



Studieordning 2014-2016

Markedsføringsøkonom

Institutionsdel

Academy Profession Degree Programme in Marketing Management

Version 1.0
Revideret 20. november 2014

Indhold – Institutionsdel

1.	Studieordningens rammer.....	1
1.1.	Studieordningens ikrafttrædelsesdato	1
1.2.	Overgangsordninger	1
1.3.	Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet	1
2.	Valgfrie uddannelseselementer	1
2.1.	Statistik	2
2.2.	Indkøb	3
2.3.	Salg 1	4
2.4.	Oplevelsesøkonomi.....	5
2.5.	Journalistiske værktøjer og tekstproduktion	6
2.6.	Human Ressource Management	7
2.7.	Digital markedsføring, 1. del	8
2.8.	Practical e-Commerce	9
2.9.	Grafisk design og digital produktion	10
2.10.	Corporate communication.....	11
2.11.	Branding communication	12
2.12.	Idéudvikling i praksis.....	13
2.13.	Iværksætter.....	14
2.14.	International Business Communication.....	15
2.15.	Internationale sommerskoler	16
2.16.	Markedskommunikation.....	17
2.17.	Entrepreneurship	18
2.18.	Driftsøkonomi	19
2.19.	Purchasing 2.....	20
2.20.	Salg 2	21
2.21.	Digital markedsføring 2.....	22
3.	Regler for gennemførelse af praktik	23
4.	Anvendte undervisnings- og arbejdsformer	24
5.	Retningslinjer for differentieret undervisning	24
6.	Krav om kendskab til fremmedsprog.....	24
7.	Internationalisering	24
7.1.	Uddannelse i udlandet.....	24
7.2.	Eksamination ved udlandsophold på 3. semester.....	25
7.3.	Regler for afholdelse af eksamen i udlandet	25
7.4.	Aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner	25
8.	Prøver på uddannelsen	25
8.1.	Oversigt over prøverne og den tidsmæssige placering	26
8.2.	Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering/ International Markedsføring, Erhvervsret, Kommunikation, Organisation og Ledelse samt Økonomi/ 1. og 2. semester (1. eksterne):	27
8.3.	Prøve i valgfrit uddannelseselement 1	28

8.4. Strategiimplementering/ International Markedsføring, Kommunikation, Organisation og Ledelse samt Økonomi/ 3. semester (2. interne).....	28
8.5. Prøve i valgfrit uddannelseselement 2	29
8.6. Praktikeksamen	29
8.7. Afsluttende eksamensprojekt	30
8.8. Krav til skriftlige opgaver og projekter	31
8.9. Krav til det afsluttende projekt	31
8.10.Hvad betyder formulerings- og staveevner for bedømmelsen?.....	31
8.11.Anvendelse af hjælpemidler	31
8.12.Særlige prøvevilkår	31
8.13.Syge- og omprøver	32
8.14.Det anvendte sprog ved prøverne	32
9. Eksamenssnyd herunder brug af egne og andres arbejder (plagiat).....	32
9.1. Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen	32
9.2. Formodning om eksamenssnyd, herunder plagiering under og efter prøven ...	33
9.3. Processen ved afklaring af eksamenssnyd, herunder plagiering	33
10. Andre regler for uddannelsen.....	34
10.1.Merit for fag omfattet af studieordningens institutionsdel	34
10.2.Forhåndsmerit	34
10.3.Talentstrategi	35
10.4.Deltagelsespligt	35
10.5.Obligatoriske opgaver	36
10.5.Andre større, ikke obligatoriske, opgaver	37
10.6.Kriterier for vurdering af studieaktivitet	38
11. Klager over prøver og anke af afgørelser	39
11.1.Klager over prøver	39
11.2.Anke	40
11.3.Klage over retlige forhold.....	41
12. Dispensationsregler	41
13. Godkendelse.....	41

1. Studieordningens rammer

1.1. Studieordningens ikrafttrædelsesdato

Institutionsdelen af studieordningen gælder for studerende med studiestart pr. 1. august 2014.

1.2. Overgangsordninger

Denne studieordning ophæver tidligere versioner af studieordningen med virkning fra 1. august 2014.

1.3. Tidsmæssig placering i uddannelsesforløbet

Herunder fremgår studiets overordnede struktur og forløb.

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
I alt ECTS	(80 ECTS)	60 ECTS	60 ECTS

2. Valgfrie uddannelseselementer

De valgfrie uddannelseselementer har til formål at give de studerende mulighed for at få en individuel profil på deres uddannelse gennem en faglig fordybelse inden for uddannelsens fagområder. Valgfagene kan tilrettelægges af den enkelte institution, som udbyder uddannelsen. De studerende kan følge valgfag på andre institutioner mod selv at afholde udgifter til transport, overnatning mv.

Ved færre end 8 tilmeldte til et fag kan Institutionen vælge at aflyse faget. Ved færre end 15 studerende kan antal lektioner reduceres.

Herunder ses de valgfag, som udbydes på Erhvervsakademi Aarhus 2014-2016.

2.1. Statistik

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Læringsmål

Viden og forståelse

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 beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation
- At foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- At opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder dummy variable

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

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

Bedømmelseskriterier

Faget afsluttes med en tre timers skriftlig eksamen. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

2.2. Indkøb

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

- Indkøbets strategiske rolle:
 - Organisering af indkøbet
 - Supplier Relationship Management
 - Indkøbets rolle som værdiskabende i Supply Chain Management
 - Outsourcing
 - Internationale muligheder i indkøbet
 - CSR (Corporate Social Responsibility)
- Indkøbets gennemførelse på det udførende niveau
 - Søgning, valg og evaluering af leverandører
 - ERP (Enterprise Resource Planning)
 - Leverandøraftaler
 - Leverandørudvikling

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Indkøbsfunktionens organisering og placering samt samspil med andre funktioner
- Strategiske muligheder indenfor Supply Chain Management og Supplier Relationship Management
- Outsourcing
- Internationale aspekter i indkøbet
- Kontraktstyring
- CSR (Corporate Social Responsibility)
- Forskellige typer af indkøb

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne analysere en indkøbsafdelings produktportefølje og på denne baggrund opstille forslag til leverandørsamarbejde
- At opstille forslag til forbedringer af daglige arbejdsgange i indkøbsafdelingen
- At opstille kriterier for samt foretage leverandørvurderinger
- At opstille forslag til internationale muligheder i indkøbet
- At analysere og vurdere praksisnære, indkøbsmæssige problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Selvstændigt at kunne håndtere indkøbsprocessen
- At samarbejde med virksomhedens øvrige funktioner omkring indkøbsarbejdet
- At søge og etablere kontakt med relevante samarbejdspartnere

Bedømmelseskriterier

I faget indgår en gruppeopgave, hvor en virksomheds indkøbsfunktion analyseres.

Faget afsluttes med en individuel 30 minutters mundtlig eksamen, hvortil der gives 1 times forberedelse. Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.3. Salg 1

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

- Salg i forhold til virksomhedens øvrige afsætningsparametre samt virksomhedens overordnede strategi og planlægning
- Salgsbegreber – relationer versus transaktioner, BtB versus BtC
- Salgsetik
- Grundlæggende salgsteknik og salgopsykologi
- Salgsprocessen

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Salgsterminologi og salgsbegreber samt deres anvendelse i praksis
- Jobfunktioner i en salgsorganisation og salgsorganisationen som del af virksomhedens overordnede strategi
- Forskellige typer af salg afhængig af branche, produkt og købsadfærd
- Betydningen af salgopsykologi.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne analysere og vurdere salgets virkemidler og strategier
- At kunne analysere forskellige former for salg
- At kunne anvende viden om værdiskabelse hos kunden i salgsarbejdet
- At kunne anvende grundreglerne i salgopsykologi samt reflektere over egen adfærd
- At kunne udføre praktiske salgsovelser for forskellige former for salg

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- At kunne udvælge, præsentere og analysere informationer om henholdsvis sælger- og købervirksomhed med relevans for at kunne gennemføre et konkret salg til den pågældende kunde
- At kunne anvende relevant salgsteknik og -psykologi i forbindelse med gennemførelse af en konkret salgssituation

Bedømmelse

Den studerende afleverer på 2. semester et obligatorisk eksamensoplæg. Oplægget er en salgsanalyse med udgangspunkt i en selvvalgt virksomhed på BtB. Oplægget er en forudsætning for at kunne gå op til den afsluttende mundtlige eksamen.

Salgsanalysen danner grundlag for den mundtlige eksamen, hvor den studerende over for eksaminator/censor repræsenterer sælgervirksomheden. Der gives en samlet karakter efter 7-trinsskalaen, hvor det obligatoriske eksamensoplæg tæller med 1/3 og den mundtlige præstation på eksamensdagen tæller med 2/3.

Eksamen er en individuel 30 minutters mundtlig eksamen.

2.4. Oplevelsesøkonomi

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

- Begreber, teorier og modeller indenfor oplevelsesøkonomi
- Analyse og vurdering af oplevelseskoncepter
- Udvikling af egne idéer baseret på oplevelser

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Definitioner, teorier og modeller indenfor oplevelsesøkonomi
- Hvorledes virksomheder, organisationer og brancher kan skabe rammerne for oplevelser
- Hvordan alle fem sanser kan anvendes i markedsføringen af oplevelser

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne analysere og vurdere konkrete virksomheders, organisationers og branchers oplevelseskoncepter ved hjælp af relevante modeller og metoder
- At kunne anvende innovationsmodeller til udvikling af nye koncepter

Kompetence

Den studerende opnår kompetence til:

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

Bedømmelseskriterier

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes en analyse og vurdering af en konkret virksomheds, organisations eller branches oplevelser. Ud fra analysen udvikles idéer og forslag til nye oplevelseselementer for virksomheden, organisationen eller branchen. Der udarbejdes et præsentationsmateriale (svarende til ca. 10-12 PowerPoint slides). Analysen og præsentation udarbejdes i grupper af 3-4 studerende.

