



---

# Studieordning 2014-2016

Markedsføringsøkonom

---

Fællesdel

Academy Profession Degree Programme in Marketing Management

Version 1.0

Revideret 20. november 2014

## Indhold – Fælles del

---

Indhold – Fælles del .....	1
1. Studieordningens rammer .....	2
1.1. Studieordningens ikrafttrædelsesdato .....	2
1.2. Studieordningens overgangsordninger.....	2
1.3. Studieordningens lovmæssige rammer.....	2
2. Uddannelsens kerneområder .....	3
2.1. Indhold og læringsmål for kerneområdet International markedsføring og salg4	
2.2. Indhold og læringsmål for kerneområdet Økonomi .....	4
2.3. Indhold og læringsmål for kerneområdet Kommunikation, organisation og ledelse.....	5
2.4. Indhold og læringsmål for kerneområdet Erhvervsret.....	7
3. Obligatoriske uddannelseselementer .....	8
3.1. Indhold og læringsmål for obligatorisk uddannelseselement "International markedsføring og salg" .....	9
3.2. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Økonomi" .....	12
3.3. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Kommunikation, organisation og ledelse" .....	15
3.4. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Erhvervsret" .....	19
3.5. Indhold og læringsmål valgfrit uddannelseselement "Statistik" .....	21
3.6. Indhold og læringsmål valgfrit uddannelseselement "Driftsøkonomi" .....	22
3.2. Antal prøver i de obligatoriske uddannelseselementer .....	24
4. Praktik.....	24
5. Det afsluttende eksamensprojekt .....	25
6. Oversigt over prøverne.....	27
7. Merit.....	27
8. Godkendelse .....	28

# 1. Studieordningens rammer

---

Denne studieordning for erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK), herefter benævnt markedsføringsøkonomuddannelsen, er udarbejdet iht. BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser af de institutioner, som er godkendt til udbud af uddannelsen.

*Indeværende dokument indeholder studieordningens Fællesdel*

Studieordningen består af en fællesdel, der er vedtaget i Erhvervsakademiernes uddannelsesnetværk for uddannelsen, samt en institutionsdel, der fastsættes af den enkelte uddannelsesinstitution.

*Institutionsdelen optræder som separat dokument.*

## 1.1. Studieordningens ikrafttrædelsesdato

Denne studieordning træder i kraft den 1. august 2014 og har virkning for studerende, som optages eller er indskrevet på uddannelsen fra og med studiestart fra og med efteråret 2014.

## 1.2. Studieordningens overgangsordninger

Denne studieordning træder i kraft den 1. august 2014 og har virkning for studerende, som optages og er indskrevet på uddannelsen med studiestart fra og med august 2014.

## 1.3. Studieordningens lovmæssige rammer

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).
- BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
- BEK nr. 223 af 11/03/2014: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (adgangsbekendtgørelsen)
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 689 af 03/07/2009: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Gældende love og bekendtgørelser offentliggøres på [www.retsinfo.dk](http://www.retsinfo.dk)

## 2. Uddannelsens kerneområder

---

Markedsøkonomuddannelsen kræver beståede uddannelseselementer svarende til en arbejdsbelastning på 120 ECTS. Et fuldtidsstudium i et semester består af uddannelseselementer, herunder praktikophold, svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 80 ECTS obligatoriske uddannelseselementer, 10 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

Uddannelseselementer		1. studieår	2. studieår
Kerneområder	International markedsføring og salg (30 ECTS)	20 ECTS	10 ECTS
	Økonomi (20 ECTS)	10 ECTS	10 ECTS
	Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	15 ECTS	5 ECTS
	Erhvervsret (10 ECTS)	10 ECTS	
Valgfri uddannelseselementer		5 ECTS	5 ECTS
Praktik			15 ECTS
Afsluttende eksamensprojekt			15 ECTS
<b>I alt ECTS</b>	(80 ECTS)	<b>60 ECTS</b>	<b>60 ECTS</b>

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede 120 ECTS-point. Se institutionsdel for yderligere information.

Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes på den måde, det fremgår som det fremgår af afsnittet om uddannelsens eksaminer. Når bedømmelsen bestået eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

Uddannelsen består af fire kerneområder, som udgøres af uddannelseselementer svarende til 80 ECTS. Kerneområderne er beskrevet nedenfor.

## 2.1. Indhold og læringsmål for kerneområdet International markedsføring og salg

International markedsføring og salg
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li><li>• Grundlæggende statistik</li><li>• Markedsanalyse</li><li>• Vækststrategi</li><li>• Internationalisering</li><li>• Segmentering, målgruppevalg og positionering</li><li>• Markedsføringsstrategi</li><li>• Salg og forhandlingsteknik</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Den studerende skal have viden om</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv</li><li>• Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg</li></ul> <p><i>Den studerende skal have færdigheder i at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier</li><li>• Kunne vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau</li><li>• Kunne anvende forskellige markedsanalysemetoder og anvende statistiske færdigheder til vurdering af data</li></ul> <p><i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kunne forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft</li><li>• Kunne deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnær</li><li>• Markedsførings mæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked</li><li>• Håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden</li></ul>

## 2.2. Indhold og læringsmål for kerneområdet Økonomi

Økonomi
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomhedsanalyse</li><li>• Mikroøkonomi</li><li>• Investering og finansiering</li><li>• Beskrivende økonomi og handelsteori</li><li>• Makroøkonomi</li></ul>

- Budgettering og parameteroptimering

#### Læringsmål:

*Den studerende skal have viden om:*

- Grundlæggende mikro økonomiske forhold
- Elementerne i virksomheders økonomiske styring
- Det globale økonomiske kredsløb

*Den studerende skal have færdigheder i:*

- Udarbejde mikroøkonomiske analyser på vare- og arbejdsmarked
- Beskrive og analysere investering og finansierings alternativer
- Beskrive og analysere de væsentligste samfundsøkonomiske og demografiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Udarbejde relevante budgetter for en virksomhed og et projekt
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

*Den studerende skal opnå kompetencer til:*

- At kunne vurdere en virksomheds økonomiske udvikling og benytte budgettering i den økonomiske styring
- At placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf ved inddragelse af pris- og indkomst elasticiteter
- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til analyse og vurdering af et marked.

### 2.3. Indhold og læringsmål for kerneområdet Kommunikation, organisation og ledelse

#### Kommunikation, organisation og ledelse

Omfang: 20 ECTS

#### Indhold:

- Analyse af kommunikationsformer og strategier samt kulturel kontekst
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng
- Analyse af virksomhedens struktur, ledelse, værdier, processer, motivationsfaktorer og kultur
- Innovation
- Organisationsudvikling
- Salgsorganisering
- Projektledelse og styring
- Analyse og vurdering af virksomhedens supply chain
- Analyse og vurdering af supply chain management

### Læringsmål:

#### *Den studerende skal have viden om*

- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger indenfor kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik
- Metoder og teorier indenfor salgsorganisering
- Elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet
- Teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Teorier og metoder til implementering af organisationsudvikling
- Kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale, som non verbale virkemidler samt kulturforskelle
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og -former

#### *Den studerende skal have færdigheder i at*

- Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM
- Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

#### *Den studerende skal opnå kompetencer til at*

- Kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- Kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- Planlægge og styre forskellige typer af projekter
- Kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- Præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- Kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

## 2.4. Indhold og læringsmål for kerneområdet Erhvervsret

Erhvervsret
<b>Omfang:</b> 10 ECTS
<b>Indhold:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Retskilder og retsvæsenet</li><li>• Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf</li><li>• Ansættelsesret</li><li>• Insolvensret</li><li>• Pant og kaution</li><li>• Erstatningsret</li><li>• International Privatret</li><li>• Køberet</li><li>• Konkurrence- og markedsføringsret</li></ul>
<b>Læringsmål:</b> <p><i>Den studerende skal have viden om</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner</li><li>• Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret</li><li>• De overordnede ferieregler</li><li>• Rekonstruktionsreglerne</li><li>• Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældslovens regler</li><li>• Det i retspraksis udviklede produktansvar</li><li>• Grundlæggende internationalt privatretlige regler</li><li>• Grundlæggende immaterialretlige regler</li><li>• Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling</li></ul> <p><i>Den studerende skal have færdigheder i at</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til</li><li>• Erstatning, herunder produktansvar</li><li>• E-handel</li><li>• Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold</li><li>• Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer</li><li>• Ansættelsesret, navnlig funktionærret</li><li>• Tvangsfuldbyrdelse og konkurs</li><li>• Ejendomsforbehold</li><li>• Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom</li></ul> <p><i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i></p> <p>Håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af markedsføring og danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010 □</p>



### 3. Obligatoriske uddannelseselementer

Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 80 ECTS og udgøres af nedenstående elementer.

