



Rettelsesblad til: Markedsføringsøkonomuddannelsens lokaldel 2023

Rettet den 18. januar 2024 af uddannelsesleder Pernille Hallum Lykkegaard.

Ikrafttrædelse

Dette rettelsesblad for lokaldelen af studieordningen gælder for alle indskrevne studerende pr. 1. august 2023 og har virkning for alle studerende, som er optaget på uddannelsen den nævnte dato eller senere. Prøver, som er påbegyndt før 1. august 2023, færdiggøres efter de hidtil gældende regler.

Ændringer til studieordningens lokaldel

Ændringerne vedrører afsnit 3.4. 1. eksterne eksamen, 2. semester – 30 ECTS, hvor der er ændringer i prøvens gennemførelse og forberedelse.

Oprindelig formulering:

3.4. 1. eksterne eksamen, 2. semester – 30 ECTS

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for prøven er identisk med læringsmål for de 2 nationale fagelementer ”Markedsføringsplanen – strategi og taktik” og ”Markedsføringsplanen - implementering”.

Læringsmål fremgår af den nationale del af studieordningen.

Prøveform og tilrettelæggelse, herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel, skriftlig og tværfaglig caseeksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed.

Den tværfaglige caseeksamen er en 6 timers individuel skriftlig prøve, som gennemføres efter 24 timers forberedelse.

Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse, som omfatter:

- Navnet på den virksomhed, som skal analyseres
- Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes
- Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked.

På selve dagen for den individuelle skriftlige eksamen udleveres eksamensspørgsmålene og evt. anden ekstra information. Besvarelsens omfang er 10 normalsider inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Ingen forudsætninger.



Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for 1. eksterne eksamen er identiske med læringsmålene for prøven. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen. Prøven har ekstern censur.

Ændres til:

3.4. 1. eksterne eksamen, 2. semester – 30 ECTS

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for prøven er identisk med læringsmål for de 2 nationale fagelementer ”Markedsføringsplanen – strategi og taktik” og ”Markedsføringsplanen - implementering”.

Læringsmål fremgår af den nationale del af studieordningen.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel, skriftlig og tværfaglig caseeksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed.

Den tværfaglige caseeksamen er en 6 timers individuel, skriftlig prøve.

Der udleveres case og eksamensspørgsmål til stedprøven, samt evt. anden ekstra information. Besvarelsens omfang er 24.000 anslag (10 normalsider) inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Forudsætninger for at gå til eksamen – deltagelsespligt og aflevering

Ingen forudsætninger.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for 1. eksterne eksamen er identiske med læringsmålene for prøven. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen. Prøven har ekstern censur.