Analysen og idéerne skal præsenteres for eksternt opdragsgiver. Denne præsentation skal dokumenteres f.eks. ved video, fotos eller andet. Dokumentationen medbringes til den mundtlige eksamen. Præsentationsmaterialet er en forudsætning for at kunne gå til eksamen.

Til den mundtlige eksamen laves en fælles præsentation for underviser og intern censor af gruppens resultater på max 30 minutter med efterfølgende individuel afprøvning (15 minutter). Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.5. Journalistiske værktøjer og tekstproduktion

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

I dette fag udvikler du din sproglige bevidsthed og personlige skrivestil. Faget introducerer journalistiske værktøjer og generelle metoder til optimal skriftlig kommunikation.

Du lærer at skrive klart, korrekt og effektivt - en central del af både undervisning og forberedelse er skriveøvelser og konkret tekstproduktion.

- Grammatik og sætningskonstruktioner
- Sproglige virkemidler
- Opbygning af argumentation
- Disponeringsmodeller og fortællestrukturer
- Journalistik vinkling
- Genrebevidsthed
- Skriveøvelser og hjemmeopgaver med løbende feedback fra underviseren

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige tekstgenrers formkonventioner, offline og online
- Målgruppetilpasning af argumentation og sproglig stil
- Brugen af sproglige virkemidler
- Skriveprocessens trin

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At fastlægge tekstens form og indhold ud fra dens strategiske mål
- At vinkle og målrette budskaber
- At skrive metodisk velfunderet og grammatisk korrekt

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- At skrive klare, letforståelige og veldisponerede tekster
- At kvalitetssikre andres tekster
- At varetage tekstproduktion og journalistiske opgaver i en virksomhed

Bedømmelse

Læringsmålene afprøves i en individuel prøve, der består af en skriftlig og en mundtlig del.

Den samlede præstation udmøntes i en samlet karakter.

Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

Den studerende får 24 timer til frit at producere en tekst under hensyntagen til opgavebeskrivelsens angivelse af genre og kontekst (vejledende omfang 5 normalsider). Den mundtlige del ligger mindst to hverdage senere og består af en præsentation, hvor den studerende begrundet, uddyber og diskuterer sine sproglige valg.

Forudsætninger

Det forudsættes, at den studerende har erfaring med at skrive længere tekster, eksempelvis studieopgaver og rapporter, og derfor har en fornemmelse af egne styrker og svagheder som skribent.

2.6. Human Ressource Management

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

Målet er, at den studerende får teoretisk og praktisk viden om den strategiske rolle, som de menneskelige ressourcer spiller i de finansielle virksomheder, herunder hvordan medarbejdere, ledere, job og sociale fællesskaber fungerer i en organisatorisk kontekst.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Organisationers daglige drift med fokus på medarbejderen, som det hele, lærende menneske
- Strategiske perspektiver i samspillet mellem HRM og virksomhedskultur
- Metoder til jobdesign
- Metoder til kompetence-, karriere- og ledelsesudvikling
- Personalejura på generelt niveau
- Anvendeligheden af forskellige former for incitament i forhold til forskellige medarbejdere
- Tests i forbindelse med ansættelse

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- Beskrive, analysere og vurdere en virksomheds Human Ressource proces
- Kortlægge en virksomheds behov for kvalifikationer og kompetence
- Benytte forskellige metoder til tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetence til:

- Gennemføre en rekrutteringsopgave fra afdækning af rekrutteringsbehov, annoncering, ansøgning og samtaler
- Udforme en personalepolitik med tilhørende handlingsplaner
- Beskrive, analysere og vurdere samspil mellem Human Resource og virksomheders organisering og forretningsmæssige

Bedømmelse

Valgfagsdelen afsluttes med en 2 timers skriftlig eksamen i læringsmålene for faget.

Der gives karakter efter 7-trinskalaen for den studerendes skriftlige præsentation.

2.7. Digital markedsføring, 1. del

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

(2. del udbydes i efteråret 2015)

Indhold

På dette valgfag bliver du klædt på til at kunne arbejde professionelt med digital markedsføring og få succes online.

Med faget 'digital markedsføring' får du en grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring. Du bliver kvalificeret til professionelt at analysere, planlægge og udføre forskellige former for digital markedsføring. Du får indblik i, hvordan du kan målrette markedsføringen på nettet mod en ønsket målgruppe, samt hvordan du analyserer og vurderer markedspotentialet.

- Grundlæggende forståelse af digital markedsføring
- Målsætninger og KPI (Key Performance Indicators)
- Webanalyse med Google Analytics
- Introduktion til CMS systemer
- Udarbejdelse af landingssider til online markedsføring
- Søgemaskineoptimering
- Digital reklame og annoncering med Google AdWords
- Markedsføring på sociale medier.

Undervisningen er planlagt i samarbejde med Kursusfabrikken.dk, som er velfunderet i de digitale fag og værktøjer. Du vil blive undervist af fagfolk, der til dagligt arbejder med digital markedsføring, og du vil se, hvordan professionelle online kampagner bliver udført. Du vil også få adgang til en lang række værktøjer, som bruges af virksomheder der arbejder med online markedsføring. Undervisningsformen er meget praksisnær og veksler mellem underviseroplæg, diskussioner, øvelser og opgaver - individuelt, i teams og på klassen.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Centrale digitale markedsføringsbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring
- Centrale primære og sekundære data indsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen
- Metoder og værktøjer til digital markedsføring.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- Anvende digitale markedsføringsbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund optimere markedsføringsindsatsen
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder
- Planlægge og udarbejde annonce- og reklamekampagner til digitale medier

- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater til fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats

Bedømmelse

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

2.8. Practical e-Commerce

Faget udbydes kun på engelsk, men det er muligt for danske studerende at kommunikere på dansk med underviser samt aflevere opgave og gå til eksamen på dansk.

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Contents

In this course you will be working on creating your own web shop using the Magento system, one of the leading e-commerce systems in the world. You will learn how to set up a web shop system, how to handle the daily management of a web shop, collect insights from your users and gain an understanding of the ecosystem that a web shop exists in.

This course will cover the following topics:

- Types of webshop systems
- Setting up a web shop in Magento
- Handling products and pricing
- Preparing and handling images
- Integrating videos
- Gaining insights by analyzing statistics
- User testing and A/B split tests
- Search Engine Optimization
- Campaigns and Google Adwords
- Working with payment gateways
- Integrations and 3rd party services

The lecture form will be a combination of case based learning, relevant theory and practical exercises.

The literature will be based upon the official Magento User Manual, theoretical e-commerce texts and a collection of relevant online articles.

Learning Objectives

Knowledge and understanding

The student will gain knowledge about:

- The technical business environment a web shop operates in

- The components of web shop systems
- Roles and job functions involved within web shop operations
- The workflow and work processes behind running a web shop
- Site traffic through advertising and search engines

Skills

The student will get the skills to:

- Assess technical possibilities
- Install and prepare a web shop with locale specific settings
- Set up, collect and report on statistical user insights
- Perform daily routine operations regarding product handling
- Identify best practice and trends within the field

Competencies

The student will learn to:

- Participate professionally in interdisciplinary teams working with web shop operations
- Acquire new knowledge, skills and competencies within the subject area

Assignments and exam

The course ends with an individual hand-in of a report and a Magento web shop. A single combined grade will be given, based on the 7-point scale.

The report must be a maximum of 10 pages and handed in together with a URL for a live version of the web shop. The evaluation is based upon the student's ability to apply the course topics in the context of their own web shop.

2.9. Grafisk design og digital produktion

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Forudsætninger: Adgang til en computer der kan køre Adobe Photoshop, almindeligt farvesyn, interesse for design

Formål

Indføring i grafisk produktion til brug inden for digital kommunikation.

Indhold

Du vil komme til at arbejde med:

- Layoutteknikker
- Farveteori
- Typografi
- Komposition
- Design
- Stilarter
- Digital billedbehandling

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Grafisk produktionsflow

- Grafiske produktionsteknikker

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At planlægge og layoute et visuelt produkt til brug for digital kommunikation

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence i:

- Simple teknikker til fremstilling, forbedring og manipulering af digitalt billedmateriale, samt at gemme disse i de relevante filformater.

Bedømmelse

Læringsmålene udprøves i en prøve, der består af en skriftlig og en mundtlig del.

Under kurset udarbejdes et koncept, som er baggrunden for en præsentation og en rapport. Præsentationens varighed er 10-15 minutter. Udviklings-processen dokumenteres skriftligt i form af en rapport.

Den samlede præstation (præsentation/ rapport) udmøntes i en samlet karakter.

Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.10. Corporate communication

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

- Stakeholder relationer
- Virksomhedsidentitet herunder hvordan image, rygte og strategi knyttes sammen sådan at man kan styre og koordinere en sammenhængende kommunikationssystem også i forbindelse med krise-, forandrings- og CSR kommunikation.
- Identificering og analyse af stakeholder relationer.
- Analyse og planlægning af virksomhedskommunikation både fra dag til dag, men også i forbindelse med krise og forandring.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Hvad virksomhedskommunikation er, herunder hvordan man kan arbejde med virksomhedens identitet, image og rygte.
- Strategisk inddragelse og tilgang til stakeholders.
- Strategier og redskaber til at skabe, vedligeholde og koordinere en sammenhængende virksomhedskommunikation.
- Hvordan man kan håndtere krise, CRS og forandrings kommunikation.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At identificere og analysere en organisations interessenter.
- At kunne analysere og planlægge en fornuftig virksomhedskommunikation i forhold til dag til dag kommunikation med nøgle interessenter.
- At kunne planlægge en kommunikationsstrategi i en krise eller forandring
- At kunne analysere og håndtere en virksomheds brand dvs. identitet, image og rygte.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Selvstændigt at kunne redegøre for og analysere problemstillinger inden for virksomhedskommunikation
- At kunne argumentere for en valgt kommunikationsstrategi med afsæt i de anvendte teorier og metoder på en velbegrundet måde.