Kerneområde/ uddannelses- element	International markedsføring	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
Tema					
Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS  A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen  B: Grundlæg- gende statistik 1	5 ECTS  A: Virksomheds- analyse B: Mikro- økonomi	10 ECTS  A: Kommunikation B: Organisations- struktur C: Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS  A: Retskilder B: Aftaleret C: Kredit- sikring D: Virksom- hedens retlige forhold	
Strategi- formulering	10 ECTS  A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationali- sering E: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS  A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS  A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	5 ECTS  A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og International t køb C: Retlige markeds- relationer	5 ECTS  A: Statistik el. B: Valgfag el. C: Valgfag
Strategi- implementering	10 ECTS  A: Markedsførings- strategi	10 ECTS  A: Makroøkonomi	5 ECTS  A: Projektledelse og salgsorganisering		5 ECTS  A: Driftsøkon- omi el.

	B: Salg og forhandlings-teknik	B: Budgettering og parameter-optimering	g B: Organisations-udvikling		B: Valgfag
Praktik og afsluttende eksamens-projekt	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

### 3.1. Indhold og læringsmål for obligatorisk uddannelseselement ”International markedsføring og salg”

International markedsføring og salg
<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<p>Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International markedsføring og salg I (10 ECTS)</li> <li>• International markedsføring og salg II (10 ECTS)</li> <li>• International markedsføring og salg III (10 ECTS)</li> </ul> <p><b>International markedsføring og salg I</b></p> <p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li> <li>• Grundlæggende statistik 1</li> </ul> <p><b>Læringsmål</b></p> <p><i>Viden</i></p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <p>Marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation</p> <p><i>Færdigheder</i></p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål og strategier</li> <li>• Vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer</li> <li>• Identificere virksomhedens stakeholders og vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd</li> <li>• Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden</li> <li>• Formidle virksomhedens stærke og svage sider samt trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere</li> <li>• Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet</li> <li>• Udarbejde hypotesetests og konfidens intervaller</li> <li>• Behandle markedsanalysedata ved brug af statistiske værktøjer</li> </ul>

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- Bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter

### **International markedsføring og salg II**

Indhold:

- Markedsanalyse
- Vækststrategier
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- At kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- Segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- Forskellige vækststrategier
- Internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- Anvende statistiske færdigheder til vurderingen af markedsanalysens validitet og reliabilitet:
  - Udarbejde test for goodness of fit
  - Udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - Håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- Vurdere statistisk bearbejdet markedsanalyse selvstændigt
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens

internationalisering

### **International markedsføring og salg III**

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Designbriefets struktur og indhold og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder.
- Markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- Marketing- og salgsbudgetter
- Forskellige salgsstrategier
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Betydningen af internationale kompetencer

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- Anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- Opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- Vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- Anvende forskellige forhandlingsteorier og -modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk
- Gennemføre uddannelseselementer på engelsk

##### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- Deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- Forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- Arbejde i internationale teams/grupper

