætning for at gå til eksamen, at den studerende har afleveret de refleksionsopgaver, der løbende er lavet i undervisningen. Opgaverne danner baggrund for eksamen.

For at gå til prøven skal indholdet af opgaverne være redeligt, opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret. Har den studerende ikke afleveret refleksionsopgaverne, eller opfylder

opgaverne ikke formalia, kan den studerende ikke gå til eksamen, og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Positiv psykologi.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering af den skriftlige opgave og den mundtlige præstation. Bedømmelsen sker efter 7-trinsskalaen og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis den ordinære eksamen ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, tilmeldes den studerende automatisk til næstkommende re-eksamen. Omprøven har samme eksamensform som ordinær eksamen.

Ved re-eksamen pga. sygdom på eksamensdagen skal der dog ikke udarbejdes ny skriftlig synopsis eller nye refleksionsopgaver.

4.8. Forbrugerindsigt og adfærdsdesign

Indhold

Fagelementet beskæftiger sig med forståelse for forbrugerens holdning og adfærd. Desuden beskæftiger fagelementet sig med adfærdsændringer, og hvad der ligger til grund herfor. Fagelementet beskæftiger sig desuden med afdækning af, hvad der står i vejen for kunders adfærdsændringer, og hvordan nye løsninger skal designes for at opnå en ændring i adfærden. Fagelementet indeholder metoder til at optimere en virksomheds interne forretningsgange, kortlægge og nedbryde barrierer, der afholder potentielle kunder fra at købe og således forbedre virksomhedens konkurrenceevne i markedet.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- udviklingsbaseret viden om forbrugerindsigt og kundeadfærd, med henblik på at forbedre virksomhedens konkurrenceevne i markedet
- forståelse for forbrugerindsigt, og central anvendt teori og metode for adfærdsdesigns anvendelse.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende forbrugerindsigter og adfærdsdesign til forståelse af kundernes barrierer
- vurdere forbrugerindsigtsdata samt opstille konkrete adfærdsdesign som løsning for problemstillingerne.
- formidle problemstillinger i relation til adfærdsdesign og udarbejde og formidle adfærdsdesignløsninger til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- varetage udvikling af løsninger til adfærdsdesign
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i forhold til forbrugerindsigt og adfærdsdesign
- i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til forbrugerindsigt og adfærdsdesign

Prøveform og tilrettelæggelse – herunder evt. formkrav

Prøven i Forbrugerindsigt og Adfærdsdesign er en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i en skriftlig rapport, udarbejdet i grupper.

Den skriftlige rapport

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes en skriftlig rapport på maksimalt 12.000 anslag (inkl. grafer, men ekskl. forside, indholdsfortegnelse og bilag). Rapporten skal indeholde forside, indholdsfortegnelse, indledende disposition samt resultaterne af analyserne. Rapporten udarbejdes i grupper af 2-3 studerende.

Den mundtlige prøve

Prøven består af en individuel eksamination og afvikles med udgangspunkt i den skriftlige grupperapport. Den individuelle eksamination foregår som følger:

- 5-10 min. præsentation af rapporten
- 15-20 min. eksamination med udgangspunkt i præsentationen og det øvrige pensum
- 5 min. votering og feedback (i alt 30 min. pr studerende).

Forudsætninger for at gå til den mundtlige del af prøven

For at kunne gå til den mundtlige del af prøven er det en forudsætning, at den studerende sammen med sin gruppe har afleveret den skriftlige rapport rettidigt og med redeligt indhold (se Studieupdate).

Har den studerende ikke deltaget i/afleveret den skriftlige rapport eller er formalia ikke opfyldt, kan den studerende ikke gå til den mundtlige prøve og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie fagelement, Forbrugerindsigt og Adfærdsdesign. Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af den skriftlige rapport og den individuelle mundtlige eksamination.

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

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til reeksamen. Den studerende skal udarbejde en ny skriftlig rapport, evt. i en gruppe sammensat af eksaminatoren. Rapporten skal tage udgangspunkt i en ny problemstilling, men må godt være indenfor samme virksomhed. Tidspunkt for aflevering og mundtlig eksamen oplyses på Studieupdate.

4.9. Internationale sommerskoler

Indhold

Internationale sommerskole beskæftiger sig med multikulturelle teams i en faglig sammenhæng. De faglige emner i de enkelte sommerskoler varierer, dog alle med det fælles træk, at der indgår innovation, og der skal løses en større opgave i samarbejde med lokale studerende. Læs mere om sommerskolerne på Studieupdate – Rejs Ud. Studerende, som vælger ”Sommerskole” som valgfag på 3. semester, oplyses om endelige valgmuligheder og betingelser inden 1. marts 2023.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om sommerskolens emneområde i praksis samt centralt anvendt teori og metode.
- Forståelse for praksis anvendelse af emneområdet fra sommerskolen, herunder centralt anvendt teori og metode.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende fagområdets centrale metoder og redskaber samt anvende de færdigheder, der knytter sig til at indgå i et multikulturelt team.
- Vurdere praksisnære problemstillinger inden for kultur.
- Formidle og håndtere praksisnære innovations- og kultur udfordringer.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Varetage udviklingsorienterede situationer inden for det innovative område.
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel og kulturtilpasset tilgang.
- I en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer i relation til den erhvervsmæssige sammenhæng.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Eksamensformen afhænger af den enkelte sommerskole. Den studerende eksamineres i forbindelse med sommerskolen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Afhænger af den enkelte sommerskole.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøvens prøveform afhænger af den enkelte sommerskole og er beskrevet der.

5. 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.

6. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget træder i kraft den 01.02.2023 og har virkning for de studerende, som skal vælge valgfag efterår 2023.

Samtidig ophæves valgfagskataloget for efterår 2022.