Bedømmelse

Læringsmålene afprøves i en skiftelig opgave (8 standard sider) som tager afsæt i en virkelighedsnær case / problemstilling som den studerende ønsker at arbejde med.

Den studerende vil blive evalueret ud fra følgende kriterier:

- Evnen til at redegøre for og anvende relevante teorier, modeller og begreber inden for virksomhedskommunikation og sætte disse i relation til praksis (casen)
- Evnen til at identificere og analysere de relevante interessenter og udarbejde en kommunikationsstrategi for disse.
- Evnen til at udarbejde en målrettet kommunikationsplan som løser den problemstilling der præsenteres i casen.
- Evnen til at argumentere for den valgte løsning på en velstruktureret måde som lever op til de akademiske standarder for opgaveskrivning.

Der gives karakter efter den samlede præstation. Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.11. Branding communication

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

Præsentation af de grundlæggende kommunikationsteorier inden for virksomhedskommunikation, produkt branding og marketing.

Fokus vil være på, hvordan branding bruges som et redskab til at engagere kunderne og få en dialog med en relevant faggruppe.

De studerende vil blive i stand til at kombinere relevante teorier og anvende dem i forbindelse med udarbejdelsen af trendanalyser, målgruppeanalyser og kommunikationsplanlægning – herunder valg af kommunikationskanaler.

Undervisningen er casebaseret og vil tage udgangspunkt i konkrete virksomhedscase. De studerende vil få træning i at argumentere for den valgte branding strategi samt præsentere den casebaserede løsning i plenum.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Kommunikations og marketing teorier
- Brandingteorier i et kommunikationsperspektiv
- Forholdet mellem brand og forbruger
- Trends og strategier inden for branding, såsom "grøn" branding, CSR, relations branding og oplevelses branding etc.
- Mediernes rolle i udviklingen af en strategisk brand kommunikation

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- Analyse af trends og strategier som er anvendt i branding af produkter eller organisationer i forskellige industrier
- Praktisk anvendelse af branding og marketing kommunikation.
- Identificering af relevant målgruppe samt strategi for hvordan målgruppen adresseres
- Udvikling af branding strategi og kommunikation

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer i:

- Selvstændigt at kunne redegøre for og analysere problemstillinger inden for branding og kommunikation
- At argumentere for en valgt brandingstrategi med afsæt i de anvendte teorier og metoder på en velbegrundet måde.

Bedømmelse

Læringsmålene afprøves i en skriftlig opgave (8 standard sider) som tager afsæt i en virkelighedsnær case / problemstilling som den studerende ønsker at arbejde med.

Den studerende vil blive evalueret ud fra følgende kriterier:

- Evnen til at redegøre for og anvende relevante teorier, modeller og begreber inden for branding og kommunikation og sætte disse i relation til praksis (casen)
- Evnen til at identificere og analysere en relevant målgruppe.
- Evnen til at udarbejde en målrettet plan for kommunikation og branding som løser den problemstilling der præsenteres i casen.
- Evnen til at argumentere for den valgte løsning på en velstruktureret måde som lever op til de akademiske standarder for opgaveskrivning.

Der gives karakter på baggrund af den skriftlige opgave.
Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.12. Idéudvikling i praksis

(inkl. innovations camp)

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Indhold

Idéskabelse, produkt- og koncept-udvikling er begreber, som mange studerende har en forståelse for og en mening om, men få har prøvet at arbejde med det i praksis. Det giver dette valgfag mulighed for.

Forløbet afvikles over fem uger. Midtvejs indgår en 48 timers intensiv innovations camp.

Med udgangspunkt i en konkret praktisk problemstilling skal deltagerne arbejde med idéskabelse, konceptudvikling og implementering af en løsning. De studerende får dermed indsigt i hele processen fra idéskabelse til implementering.

De studerende bliver i stand til at gennemføre kreative processer, får viden og erfaringer med udvikling af koncepter og forretningsmodeller, samt forståelse for udfordringerne med eksekvering.

Processerne afvikles i teams. Disse består af studerende med forskellig faglighed og er dermed fra forskellige studieretninger.

Læringsmål

Viden

Den studerende skal have viden om:

- Opnå viden om kreative processer og konceptudvikling
- Opnå viden om forretningsmodeller
- Opnå viden om eksekvering i praksis
- Opnå viden om gruppeprocesser og dynamikker

Færdigheder

Den studerende skal færdigheder i:

- Kunne arbejde med kreative processer med henblik på idé- og konceptudvikling
- Kunne forstå udfordringerne i forbindelse med implementering og eksekvering af nye løsninger/produkter
- Kunne indgå i tværfaglige teams og være medvirkende til at få gruppen til at fungere

Kompetencer

Den studerende opnår kompetencer til:

- Kunne indgå i og gennemføre en proces fra idéskabelse til implementering

Bedømmelse

Der gives en individuel karakter efter 7-trinsskalaen.
Karakteren gives med udgangspunkt i en skriftlig rapport

2.13. Iværksætter

Vægt: 5 ECTS

Placering: 1. og 2. semester

Faget kan udelukkende tages af studerende på Iværksætterlinjen og er samtidig obligatorisk for disse studerende.

Indhold

- Iværksætterens rolle, vilkår og personlige egenskaber
- Iværksætter- og selvstændighedskultur
- Udvikling og vurdering af en forretningsplan

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Betydningen af iværksætter- og selvstændighedskultur nationalt og internationalt
- Mulighederne for start af egen virksomhed i Danmark
- Hvordan man skaffer risikovillig kapital til finansiering af virksomhedens første vanskelige faser
- Etableringsprocessen for en ny virksomhed.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne give en karakteristik af en iværksætter i dag
- At kunne idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed
- At kunne identificere og vurdere finansieringsbehov og muligheder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- At kunne udvikle, præsentere og vurdere en forretningsidé
- På baggrund af forretningsidéen at kunne udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan.

Bedømmelseskriterier

Individuelt eller i grupper udarbejdes en forretningsplan svarende til et omfang af max 15 sider ekskl. bilag. Forretningsplanen skal ud over de 15 sider indeholde et executive summary på max. 3 sider.

Forretningsplanen præsenteres og forsvares ved en individuel mundtlig eksamen ved udgangen af 2. semester. Eksamenstiden er 30 min. pr studerende. Til eksaminationen forberedes en præsentation på max 10 min. Den skriftlige forretningsplan og det mundtlige forsvar vurderes af underviseren og en intern censor.

Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.14. International Business Communication

Vægt: 5 ECTS

Placering: 2. semester

Undervisning, opgave og eksamen foregår på engelsk.

Contents

- Focus on English as the international language of business
- Written assignments to learn relevant business terminology/grammar
- Communication as part of the business strategy
- Cultural and business-related texts and discussion of both English-speaking cultures and other cultures
- Advanced English for business communication and marketing – PR, press releases, market communication
- Advanced English for business communication and sales – sales language, language of meetings

Learning Objectives

Knowledge and understanding

The student will gain knowledge about:

- Advanced business English terminology
- Knowledge of business environments in the English-speaking world and other
- Understanding different communication strategies in business
- Understanding of cultural differences in business environments across the English-speaking world and other
- Advanced business English terminology in sales, marketing, purchasing and meetings

Skills

The student will get the skills to:

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

- Applying acquired knowledge of communicative strategies in practice

Competencies

The student will learn to:

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

Assignments and exam

The learning objectives are tested with an examination.

Form: Written and oral exam.

On the basis on a case study, the student will present a report discussing the various elements of the communicative, cultural and business aspects of the case. An oral presentation discussing the written report will follow to assess the student's written and oral English communicative skills. A grade is given according to the 7-point scale.

2.15. Internationale sommerskoler

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Indhold

Formålet med den internationale sommerskole er at opnå kompetencer til at indgå i 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.

Der udbydes sommerskoler i Tanzania, USA, Kroatien og Malaysia. Endeligt valg af sommerskole sker senest den 1/3 2015. Studerende som vælger "Sommerskole" som valgfag på 3. semester oplyses om endelige valgmuligheder og betingelser inden 1/3 2015.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- En anden kultur
- Hvorledes det pågældende land fungerer – politisk, kulturelt, økonomisk
- Økonomiske problemstillinger i pågældende land
- En udvalgt industri eller specifikt fagområde

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At arbejde tværfagligt og tværkulturelt
- At arbejde projektorienteret i et multikulturelt miljø
- Engelsk business sprog

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetence til:

- At arbejde tværkulturelt under andre og udfordrende omgivelser
- Præsentation og salg af ideer

- Indgå i internationalt arbejde
- At arbejde sammen med mennesker der er anderledes - både fagligt og kulturelt
- Indgå i uvante situationer

Bedømmelseskriterier

Eksamensformen afhænger af den enkelte sommerskole. Den studerende eksamineres, og der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.16. Markedskommunikation

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Indhold

- Kommunikations- og kampagnestrategi og -mål
- Interessenter og målgrupper
- Mediastrategi og planlægning
- Kommunikationsgenrer
 - Massekommunikation
 - Interpersonel kommunikation
 - Social media kommunikation
 - Ukonventionel kommunikation
- Analyse og effektmålinger
- Briefing og bureausamarbejde

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige kommunikationsteorier og -modeller i grundlæggende markedskommunikative genrer
- Kommunikationsprocessen

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne analysere og vurdere kommunikationens virkemidler og strategier, herunder de retoriske strategier
- At kunne udlede forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed, og kunne inddrage disse i den overordnede kommunikationsstrategi
- Ud fra virksomhedens idégrundlag at kunne planlægge en kommunikationsstrategi og medieplan, der er afstemt efter målgruppen samt kommunikationens indhold og målsætning
- I denne planlægning være i stand til at inddrage kommunikationsmål, marketingmix, promotionmix, medieplan, mediehjul og mediebudget

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- At kunne udforme et kommunikationsprodukt i forlængelse af en foretaget kommunikationsplanlægning samt et foretaget mediavalg

Bedømmelseskriterier

Faget afsluttes med en individuel 30 minutters mundtlig eksamen. Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

Den studerende afleverer en opgave i form af en synopsis. Synopsen tager udgangspunkt i en selvvalgt virksomhed/organisation og indeholder et strategisk oplæg til kommunikation samt et eller flere udkast til kommunikative produkter. Synopsen evalueres af underviser som godkendt/ikke godkendt og danner udgangspunkt for en mundtlig eksamen.