#### **Bedømmelse:**

- 2 prøver

### 3.2. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Økonomi"

Økonomi
<b>Omfang:</b> 20 ECTS
Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag: <ul style="list-style-type: none"><li>• Økonomi I (5 ECTS)</li><li>• Økonomi II (5 ECTS)</li><li>• Økonomi III (10 ECTS)</li></ul>
<b>Økonomi I</b>
Indhold: <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. break-even analyser</li><li>• Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter</li><li>• Virksomhedsanalyse</li><li>• Markedsforhold - nytte og efterspørgsel</li><li>• Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer</li></ul>
<b>Læringsmål:</b>
<i>Viden</i>
Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"><li>• Virksomheders markeds- og omkostningsforhold</li><li>• Virksomhedens omkostningsforløb, herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet</li><li>• Virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter</li><li>• Virksomheders økonomiske styringsområder, herunder målsætning og opgaver</li><li>• Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning</li><li>• Virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra</li><li>• Virksomhedens pengestrømme</li><li>• Virksomheders supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber</li><li>• Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet, herunder producent- og forbrugeroverskud</li><li>• Pris- og indkomst elasticitetens betydning</li><li>• Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten</li><li>• Eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb</li></ul>
<i>Færdigheder</i>
Den studerende skal have færdigheder i at kunne: <ul style="list-style-type: none"><li>• Vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika</li><li>• Analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring</li><li>• Analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt</li></ul>

#### aktierelaterede nøgletal

- Formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter
- Analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- Analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- Analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- Anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Vurdere, hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- Påpege, hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- Analysere en virksomheds økonomiske udvikling i en struktureret sammenhæng med henblik på handlemuligheder
- Placere en given branche under en markedsform samt vurdere konsekvenserne heraf
- Inddrage pris- og indkomst elasticiteter i den samfundsøkonomiske analyse

#### **Økonomi II**

Indhold:

- Grundlæggende investeringsteori
- Grundlæggende finansiering og valgkriterier mellem finansieringsformer
- Handelsteori og handelspolitiske indgreb
- Beskrivende økonomi

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- Metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- Kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- Kriterier for valg af finansieringsform
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Sammenligne forskellige finansieringsformer
- Beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- Vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller

fremmedkapital

- Beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- Beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- Vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Foretage en beregning af en investerings lønsomhed og redegøre for valg af finansieringsform/marketingstrategi

### **Økonomi III**

Indhold:

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller
- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- Grundlæggende budgetkontrol
- Arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- Det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- Forskellige former for økonomisk politik
- Forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager
- Rente- og valutakursdannelsen
- Det monetære samarbejde inden for EU
- Forskellige økonomiske teories opfattelse af konjunktursvingninger

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- Udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- Redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- Udarbejde et balancebudget
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger

- Analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- Anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- Analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- Analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Udarbejde budgetter som led i virksomhedens økonomiske styring samt gennemføre af budgetkontrol
- Inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- Benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- Vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder

#### **Bedømmelse**

- 2 prøver

### **3.3. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Kommunikation, organisation og ledelse"**

#### **Kommunikation, organisation og ledelse**

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af tre fag:

- Kommunikation, organisation og ledelse I (10 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse II (5 ECTS)
- Kommunikation, organisation og ledelse III (5 ECTS)

#### **Kommunikation, organisation og ledelse I**

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:



- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsmodeller og -teorier
- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer inden for Supply Chain Management
- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier
- Grundreglerne inden for problemorienteret projektarbejde

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- Finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse og motivation
- Forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- Anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- Anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder:
- Arbejde kreativt med personlig kommunikation
- Udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- Sætte sig ind i akademisk materiale
- Anvende metoder til udvikling af personligheden

### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- Håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter
- Analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- Præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- Tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- Præsentere materiale skriftligt og mundtligt

## Kommunikation, organisation og ledelse II

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse - nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

### Læringsmål:

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- De logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- Kulturteorier og -modeller samt analyse af nationale kulturer
- Kulturforskelle, nationalt og internationalt, samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- Begreber såsom kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- Begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- Aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- Evnen til at skabe konstruktive relationer til andre

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- Vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- Identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- Forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhænge
- Analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- Kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- Kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- Anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- Arbejde sammen på tværs af kulturer

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- Foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens

forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne

- Tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger

### **Kommunikation, organisation og ledelse III**

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Begreber og metoder og IT-værktøjer til planlægning og styring af projekter
- Teorier om organisationsudvikling og metoder til implementering af organisatoriske udviklingsprojekter
- Metoder og teorier inden for salgsorganisering og -ledelse

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Anvende relevante IT-værktøjer til projektledelse
- Vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Etablere kontakt til relevante samarbejdspartner i forskellige projekter
- Inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- Formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

##### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter
- Vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
- Analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse
- Etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- Tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

#### **Bedømmelse**

- 2 prøver

### 3.4. Indhold og læringsmål obligatorisk uddannelseselement "Erhvervsret"

Erhvervsret
<b>Omfang:</b> 10 ECTS
Det obligatoriske uddannelseselement består af to fag: <ul style="list-style-type: none"><li>• Erhvervsret I (5 ECTS)</li><li>• Erhvervsret II (5 ECTS)</li></ul>
<b>Erhvervsret I</b>
Indhold: <ul style="list-style-type: none"><li>• Retskilder samt domstolssystemet</li><li>• Aftaleret, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler</li><li>Fuldmagt</li><li>Ugyldighed</li><li>Forbrugeraftaler</li></ul></li><li>• Virksomhedens retlige forhold, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>Virksomhedsformer</li><li>Ansættelsesret, herunder ferie</li><li>Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud</li></ul></li><li>• Kreditsikring, herunder<ul style="list-style-type: none"><li>Kaution</li><li>Ejendomsforbehold</li><li>Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom</li></ul></li></ul>
<b>Læringsmål:</b>
<i>Viden</i>
Den studerende skal have viden om: <ul style="list-style-type: none"><li>• Retskilderne</li><li>• Domstolssystemet</li><li>• Konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden</li><li>• Ugyldighed og fortrydelsesret</li><li>• Ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie</li><li>• Tvangsakkord og frivillig akkord</li><li>• Kaution</li><li>• Pant i løsøre, herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter</li><li>• Mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældsbrevslovens regler om sikringsakter</li></ul>

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
- Aftaleret, herunder
  - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
  - Fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
- Individuel- og universalforfølgning, herunder
  - Trangsbeneficiet
  - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
  - Prioritetsordenen
  - Sikringsakter
  - Gyldighedsvirkningen
  - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

### **Erhvervsret II**

Indhold:

- Erstatning uden for kontrakt, herunder
  - Erstatningsbetingelserne
  - Arbejdsgiveransvar
  - Produktansvar
- Dansk og international køberet, herunder international privatret
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder:
  - Markedsføringsret
  - E-handelsret
  - Immaterialret
  - Konkurrenceret

### **Læringsmål:**

#### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Lovvalg og værneting i internationale konflikter
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- Designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til  
1. Erstatning, herunder:

- erstatningsbetingelserne
  - arbejdsgiveransvar
  - produktansvar omfattet af produktansvarsloven
2. E-handel

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af
  1. Markedsføring
  2. Danske og internationale salg, herunder
    - risikoovergang
    - levering
    - misligholdelse
    - misligholdelse i danske forbruger køb
    - Incoterms 2010

#### **Bedømmelse**

- 1 prøve

### 3.5. Indhold og læringsmål valgfrit uddannelseselement "Statistik"

#### **Statistik**

**Omfang:** 5 ECTS

#### **Indhold:**

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.
- Skalering.
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

##### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.
- Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere

forklarende variable, herunder Dummy variable

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling
- At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger
- At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger

#### **Bedømmelse**

- 1 prøve

### **3.6. Indhold og læringsmål valgfrit uddannelseselement "Driftsøkonomi"**

#### **Driftsøkonomi**

**Omfang:** 5 ECTS

#### **Indhold:**

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer
- Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat
- Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.

#### **Læringsmål:**

##### *Viden*

Den studerende skal have viden om:

- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser
- Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret -omkostningssystemer (ABC-costing)
- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og --- udskiftningstidspunkt ifm. investeringer

- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

#### *Færdigheder*

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold
- Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisfølsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder.

#### *Kompetencer*

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

#### **Bedømmelse:**

- 1 prøve



### 3.2. Antal prøver i de obligatoriske uddannelseselementer

Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele

Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	X
1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	X
2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	X
3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	Valgfrit uddannelseselement	X
4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	X
2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	X

## 4. Praktik

---

Markedsføringsøkonomuddannelsen er et selvstændigt afrundet forløb, der omfatter både teori og praktik. Praktikken skal i samspil med uddannelsens teoretiske dele styrke den studerendes læring og bidrage til opfyldelsen af uddannelsens mål for læringsudbytte.