2.17. Entrepreneurship

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Faget (inkl. eksamen) afvikles på engelsk. Faget kan ikke tages af studerende på Iværksætterlinjen.

Indhold

- Iværksætterens rolle, vilkår og personlige egenskaber
- Iværksætter- og selvstændighedskultur
- Udvikling og vurdering af en forretningsplan

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Betydningen af entrepreneurship, intrapreneurship, iværksætter- og selvstændighedskultur nationalt og internationalt
- Mulighederne for start af egen virksomhed i Danmark
- Hvordan man skaffer risikovillig kapital til finansiering af virksomhedens første vanskelige faser
- Etableringsprocessen for en ny virksomhed.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne give en karakteristik af en iværksætter i dag
- At kunne idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed
- At kunne identificere og vurdere finansieringsbehov og muligheder

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- At kunne udvikle, præsentere og vurdere en forretningsidé
- På baggrund af forretningsidéen at kunne udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan.

Bedømmelseskriterier

Individuelt eller i grupper af max. tre personer udarbejdes en forretningsplan svarende til et omfang af max 15 sider ekskl. bilag.

Forretningsplanen præsenteres og forsvares ved en individuel mundtlig eksamen ved udgangen af semestret. Eksamenstiden er 30 min. pr studerende. Til eksaminationen forberedes en præsentation på max 10 min. Den skriftlige forretningsplan og det mundtlige forsvar vurderes af underviseren og en intern censor.

Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.18. Driftsøkonomi

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

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 og forståelse

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 aktivitets-baseret-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 tidshorison
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- 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

Bedømmelseskriterier

Tre timers skriftlig eksamen. Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

2.19. Purchasing 2

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Forudsætninger: Indkøb 1.

Der undervises på engelsk og eksamen gennemføres på engelsk.

Indhold

Formålet med undervisningen i faget er at give den studerende forståelse for metoder til indkøb i forskellige sektorer og produktområder, samt at være i stand til at gennemføre en kvalificeret forhandling med potentielle leverandører.

For at opnå dette undervises den studerende i:

- Indkøb i detailhandel, produktionsvirksomheder og det offentlige
- Indkøb af services, indkøb til projekter, råvarer og kapitalgoder
- Identifikation af centrale forhandlingsparametre og interessekonflikter og- fællesskaber i ovenstående indkøbssituationer
- Forhandlingsteknik
- Egen rolle i forhandlinger

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige sektorerers indkøbsmæssige problematikker
- Betydningen af kulturelle forskelle i internationale forhandlinger
- Forhandlingsmetodikker

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At identificere centrale forhandlingsparametre set i forhold til sektor og produkttype
- At forberede en specifik forhandling med henblik på dataindsamling internt og eksternt
- At forberede og gennemføre internationale forhandlinger ud fra kendskab til kulturforskelle

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Forberede og gennemføre en forhandling med hensyn til sektor, produktområde og kulturelle forskelle
- Evaluere på egen indsats samt styrker og svagheder i en forhandlingssituation

Bedømmelseskriterier

Eksaminationen varer 30 minutter. Der gives individuel karakter efter 7-trinsskalaen, hvori rapport og mundtlig eksamination vurderes samlet.

Med udgangspunkt i en af den studerende udarbejdet rapport om en virksomhed, afprøves den studerendes evne til at:

- Vurdere indkøbssituationen for virksomheden
- Overskue og analysere de indkøbsmæssige problemstillinger, der er for virksomheden
- Gennemføre en forhandling med en potentiel leverandør på baggrund af oplægget i rapporten
- Reflektere over egne valg og vurdere kravs opnåelse gennem forhandlingen.

2.20. Salg 2

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Forudsætninger: Salg 1.

Indhold

Formålet med undervisningen i faget er at give den studerende en udvidet forståelse for centrale områder inden for salg. Målet er, at den studerende opnår et omfattende kendskab til opsøgende salg inkl. telefonsalg samt B2B networking på sociale medier herunder leadgenerering og salg. Derudover skal den studerende opnå viden om Key Account Management (KAM) og CRM, og den studerende skal være i stand til at anvende denne viden i planlægningen og gennemførelsen af praktiske salgssituationer. Den studerende skal desuden opnå kendskab til de særlige karakteristika vedrørende salg til det offentlige samt internationalt salg – herunder eksportsalg. Den studerende skal i forbindelse med eksportsalg kunne analysere og anvende viden om forskellige landes kulturelle forhold, herunder etik. Endelig skal den studerende opnå viden om online salg.

Semestret er bygget op omkring følgende seks temaer:

- Opsøgende salg (inkl. telefonsalg)
- Networking inkl. B2B networking på sociale medier samt leadgenerering
- Key Account Management og CRM
- Salg til det offentlige
- Internationalt salg
- Online salg på webshops og websites

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- De seneste tendenser inden for fagområderne opsøgende salg inkl. telefonssalg
- Teorier om networking samt relevante sociale og faglige (digitale) netværk i forhold til salgsjobbet
- Effektiv leadgenerering
- Teorier og modeller om KAM og CRM
- De væsentligste karakteristika ved salg til den offentlige sektor
- De væsentligste karakteristika ved internationalt salg.
- Online salg – herunder salgsoptimering og de mest effektive salgsprocesser

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne anvende viden om opsøgende salg og telefonsalg i praksis
- At kunne analysere og vurdere de grundlæggende strategimuligheder i forbindelse med eksportsalg
- At kunne analysere forskellige former for salg
- At kunne anvende viden om KAM og CRM i praktiske salgssituationer

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- At analysere, vurdere og komme med løsningsforslag på konkrete salgsproblemstillinger
- Selvstændigt at kunne planlægge og gennemføre opsøgende salgsmøder samt telefonssalg
- At kunne anvende networking aktivt i salgsøjemed
- At analysere og vurdere en virksomheds eksportsalg med inddragelse af forskellige landes kulturparametre og etik
- At kunne analysere og vurdere en virksomheds online salg og komme med forslag til løsninger og forbedringer

Bedømmelse

Den studerende udarbejder en opgave på 3. semester, hvor der er fokus på en praktisk problemstilling inden for salg. Semestret afsluttes med en individuel mundtlig eksamen. Eksamen afholdes på baggrund af en kort case-opgave, som den studerende får 30 minutter til at forberede. Den studerende får udleveret case-materiale med udgangspunkt i en virksomhed. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

2.21 Digital markedsføring 2

Vægt: 5 ECTS

Placering: 3. semester

Forudsætninger: Digital markedsføring 1.

På dette valgfag bliver du klædt på til at kunne arbejde professionelt med digital markedsføring og få succes online.

Med faget Digital markedsføring 2 bygger vi oven på de moduler vi introducerede i Digital markedsføring 1. Du får en grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring. Du bliver kvalificeret til professionelt at analysere, planlægge og udføre forskellige former for digital markedsføring. Du får indblik i, hvordan du kan målrette markedsføringen på nettet mod en ønsket målgruppe, samt hvordan du analyserer og vurderer markedspotentialet.

Indhold

- Digital strategi
- Optimering af eksisterende kampagner
- Konverteringsoptimering
- Usability og brugertests
- Tracking og remarketing – Ram forbrugeren på nettet med annoncer vha. Cookies
- Google AdWords del 2
- Konzeptudvikling til mobile enheder
- E-mail markedsføring og kundeloyalitet
- Relevant jura ifm. online markedsføring
- Cross channel, mobil markedsføring, responsivt design

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om

- Centrale digitale markedsføringsbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen
- Metoder og værktøjer til digital markedsføring og optimering af brugervenlighed.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge arbejdet med usability og brugertests til forbedring af brugervenligheden
- Identificere relevant jura og vurdere konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring
- Vurdere potentialet for markedsføring via mobile enheder og cross channel aktiviteter samt medvirke til udvikling af koncepter
- Anvende digitale markedsføringsbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund optimere markedsføringsindsatsen
- Planlægge og udarbejde annonce- og reklamekampagner til digitale medier
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater til fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Deltage i udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring
- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats

Bedømmelse:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition. Intern censur.

3. Regler for gennemførelse af praktik

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen og en kontaktperson i virksomheden. Virksomheden og den studerende fastlægger i fællesskab praktikkens læringsmål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden er 3 måneder og afsluttes med en eksamen ud fra et skriftligt oplæg. Se også afsnittet omkring beskrivelse af uddannelsens eksamener.

Erhvervsakademi Aarhus har for markedsføringsøkonomuddannelsen udpeget et antal praktikvejledere, hvoraf én fungerer som sparringspartner for den studerende under hele praktikforløbet, og som endvidere også fungerer som eksaminator på praktikrapporten.

Der er til praktikforløbet udarbejdet en praktikmanual. Manualen beskriver de nærmere forhold og rammer for praktikforløbet. Denne findes på Fronter.

Virksomhedspraktikken er som udgangspunkt at sidestille med et almindeligt fuldtidsjob (37 timer/ugentligt) med de krav til indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede må forventes at møde i sit første job.

Op til tre studerende kan være i praktik i samme funktion og i samme virksomhed. De studerende afleverer selvstændige praktikrapporter.

4. Anvendte undervisnings- og arbejdsformer

Undervisningen tager udgangspunkt i relevant erhvervspraksis og kobler praksis og teori. Der inddrages problemstillinger fra de forskellige typer af virksomheder inden for relevante brancher for uddannelsen.