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og [institutionen] sikrer rammerne om praktikforløbet.

Praktikken varer tre måneder, og gennemføres på uddannelsens fjerde semester. Den forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt.

Den studerende skal inden praktikken udarbejde og aflevere en målbeskrivelse for praktikken, som tager udgangspunkt i læringsmålene nedenfor.

Praktik
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Læringsmål:</b> <i>Den studerende skal have viden om</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Detailkendskab til virksomhedens produkter og arbejdsgange inkl. viden om anvendt teori og metode.</li><li>• Have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver</li></ul> <i>Den studerende skal have færdigheder i at</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet</li><li>• Selvstændigt at kunne indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave</li><li>• Skal kunne vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse</li><li>• Skal kunne kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter</li></ul> <i>Den studerende skal opnå kompetencer til at</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis</li><li>• Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet</li><li>• Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis</li></ul>
<b>Bedømmelse:</b> - Praktikeksamen

## 5. Det afsluttende eksamensprojekt

Det afsluttende projekt på markedsføringsøkonomuddannelsen skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Erhvervsakademiet godkender problemstillingen.

Eksamen i det afsluttende projekt afvikles som en ekstern prøve, som sammen med prøven efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

Prøven består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter.

Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

<b>Det afsluttende projekt</b>
<b>Omfang:</b> 15 ECTS
<b>Indgår:</b> På uddannelsens 4. semester
<b>Formål:</b> Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen, som indledningsvist i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.
<b>Læringsmål:</b> <i>Viden</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Den studerende skal have viden om de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet</li></ul> <i>Færdigheder</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Den studerende skal kunne anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig til uddannelsens centrale fagområder.</li><li>• Den studerende skal kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling</li></ul> <i>Kompetencer</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Den studerende skal kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser.</li><li>• Den studerende skal kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger.</li><li>• Den studerende skal kunne opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger.</li></ul>
<b>Bedømmelse:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mundtlig eksamen baseret på det afsluttende projekt, ekstern prøve</li></ul>

## 6. Oversigt over prøverne

---

Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele

Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	X
1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit uddannelseselement	X
2. interne (Strategiimplementering)	International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	X
3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	Valgfrit uddannelseselement	X
4. interne (Praktikprøve)	Praktikforløb	X
2. eksterne (Afsluttende eksamensprojekt)	Afsluttende eksamensprojekt	X

## 7. Merit

---

Det kan være muligt at få meriteret uddannelsesdele fra andre institutioner eller lignende til en uddannelse på erhvervsakademiet.

Erhvervsakademiet godkender i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele på uddannelsen på erhvervsakademiet. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Den studerende har pligt til at oplyse om gennemførte uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må kunne antages at give merit.

## 8. Godkendelse

---

Den fælles del er udarbejdet i fællesskab af nedenstående institutioner, som i et tæt samarbejde har forpligtet sig på at sikre national kompetence og merit ved bl.a. at tilrettelægge og gennemføre fælles eksterne prøver.

Denne studieordnings fællesdel er fastlagt af følgende institutioner:

**Erhvervsakademi Copenhagen Business Academy**  
[www.cphbusiness.dk](http://www.cphbusiness.dk)

**Erhvervsakademi Sjælland**  
[www.easj.dk](http://www.easj.dk)

**Erhvervsakademi Dania**  
[www.eadania.dk](http://www.eadania.dk)

**Erhvervsakademi SydVest**  
[www.easv.dk](http://www.easv.dk)

**Erhvervsakademiet Lillebælt**  
[www.eal.dk](http://www.eal.dk)

**Erhvervsakademi Aarhus**  
[www.eaaa.dk](http://www.eaaa.dk)

**Erhvervsakademi Kolding**  
[www.iba.dk](http://www.iba.dk)

**Professionshøjskolen University  
College Nordjylland**  
[www.ucn.dk](http://www.ucn.dk)

**Erhvervsakademi MidtVest**  
[www.eamv.dk](http://www.eamv.dk)

**Professionshøjskolen VIA University  
College**  
[www.viauc.dk](http://www.viauc.dk)