Undervisningen vil blive tilrettelagt varieret. Dette sker bl.a. gennem holdundervisning, projektarbejder, tværfaglige cases, temaarbejder, gæsteforelæsninger og virksomhedsbesøg. Forelæsninger kan indgå i begrænset omfang. De forskellige indlæringsformer vil, ud over det faglige indhold, også udvikle den studerendes evne til både at arbejde selvstændigt og at samarbejde med andre.

Undervisningen kan tilrettelægges, så fremmedsprog indgår i form af undervisningsmateriale og i undervisningen. Derudover understøtter undervisningen udviklingen af den studerendes IT-kompetencer.

5. Retningslinjer for differentieret undervisning

Undervisningen tilrettelægges under hensyntagen til de studerendes forudsætninger

6. Krav om kendskab til fremmedsprog

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelseselementer og eksamener, der helt eller delvist vil foregå på engelsk.

Der kræves ikke yderlige kendskab til fremmedsprog, ud over hvad adgangsbekendtgørelsen angiver.

7. Internationalisering

Gennem uddannelsen inddrages den internationale dimension gennem internationale og engelsksprogede gæsteundervisere.

7.1. Uddannelse i udlandet

På 2. semester er indlagt en studietur til en europæisk by som en del af projektet "Eksport-markedsanalyse", som er obligatorisk for alle studerende. Der kan, hvor der er særlige forhold, gives dispensation for udlandsrejse. Dispensation for udlandsrejse skal stiles til uddannelseschefen og være indgivet senest to måneder før afrejse med mindre pludseligt opstående forhold nødvendiggør, at dispensationen gives på et senere tidspunkt.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse 3. semester i udlandet, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et semester på uddannelsen. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne ske i udlandet.

Den studerende kan efter uddannelsens godkendelse af en ansøgt forhåndsmerit gennemføre hvert enkelt uddannelseselement i udlandet.

Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i udlandet har den studerende pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

Der er også gode muligheder for at tage uddannelsens valgfag på 3. semester som et sommerskoleophold i udlandet.

Erhvervsakademiet har et bredt netværk af samarbejdspartnere i udlandet og erhvervsakademiets internationale kontor kan være behjælpelig med, at den studerende tager en del af sin uddannelse i udlandet. Det internationale kontor kan kontaktes for yderligere information. Der skal dog gøres opmærksom på, at det kræver et større arbejde af den enkelte studerende, såfremt udlandsophold ønskes.

Det er den enkelte studerende, der undersøger, hvilke fag der kan studeres i udlandet mv. på det ønskede universitet. Internationalt kontor er behjælpelig med gode råd mv. men går ikke ind i detailplanlægningen.

7.2. Eksamination ved udlandsophold på 3. semester

Den studerende skal tage sine eksamener på partnerinstitutionen i udlandet.

Ophold i Istanbul og Shanghai er forlagt undervisning, idet undervisere fra EAAA varetager noget af undervisningen.

For studerende, som deltager i Istanbul-opholdet, vil eksamensbeviset ikke indeholde karakterer opnået på 3. semester, da disse i stedet vil fremgå af separat bevis. På dette bevis indgår økonomifag fulgt i Danmark inden afrejse samt fag fulgt i Istanbul.

For studerende, som deltager i Shanghai-opholdet, vil eksamensbeviset indeholde en karakter for økonomiundervisning (5 ECTS), som er fulgt i Danmark inden afrejse samt en samlet karakter for den eksamen danske undervisere afholder i Kina (25 ECTS). Ud over dette får de studerende et bevis, hvoraf de fag der er fulgt i Shanghai, fremgår.

7.3. Regler for afholdelse af eksamen i udlandet

Beskrivelse af regler for afholdelse af eksamen i udlandet findes på eaaa.dk under 'For studerende' og 'værd at vide om eksamen'. Her beskrives også omkostningsdelen af afholdelse af eksamen i udlandet.

7.4. Aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner

På studiets 1. og 2. semester orienteres om mulighederne for at deltage i Erhvervsakademi Aarhus' bilaterale aftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner. I 2014-16 udbydes muligheden for at studere på Jianqiao University i Shanghai.

Ligeledes informeres om skolens ERASMUS-partnere.

8. Prøver på uddannelsen

I det følgende gives et overblik over prøver og eksaminer på markedsføringsøkonomuddannelsen. Krav til og detaljer om de enkelte prøver, herunder formalia og anvendelse af hjælpemidler, kan findes i eksamensbeskrivelserne, og eksamensperioder offentliggøres i semesterplanen.

Den studerende udprøves i uddannelseselementerne gennem seks prøver, nemlig:

1. Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering
2. Valgfagsprøve
3. Strategiimplementering
4. Valgfagsprøve 2
5. Praktikeksamen
6. Eksamen i det afsluttende eksamensprojekt

Den studerende udprøves i flere uddannelseselementer ved samme prøve. Hver enkelt prøve vil fremgå med en samlet karakter på eksamensbeviset. Se eventuelt også skemaet nedenfor for prøvernes tidsmæssige placering.

Det er altid den studerendes ansvar at sikre sig internetadgang i eksamenssituationen, og at den studerendes pc er funktionsdygtig. Den studerende skal selv medbringe USB-stik.

8.1. Oversigt over prøverne og den tidsmæssige placering

Med angivelse af intern eller ekstern bedømmelse

Semester	Prøvens navn	120 ECTS/Kerneområde/ uddannelseselement	Intern/ekstern bedømmelse	Bedømmelse
2. semester	1. eksterne Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering	55 ECTS International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	Ekstern	7-trinsskala
	1. interne Prøve i valgfrit uddannelseselement 1	5 ECTS Valgfrit uddannelseselement	Intern	7-trinsskala
3. semester	2. interne Strategiimplementering	25 ECTS International markedsføring og salg, Økonomi samt Kommunikation, organisation og ledelse	Intern	7-trinsskala
	3. interne Prøve i valgfrit uddannelseselement 2	5 ECTS Valgfrit uddannelseselement	Intern	7-trinsskala
4. semester	4. interne Praktikprøve	15 ECTS Praktikforløb	Intern	7-trinsskala
	2. eksterne Afsluttende eksamensprojekt	15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt	Ekstern	7-trinsskala

Oplysning om dato, tid og sted for prøverne findes på Fronter

Herefter følger en beskrivelse af hver enkelt prøve med:

- Prøveform og tilrettelæggelse
- Forudsætninger for at gå til eksamen, herunder deltagelsespligt og aflevering

Ved begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er der samtidigt 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 eller barsel.

8.2. Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering/ International Markedsføring, Erhvervsret, Kommunikation, Organisation og Ledelse samt Økonomi/ 1. og 2. semester (1. eksterne):

1. eksterne, Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering	55 ECTS	Ekstern
Tidsmæssig placering: Ved udgangen af 2. semester		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Eksamen består af to deleksamener og afholdes ved udgangen af 2. semester. Eksamen består af: <ul style="list-style-type: none">• En digital eksamen i alle fagområder• En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed Læringsmålene for prøven er identiske med læringsmålene for 1. og 2. semester på de obligatoriske uddannelseselementer: <ul style="list-style-type: none">• International markedsføring og salg• Økonomi• Kommunikation, organisation og ledelse.• Erhvervsret Den tværfaglige caseeksamen er en fire timers eksamen, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for de obligatoriske fag på 1. år, idet der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan anvende den indlærte teori i forbindelse med en konkret problemstilling. Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse, som omfatter: <ul style="list-style-type: none">• 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 eksamensdagen vil den studerende blive stillet et eller flere spørgsmål, som på et metodisk grundlag skal besvares med udgangspunkt i den indsamlede information og evt. ekstra udleveret information på eksamensdagen. Besvarelsen må max have et omfang af 24.000 karakterer, inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselement nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Der gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de to delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den tværfaglige caseeksamen 2/3 og den digitale eksamen 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvist og påføres eksamensbeviset.		
Adgangsgrundlag: Følgende obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt: Matematiktest (OO1), Metodeprojekt (OO2), Virksomhedsanalyseprojekt (OO3), Portfolio (OO4) og Eksportmarkedsanalyseprojekt (OO5). Se beskrivelse i senere afsnit.		
Konsekvenser af manglende beståelse: Reeksamen		

8.3. Prøve i valgfrit uddannelseselement 1

1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	5 ECTS	Intern
Tidsmæssig placering: Udgangen af 2. semester		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselementer nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår ovenfor i beskrivelsen af det enkelte valgfag Bedømmelse efter 7-trinsskala.		
Adgangsgrundlag: Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
Konsekvenser af manglende beståelse: Reeksamen		

8.4. Strategiimplementering/ International Markedsføring, Kommunikation, Organisation og Ledelse samt Økonomi/ 3. semester (2. interne)

2. interne (Strategiimplementering)	25 ECTS	Intern
Tidsmæssig placering: Ved udgangen af 3. semester		
Prøvens form og tilrettelæggelse: 2. interne prøve er en tværfaglig eksamen i hele 3. semesters pensum. Prøve består af en skriftlig og en mundtlig del og afholdes i slutningen af 3. semester. Den skriftlige del er en 48 timers <i>tag-hjem</i> opgave som løses individuelt på baggrund af et caseoplæg på engelsk. Den studerende skal i løbet af 48 timer besvare den stillede opgave. Løsningen må max have et omfang af 24.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Besvarelsen skal udarbejdes og afleveres individuelt. På baggrund af den skriftlige del skal den studerende forberede en præsentation (på engelsk) samt mundtligt forsvar af den løsning, der er afleveret.		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselementer nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Der gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset. Den skriftlige og mundtlige del tildeles lige stor vægt og præstationen vurderes samlet ud fra en helhedsbedømmelse.		
Adgangsgrundlag: Følgende obligatoriske læringsaktiviteter skal være godkendt: Eventprojekt (OO6). Se beskrivelse i senere afsnit.		
Konsekvenser af manglende beståelse: Reeksamen		

8.5. Prøve i valgfrit uddannelseselement 2

3. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 2)	5 ECTS	Intern
Tidsmæssig placering: Udgangen af 3. semester		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det obligatoriske uddannelseselementer nævnt ovenfor. Læringsmål fremgår ovenfor i beskrivelsen af det enkelte valgfag. Bedømmelse efter 7-trinsskala.		
Adgangsgrundlag: Der henvises til det aktuelle valgfagskatalog		
Konsekvenser af manglende beståelse: Reeksamen		

8.6. Praktikeksamen

4. interne (Praktikeksamen)	15 ECTS	Intern
Tidsmæssig placering: Sidste halvdel af 4. semester		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en skriftlig intern prøve. Eksamen evaluerer: <ul style="list-style-type: none">• Den studerendes refleksion over og opnåelse af de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet, som er opstillet i praktikaftalen.• Den studerendes perspektivering af virksomhedspraktikken i forhold til det afsluttende projekt. Studiepraktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en skriftlig rapport.		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for praktikken. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Eksamen vurderes med en karakter på 7-trinsskalaen på baggrund af praktikrapportens refleksioner over opfyldelse af læringsmålene for praktikken		
Adgangsgrundlag: For at den studerende kan deltage i eksamen, skal den studerende have gennemført 2/3 af praktikperioden.		
Konsekvenser af manglende beståelse: Forbedring af den skriftlige praktikrapport.		

8.7. Afsluttende eksamensprojekt

2. eksterne (Eksamen i det afsluttende eksamensprojekt)	15 ECTS	Ekstern
Tidsmæssig placering: Afslutter uddannelsen		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Mundtlig eksamen på baggrund af skriftligt arbejde		
Prøvens form og tilrettelæggelse: Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab. Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af: v. 1 studerende: 100.000 anslag v. 2 studerende: 150.000 anslag v. 3 studerende: 200.000 anslag Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemformulering evt. med udgangspunkt i den samme virksomhed for igen at indstille sig til eksamen i afsluttende eksamensprojekt. Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet. Studerende med andet modersmål end dansk/engelsk kan søge om dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringsevne indgår i bedømmelsen Ansøgningen sendes til uddannelsen senest fire uger før prøvens afvikling.		
Bedømmelseskriterier: Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for det afsluttende eksamensprojekt. Læringsmål fremgår af den fælles studieordning. Der gives én samlet karakter efter 7-trinsskalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3. Der oplyses ikke delkarakterer.		
Adgangsgrundlag: For at deltage i eksamen i det afsluttende eksamensprojekt, skal alle uddannelsens prøver og eksaminer være bestået, inklusiv praktik.		
Konsekvenser af manglende beståelse: Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemstilling.		

8.8. Krav til skriftlige opgaver og projekter

I alle prøver mv. defineres en normalside som 2.100 tegn inkl. mellemrum og fodnoter. Forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste samt bilag tæller ikke med heri. Bilag er uden for bedømmelse.

Krav i forhold til omfang af skriftlige prøver og sammenhæng mellem antal deltagere i en gruppe og projektomfang fremgår under beskrivelsen af de enkelte prøver.

Alle opgaver skal afleveres digitalt på Fronter i Microsoft Word, Excel, PowerPoint eller nærmere angivet format.

8.9. Krav til det afsluttende projekt

Det afsluttende eksamensprojekt evalueres ved 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.

8.10. Hvad betyder formulerings- og staveevner for bedømmelsen?

Stave- og formuleringssevne indgår i bedømmelsen af det afsluttende eksamensprojekt (vægtet 10 pct.). Bedømmelsen er udtryk for en helhedsvurdering af det faglige indhold samt stave- og formuleringssevnen.

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

8.11. Anvendelse af hjælpemidler

Med mindre andet er angivet i den specifikke eksamensbeskrivelse er alle skriftlige hjælpemidler samt brug af internet tilladte under prøven. Kommunikation med andre er ikke tilladt under prøven.

8.12. Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om særlige prøvevilkår. Ansøgningen skal indgives til uddannelsen senest fire uger før, prøven afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opståede helbredsmæssige problemer. Ansøgningen skal ledsages af en lægeattest, udtalelse fra f.eks. tale-, høre-, ordblinde eller blindeinstitut eller anden dokumentation for helbredsmæssige forhold eller relevant specifik funktionsnedsættelse.

Studerende med et andet modersmål end dansk kan søge om at medbringe ordbøger til prøver, hvor ingen hjælpemidler er tilladt.

Ansøgning om tilladelse til at medbringe andre hjælpemidler skal indgives til uddannelsen senest fire uger før prøvens afvikling.

8.13. Syge- og omprøver

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.

Sygeprøven kan være identisk med næste ordinære prøve. Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår (syge)prøven afvikles.

Orientering om tid og sted for sygeprøver findes på fronter.

Sygdom skal dokumenteres ved lægeerklæring. Institutionen skal senest have modtaget lægeerklæring tre hverdage efter prøvens afholdelse. En 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 afholde udgiften til lægeerklæring.

Omprøve

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

Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår omprøve afholdes. Orientering om tid og sted for omprøver findes på fronter.

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

8.14. Det anvendte sprog ved prøverne

I uddannelser, der udbydes på dansk, aflægges prøverne på dansk, medmindre det er en del af den enkelte prøves formål at dokumentere færdigheder i fremmedsprog (2. interne inkluderer en præsentation på engelsk). Ved valgfag, der udbydes på andre sprog, foregår eksaminationen på de pågældende sprog. Prøverne kan aflægges på svensk eller norsk i stedet for dansk.

9. Eksamenssnyd herunder brug af egne og andres arbejder (plagiat)

Projekter og øvrigt materiale i forbindelse med prøver skal udarbejdes af den studerende selv.

Ved aflevering af skriftlige besvarelser såvel fysiske som elektroniske afleveringer bekræfter eksaminanden, at opgaven/besvarelsen er udfærdiget uden uretmæssig hjælp.

9.1. Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen

Snyd til prøver og eksamen behandles efter reglerne i bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser (eksamensbekendtgørelsen).

Hvis en studerende snyder til en prøve, bliver den studerende bortvist fra prøven.

Hvis der snydes under skærpende omstændigheder, kan den studerende bortvises fra uddannelsen i en kortere eller længere periode. Med bortvisningen for snyd under skærpende omstændigheder følger en skriftlig advarsel om, at gentagelse kan medføre varig bortvisning fra uddannelsen.

Snyd er eksempelvis:

- Uretmæssigt at modtage hjælp under prøven
- Uretmæssigt at give hjælp til andre under prøven
- At udgive andres arbejde for sit eget (plagiat – se www.stopplagiat.nu)
- At anvende eget tidligere bedømt arbejde uden henvisning
- At anvende hjælpemidler, som ikke er tilladte til den pågældende prøve

Bortvisning fra en prøve pga. snyd betyder, at karakteren bortfalder, samt at den studerende har brugt et prøvoforsøg.

Hvis en studerende udviser **forstyrrende adfærd** under en prøve, kan institutionen bortvise den studerende fra prøven. I mindre alvorlige tilfælde giver institutionen først en advarsel.

Bortvisning kan også ske efter, at prøven er afholdt.

9.2. Formodning om eksamenssnyd, herunder plagiering under og efter prøven

Hvis der under eller efter en prøve opstår formodning om, at en eksaminand:

- Uretmæssigt har skaffet sig eller ydet hjælp
- Har udgivet en andens arbejde for sit eget (plagiat)
- Har anvendt eget tidligere bedømt arbejde eller dele heraf uden henvisning (plagiat) indberettes det til uddannelsesledelsen.

9.3. Processen ved afklaring af eksamenssnyd, herunder plagiering

Udsættelse af prøven

Vedrører indberetningen eksamenssnyd som plagiering i en skriftlig opgave, som udgør bedømmelsesgrundlaget ved en senere mundtlig prøve, udsætter lederen af uddannelsen prøven, hvis det ikke er muligt at afklare forholdet inden den fastsatte prøvedato.

Indberetningens form og indhold

Indberetningen skal ske uden unødigt forsinkelse. Med indberetningen skal følge en skriftlig fremstilling af sagen, der omfatter oplysninger, der kan identificere de indberettede personer, samt en kort redegørelse og den foreliggende dokumentation for forholdet. Er der tale om gentagelsestilfælde for én eller flere af de indberettede personer, skal dette oplyses.

Ved indberetning af plagiering skal de plagierede dele markeres med tydelig henvisning til de kilder, der er plagieret fra. Den plagierede tekst skal ligeledes markeres i kildeteksten.

Inddragelse af eksaminanden - partshøring

Lederen af uddannelsen afgør, om høringen af den studerende skal ske mundtligt, skriftligt eller som en kombination heraf.

Ved den mundtlige partshøring indkaldes eksaminanden til en samtale til nærmere belysning af sagsforholdet. Her er formålet at præsentere vedkommende for dokumentationen for formodningen af eksamenssnyd og at høre eksaminandens opfattelse. Eksaminanden har ret til at møde med en bisidder til dette møde.

Ved den skriftlige partshøring fremsendes dokumentationen for formodningen af eksamenssnyd med henblik på at anmode om den studerende om en skriftlig redegørelse.

Sanktioner over for eksamenssnyd og forstyrrende adfærd under prøven

Hvis lederen af uddannelsen efter belysning af sagsforholdet får bekræftet formodningen om eksamenssnyd, og handlingen har fået eller ville kunne få betydning for bedømmelsen, bortviser lederen af uddannelsen eksaminanden fra prøven.

I mindre alvorlige tilfælde gives først en advarsel.

Under skærpende omstændigheder kan lederen af uddannelsen bortvise i kortere eller længere perioder. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelser kan medføre varig bortvisning.

En bortvisning medfører, at en eventuel karakter for den pågældende prøve bortfalder, og at eksaminanden har brugt et prøvforsøg.

Eksaminanden kan ikke deltage i syge-/omprøve, men kan først deltage i prøven ved uddannelsens næstkommende ordinære udbud af prøven.

Lederen af uddannelsen kan, hvor der er tale om skærpende omstændigheder, beslutte, at eksaminanden skal bortvises fra institutionen i en kortere eller længere periode. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelser kan medføre varig bortvisning.

Den studerende kan ikke deltage i undervisning eller prøver i perioden, hvor bortvisningen gælder.

Klage

Afgørelse om at have brugt et eksamensforsøg og bortvisning på grund af eksamenssnyd er endelig og kan ikke indbringes for en højere administrativ myndighed.

Klage over retlige spørgsmål (f.eks. inhabilitet, høring, klagevejledning, om eksamensbekendtgørelsen er fortolket korrekt mv.) kan indbringes for Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte. Klagen indgives til Institutionen og stiles til lederen af uddannelsen, der afgiver en udtalelse, som klageren skal have lejlighed til at kommentere inden for en frist på normalt en uge. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte. Klagefristen til institutionen er to uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren, jf. eksamensbekendtgørelsens § 51.

10. Andre regler for uddannelsen

10.1. Merit for fag omfattet af studieordningens institutionsdel

Beståede valgfri uddannelseselementer ækivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, som udbyder denne uddannelse såvel som andre uddannelser.

10.2. Forhåndsmerit

Den studerende kan ansøge om forhåndsmerit. Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i Danmark eller udlandet har den studerende pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte uddannelseselementer. Den studerende skal i forbindelse med forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at institutionen efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

10.3. Talentstrategi

Som led i akademiets talentstrategi er det muligt at tage mere end 120 ECTS i løbet af sin uddannelse. Denne mulighed er begrænset til studerende på specifikke linjer på markedsføringsøkonom.

10.4. Deltagelsespligt

DELTAGELSESPLIGTEN OMFATTER PÅ MARKEDSFØRINGSØKONOMSTUDIET:	
Mødepligt ved eksterne foredrag samt virksomhedsbesøg. Såfremt den studerende er forhindret i at møde op f. eks. pga. sygdom, skal den studerende meddele dette til studieadministrationen.	
1. og 2. SEMESTER	<ul style="list-style-type: none">• Matematiktest (OO1)• Metodeprojekt (OO2)• Virksomhedsanalyseprojekt (OO3)• Portfolio (OO4)• Eksportmarkedsanalyse (OO5) Alle obligatoriske opgaver er beskrevet i selvstændigt dokument på Fronter
3. SEMESTER	<ul style="list-style-type: none">• Eventprojekt (OO6) Alle obligatoriske opgaver er beskrevet i selvstændigt dokument på Fronter
4. SEMESTER	<ul style="list-style-type: none">• 3 måneders praktik

En afvisning af den studerendes opfyldelse af deltagelsespligten eksempelvis afvisning af en skriftlig opgave, eller ikke overholdelse af formelle krav til opgaven, vil blive noteret som en ikke opfyldelse af studieaktivitet set i relation til modtagelse af SU.

Uddannelsen griber ind med hjælp og vejledning så tidligt som muligt, hvis en studerende ikke overholder sin deltagelsespligt.

Deltagelsespligt og eventuel mødepligt, der er forudsætningskrav for at deltage i prøver, fremgår under beskrivelsen af den enkelte prøve.

For at blive indstillet til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder f.eks., at for at blive indstillet til eksamener på 3. semester skal man have bestået alle eksamener på 2. semester. Endvidere skal alle eksamener på uddannelsens 2. og 3. semester samt prøve i praktikforløb været bestået for at blive indstillet til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

Aktiviteter med deltagelsespligt

Forudsætningskrav for 1. eksterne eksamen:

1. Matematiktest (OO1), Metodeprojekt (OO2), Virksomhedsanalyseprojekt (OO3), Portfolio (OO4) og Eksportmarkedsanalyseprojekt (OO5)
2. Forudsætningskrav for 2. interne eksamen i obligatoriske fag: Eventprojekt (OO6)

Tilmelding til en eksamen sker samtidig med tilmeldingen til et semester, et uddannelseselement mv. Således er den studerende automatisk tilmeldt de prøver, som er gældende for den uddannelse, den studerende er tilmeldt. Det er ikke muligt at framelde sig en eksamen. Møder man ikke op, tæller det manglende fremmøde som et eksamensforsøg. Ved dokumenteret sygdom tælles der ikke et eksamensforsøg, og man tilmeldes automatisk næstkommende syge- eller reeksamen.

10.5. Obligatoriske opgaver

For at blive indstillet til eksamen på et semester skal alle obligatoriske opgaver være godkendt. Herunder beskrives de enkelte obligatoriske opgaver kort. Til hver opgave forefindes en detaljeret beskrivelse på Fronter under det semester hvor den obligatoriske opgave hører.

Matematiktest, obligatorisk opgave 1 (OO1)

Elektronisk test. For dem, der har særlige behov for opgradering af deres matematik, er der fem lektiecafeer, hvorefter der laves endnu en elektronisk test for dem, der ikke i første omgang klarer sig tilfredsstillende. Tredje forsøg på at bestå denne obligatoriske opgave er en samtale med studiets uddannelsesleder.

Metodeprojekt, obligatorisk opgave 2 (OO2)

Skriftlig opgave, der udarbejdes i grupper. Der laves opponentindlæg til en anden gruppe. Projektet vurderes bestået/ikke bestået.

Virksomhedsanalyseprojekt, obligatorisk opgave 3 (OO3)

Virksomhedsanalyse, aflevering af rapport, opponentindlæg og mundtlig præsentation af rapporten. Der gives karakter for opgaven, som påføres bilag til eksamensbevis.

Portfolio, obligatorisk opgave 4 (OO4)

Egen refleksion over læringsforløb på uddannelsens 1. semester med udgangspunkt i refleksioner fra kursus i personlig udvikling og gennemslagskraft samt Y-Book. Individuel opgave samt personlig samtale af 30 minutter med holdets koordinator.

Eksportmarkedsanalyseprojekt, obligatorisk opgave 5 (OO5)

Desk research, analyseoplæg og gennemførelse af analyse på internationalt marked. Udarbejdelse af rapport på engelsk og mundtlig præsentation af rapporten. Der gives karakter for opgaven, som påføres bilag til eksamensbevis.

Eventprojekt, obligatorisk opgave 6 (OO6)

Planlægning og udførelse af en event med ekstern opdragsgiver. Udarbejdelse af rapport. Der gives karakter for opgaven, som påføres bilag til eksamensbevis.

For følgende obligatoriske opgaver fremgår karakter af bilag til eksamensbevis:

- Virksomhedsanalyseprojekt
- Eksportmarkedsanalyseprojekt
- Eventprojekt

På samme bevis indgår karakter fra en række andre større opgaver:

- Fagprøver i de fire hovedfag på 1. semester
- Tre temaopgaver på 3. semester

10.5. Andre større, ikke obligatoriske, opgaver

Ud over de obligatoriske opgaver er der følgende større opgaver på uddannelsen, som der vil blive fulgt op på, at man deltager i, idet der for størstedelens vedkommende vil blive givet en karakter på bilag til eksamensbevis.

Strategidag

Projekt udarbejdet i grupper. Fælles evaluering.

Fagtest i de 4 hovedfag

I løbet af 1. semester tilbydes en fagtest i hvert af de fire fagområder. Karakteren for denne vil fremgå af bilag til eksamensbevis. Er man syg eller vælger man ikke at tage imod tilbuddet, fremgår "ej mødt" på eksamensbeviset.

Fagtesten er en tre timers skriftlig opgave i følgende fag:

- Markedsføring og statistik
- KOL (kommunikation, organisation og logistik)
- Økonomi
- Erhvervsret

Prøveeksamen, digital test (prøve på 1. del af 1. eksterne eksamen)

Består af en elektronisk test af 2 timers varighed.

Projekt i markedsanalyse og statistik

Gennemførelse af markedsanalyse og udarbejdelse af 10 siders rapport i grupper.

Prøveeksamen, case eksamen (prøve på 2. del af 1. eksterne eksamen)

Caseopgave med forberedelse og fire timers prøveeksamination.

Tema 1 – Produkt, pris og distribution

Temaet omfatter løsning af en konkret virksomhedscase i grupper. Temaets formål er:

- At sammenkoble teori fra ØS om prisoptimering med marketingteori om produkt og pris parametrene
- At træne den studerende i at sammenkoble teori fra flere fagområder til løsning af en konkret case
- At opøve den studerendes mundtlige præsentationsteknik og terminologi i forbindelse med 2. interne eksamen

Afprøvning foregår som gruppepræsentation og digital test. Karakter vil fremgå af bilag til eksamensbevis.

Tema 2 – Traditionel og digital promotion

Temaet omfatter gruppearbejde om brugen af traditionel og digital promotion på en specifik virksomhedscase. Temaets formål er at:

- Give den studerende viden om de forskellige muligheder for valg af promotion-mix
- Relatere pensum til konkrete virksomhedscases og problemstillinger – både B2C og B2B
- Opøve den studerendes evne til at reflektere over virksomhedens valg af promotion-mix
- Opøve den studerendes evne til at rådgive om og argumentere for valg af promotion-mix
- Give den studerende viden om de forskellige muligheder for valg af sociale medier
- Opøve den studerendes evne til at reflektere over virksomhedens valg af sociale medier

Afprøvning foregår som gruppepræsentation og digital test. Karakter vil fremgå af bilag til eksamensbevis.

Tema 3 – Markedsføringsplanen og økonomisk styring

Temaet omfatter gruppearbejde omkring en markedsføringsplan og dennes økonomiske konsekvenser. Temaets formål er at:

- Relatere semestrets indhold til en praktisk problemstilling
- Opøve den studerendes evner til at opstille en konkret markedsføringsplan
- Anskueliggøre den økonomiske styrings betydning for opstilling af markedsføringsplan og budgetter herfor
- Opøve den studerendes mundtlige præsentationsteknik og terminologi i forbindelse med 2. interne eksamen

Afprøvning foregår gennem bedømmelse af seminarrapport og opponertindlæg. Karakter vil fremgå af bilag til eksamensbevis

Salg og forhandlingsworkshop

Forhandlingsoplæg med mundtlig fremlæggelse/rollespil

10.6. Kriterier for vurdering af studieaktivitet

Indskrivningen kan bringes til ophør for studerende, der ikke har været studieaktive i en sammenhængende periode på mindst et år.

Studieaktivitet er defineres således, at den studerende inden for de sidste 12 kalendermåneder:

- Har deltaget i mindst to forskellige obligatoriske opgaver
- Har bestået mindst en obligatorisk opgave
- Har opfyldt sin pligt til at deltage i enhver form for aktivitet, som indgår som en del af uddannelsen, herunder i gruppearbejder, fællesprojekter, fjernundervisning, mv. som det fremgår af studieordningen
- Har afleveret, som det fremgår af studieordningen, de opgaver, rapporter, (lærings)portfolier mv., som er forudsætningskrav for deltagelse i prøverne med et redeligt indhold, herunder ikke har afleveret materiale, som andre har ophavsret til
- Er mødt til aktiviteter med mødepligt, som det fremgår af studieordningen

Manglende opfyldelse af ét eller flere kriterier i definitionen af studieaktivitet kan begrunde ophør af indskrivning.

Perioder, hvor den studerende ikke har været studieaktiv på grund af orlov, barsel, adoption, dokumenteret sygdom eller værnepligt, medtælles ikke. Den studerende skal på forlangende fremskaffe dokumentation for disse forhold.

Uddannelsen kan dispensere fra disse bestemmelser, hvis der foreligger usædvanlige forhold. Dispensationsansøgningen sendes til lederen af uddannelsen.

Forinden indskrivning bringes til ophør, adviseres den enkelte studerende skriftligt herom. Den studerende gøres i den forbindelse opmærksom på reglerne ovenfor. I brevet til den studerende skal det fremgå, at vedkommende har 14 dage til at indsende dokumentation for, at perioder med manglende studieaktivitet ved uddannelsen ikke skal medtælle samt en frist for ansøgning om dispensation.

Hvis den studerende ikke har reageret indenfor den fastsatte frist, udskrives vedkommende.

Hvis den studerende anmoder om, at indskrivningen ikke bringes til ophør, har anmodningen opsættende virkning, indtil sagen er afgjort af lederen af uddannelsen.

Den studerende kan klage til uddannelsesdirektøren over den trufne afgørelse senest to uger efter modtagelsen af afgørelsen. Klagen har opsættende virkning. Hvis lederen fastholder afgørelsen, kan

den studerende klage til Ministeriet for inden for to uger efter modtagelse af afgørelsen for så vidt angår retlige spørgsmål.

Regler om de prøver, som den studerende i henhold til eksamensbekendtgørelsen skal have deltaget i inden udgangen af 2. semester og bestået inden udgangen af 3. semester, og hvor der i bekendtgørelsen for denne uddannelse er fastsat tidsfrister for gennemførelse af uddannelsen, gælder uafhængigt af reglerne

11. Klager over prøver og anke af afgørelser¹

11.1. Klager over prøver

Det anbefales, at eksaminanden søger vejledning hos studievejleder i forbindelse med klageprocedure og udarbejdelse af klage.

Reglerne om klager over eksamen fremgår af kapitel 10 i eksamensbekendtgørelsen.

I eksamensbekendtgørelsen skelnes mellem klager over:

- Eksaminationsgrundlaget mv., prøveforløbet og/eller bedømmelsen samt
- Klager over retlige forhold

De to former for klager behandles forskelligt.

Klage over eksaminationsgrundlaget mv. prøveforløbet og bedømmelsen

En eksaminand kan indsende en skriftlig og begrundet klage inden for en frist af to uger efter, at bedømmelsen af prøven er bekendtgjort på sædvanlig måde over:

- Prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende, samt dets forhold til uddannelsens mål og krav
- Prøveforløbet
- Bedømmelsen

Klagen kan vedrøre alle prøver, herunder skriftlige, mundtlige samt kombinationer heraf samt praktiske eller kliniske prøver.

Klagen sendes til lederen af uddannelsen.

Klagen forelægges straks de oprindelige bedømmere, dvs. eksaminator og censor ved den pågældende prøve. Udtalelsen fra bedømmerne skal kunne danne grundlag for institutionens afgørelse vedrørende faglige spørgsmål. Institutionen fastsætter normalt en frist på to uger for afgivelse af udtalelserne.

Umiddelbart efter at bedømmernes udtalelse foreligger, får klageren lejlighed til at kommentere udtalelserne indenfor en frist af normalt en uge.

Afgørelsen træffes af institutionen på grundlag af bedømmernes faglige udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til udtalelsen.

1. Se eksamensbekendtgørelsens kap. 10: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=160839>

Afgørelse skal være skriftlig og begrundet, og kan gå ud på:

- Tilbud om en ny bedømmelse (ombedømmelse) – dog kun ved skriftlige prøver
- Tilbud om en ny prøve (omprøve)
- At den studerende ikke får ikke medhold i klagen

Beslattes det, at der skal gives tilbud om en ombedømmelse eller omprøve, udpeger lederen af uddannelsen nye bedømmere. Ombedømmelse kan alene tilbydes i skriftlige prøver, hvor der foreligger materiale til bedømmelse, da nye bedømmere ikke kan (om)bedømme en allerede afholdt mundtlig prøve, og da de oprindelige bedømmers notater er personlige og ikke udleveres.

Går afgørelsen ud på tilbud om ombedømmelse eller omprøve, skal klageren informeres om, at ombedømmelse eller omprøve kan resultere i en lavere karakter. Den studerende skal, indenfor en frist af to uger efter at afgørelsen er afgivet, acceptere tilbuddet. Der er ikke mulighed for at fortryde sin accept. Hvis den studerende ikke accepterer inden for fristen gennemføres ombedømmelse eller omprøve ikke.

Ombedømmelse eller omprøve skal finde sted snarest muligt.

Ved ombedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter, dvs.: Opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmers udtalelser med klagers bemærkninger hertil samt institutionens afgørelser.

Bedømmerne meddeler institutionen resultatet af ombedømmelsen vedlagt en skriftlig begrundelse og bedømmelsen, som kan være en lavere karakter.

Hvis det besluttet at foretage en ny bedømmelse eller give tilbud om omprøve, gælder beslutningen alle de eksaminander, hvis prøve har samme mangel, som den, der klages over.

Klagen skal sendes til lederen af uddannelsen senest to uger (14 kalenderdage) efter, bedømmelsen ved den pågældende prøve er meddelt. Hvis udløbet af fristen falder på en helligdag, er det den første hverdag derefter, som er fristudløbsdagen.

Der kan dispenseres fra fristen, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

11.2. Anke

Klageren kan indbringe institutionens afgørelse vedrørende faglige spørgsmål for et ankenævn. Ankenævnets virksomhed er omfattet af forvaltningsloven, herunder om inhabilitet og tavshedspligt.

Anken sendes til lederen af uddannelsen.

Fristen for at anke er to uger efter eksaminanden er gjort bekendt med afgørelsen. De samme krav som ovenfor nævnt under klage (skriftlighed, begrundelse osv.) gælder også ved anke.

Ankenævnet består af to beskikkede censorer, der udpeges af censorformanden, en eksamensberettiget lærer og en studerende indenfor fagområdet (uddannelsen), som begge udpeges af studielederen for uddannelsen.

Ankenævnet træffer afgørelse på grundlag af det materiale, som lå til grund for institutionens afgørelse og eksaminandens begrundede anke.

Ankenævnet behandler anken, og afgørelsen kan gå ud på:

- Tilbud om ny bedømmelse ved nye bedømmere, dog kun ved skriftlige prøver
- Tilbud om ny prøve (omprøve) ved nye bedømmere
- At den studerende ikke får medhold i anken

Går afgørelsen ud på tilbud om ombedømmelse eller omprøve, skal klageren informeres om, at ombedømmelse eller omprøve kan resultere i lavere karakter. Den studerende skal, indenfor en frist af to uger efter at afgørelsen er afgivet, acceptere tilbuddet. Der er ikke mulighed for at fortryde sin accept.

Hvis den studerende ikke accepterer inden for fristen gennemføres ombedømmelse eller omprøve ikke.

Ombedømmelse eller omprøve skal finde sted snarest muligt.

Ved ombedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter, dvs.: Opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmeres udtalelser med klagers bemærkninger hertil samt institutionens afgørelser.

Ankenævnet skal have truffet afgørelse senest to måneder – ved sommereksamen tre måneder – efter at anken er indgivet.

Ankenævnets afgørelse er endelig, hvilket betyder, at sagen ikke kan indbringes for højere administrativ myndighed for så vidt angår den faglige del af klagen.

11.3. Klage over retlige forhold

Klage over retlige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af bedømmerne i forbindelse med ombedømmelse eller omprøve eller ankenævnets afgørelse, kan indbringes for Erhvervsakademi Aarhus inden for en frist af to uger fra den dag afgørelsen er meddelt klageren.

Klage over retlige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af institutionen efter reglerne i eksamensbekendtgørelsen (f.eks. inhabilitet, høring, om eksamensbekendtgørelsen er fortolket korrekt mv.), kan indgives til institutionen, der afgiver en udtalelse, som klageren skal have mulighed for at kommentere inden for en frist på normalt en uge. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen for Videregående uddannelser og Uddannelsesstøtte. Institutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen. Fristen for indgivelse af klage til institutionen er to uger (14 kalenderdage) fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

12. Dispensationsregler

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

13. Godkendelse

Denne Institutionsdel af studieordningen er vedtaget og godkendt af Erhvervsakademi Aarhus den 16. september 2015

Dorthe Bohlbro
Uddannelsesleder