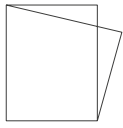


Bring Ideas to Life
VIA University College



Studieordning for Professionsbachelor i International Handel og Markedsføring

Studiestart september 2020

Opdateret d. 15.09.2020

INDHOLD

| | |
|---|----|
| INDHOLD | 2 |
| Forord 4 | |
| 1. Uddannelsen | 4 |
| 1.1 Titel | 4 |
| 1.2 Formål | 4 |
| 1.3 Læringsmål | 4 |
| 1.4 Omfang | 5 |
| 1.5 Det juridiske grundlag for uddannelsen | 5 |
| 2. Uddannelsesindhold og -struktur | 6 |
| 2.1 Semesteroversigt med ECTS | 6 |
| 3. Studieordningens fællesdel | 7 |
| 3.1 Kerneområder i PBA i International Handel og Markedsføring | 7 |
| 3.1.1 Tema 1: Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) | 7 |
| 3.1.2 Tema 2: Kunden som udgangspunkt | 8 |
| 3.1.3 Tema 3: Brancher og konkurrenter | 11 |
| 3.1.4 Tema 4: Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling | 12 |
| 3.2 Antallet af eksamener i de nationale fagelementer | 13 |
| 4. Praktik | 13 |
| 4.1 Indhold | 14 |
| 4.2 Læringsmål | 14 |
| 4.3 ECTS | 14 |
| 5. Bachelorprojekt | 14 |
| 5.1 Indhold | 14 |
| 5.2 ECTS | 15 |
| 6. Regler om merit | 15 |
| 7. Ikrafttrædelse og overgangsordninger | 16 |
| 8. Studieordningens institutionsdel | 17 |
| 9. Valgfag | 17 |
| 9.1 Valgfag 1 | 17 |
| 9.1.1. Beskrivelse af valgfag | 17 |
| 9.2 Valgfag 2 | 20 |
| 10. Praktik | 20 |
| 11. Eksamener på PBA i International Handel og Markedsføring | 20 |
| 11.1 1. semestereksamen | 21 |
| 11.1.1 1. semestereksamen, 1. deleksamen | 22 |
| 11.1.2 1. semestereksamen, 2. deleksamen | 22 |
| 11.1.3 1. semestereksamen, 3. deleksamen | 22 |
| 11.2 2. semestereksamen | 23 |
| 11.3 3. semestereksamen | 23 |
| 11.3.1 Praktikeksamen | 23 |
| 11.3.2 Bacheloreksamen | 23 |
| 11.4 Valgfagseksamen | 24 |
| 12. Udlandsophold | 24 |
| 13. Beskrivelse af 1. semestereksamener | 24 |
| 13.1 1. deleksamen | 24 |

| | | |
|------|--|----|
| 13.2 | 2. deleksamen | 27 |
| 13.3 | 3. deleksamen | 29 |
| 14 | Anvendte lærings- og arbejdsformer..... | 30 |
| 14.1 | Målorienteret læring | 30 |
| 14.2 | Praksisnær læring | 30 |
| 14.3 | Undervisningsmetoder og -struktur | 30 |
| 15 | Merit..... | 31 |
| 15.1 | Overførsel af merit | 31 |
| 15.2 | Udvekslingsstuderende | 31 |
| 16 | Deltagelsespligt..... | 32 |
| 17 | Dispensationsregler..... | 32 |
| 18 | Forstyrrende adfærd og eksamenssnyd..... | 32 |
| 18.1 | Plagiering | 32 |
| 18.2 | Særligt om forstyrrende adfærd ved prøver og eksamener | 33 |
| 18.3 | Procedurer og sanktioner ved eksamenssnyd og forstyrrende adfærd | 33 |
| 19 | Klage over eksamen..... | 34 |

Forord

Den nationale del af denne studieordning for Professionsbachelor i International Handel og Markedsføring er udstedt i henhold til § 18, stk. 1 i Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Studieordningen suppleres af institutionsdelen, som er fastsat af den enkelte institution, der udbyder uddannelsen.

Studieordningen er udarbejdet af uddannelsesnetværket for professionsbacheloruddannelsen i International Handel og Markedsføring efter at være godkendt af alle udbydernes bestyrelser – eller rektor – og efter høring i institutionernes uddannelsesudvalg og censorformandsskabet for uddannelsen.

1. Uddannelsen

1.1 Titel

Uddannelsen kan refereres til som Professionsbachelor i International Handel og Markedsføring eller forkortet PBA i International Handel og Markedsføring.

1.2 Formål

Formålet med uddannelsen er at give dimittenden kompetencer til i praksis at anvende teori og metode inden for internationalt orienteret salg og markedsføring og anvende disse kompetencer i danske og internationale virksomheder og organisationer. Dimittenden kan selvstændigt analysere, vurdere og reflektere over relevante erhvervmæssige problemstillinger, samt varetage komplekse opgaver i forbindelse med internationale kunderelationer og salg.

1.3 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- viden om praksis, anvendt teori og metode inden for handel og markedsføring i et internationalt perspektiv og kan reflektere over dette
- viden om vigtige teorier og modeller, der er nødvendige for B2C, B2B og B2G salg og markedsføring
- viden om vigtige love og regler, der har betydning for international salg og markedsføring
- viden om relevante modeller til bedømmelse af vækst- og udviklingsmuligheder
- viden om ledelsesteorier og –metoder.

Færdigheder

Den studerende kan:

- udvikle, vurdere og implementere internationale salgsstrategier for forskellige virksomhedstyper
- anvende relevante modeller for at gennemføre produkt- og konceptudvikling i virksomheden
- vurdere og anvende juridiske metoder og værktøjer til at understøtte salg i en virksomhed med internationalt fokus
- vurdere virksomhedens konkurrencemæssige situation som grundlag for at beslutte virksomhedens parametre vedr. salg

- begrunde og formidle de valgte strategier i en strategisk salgsplan til relevante interessenter
- anvende relevante modeller til udvikling i forbindelse med innovative projekter
- anvende metoder til ledelse af salgspersonale.

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere og identificere behov for relevant økonomisk og juridisk information i relation til internationale salgsopgaver
- deltage selvstændigt i tværfaglige teams og skabe et motiverende miljø i salgsafdelingen
- håndtere salgsmøder med fokus på de finansielle resultater og menneskelige fokusområder
- håndtere komplekse opgaver og udviklingsorienterede situationer selvstændigt i forbindelse med international salg og markedsføring
- identificere eget læringsbehov og strukturere disse i forskellige læringsmiljøer inden for international salg og markedsføring.

1.4 Omfang

Uddannelsen er en 1½ årig fuldtidsuddannelse, der svarer til 90 ECTS.

Et års studium er en fuldtidsstuderendes arbejde på et år. Arbejdsbelastningen inkluderer skemalagte undervisningstimer, selvstudium, skriftlige opgaver, klasseopgaver, studieture, praktikophold og virksomhedspraktik samt forberedelse til og deltagelse i eksamener.

For at fuldføre uddannelsen er det en betingelse, at den studerende deltager i og består uddannelseselementer svarende til en total arbejdsbelastning på 90 ECTS. Et fuldtidssemester indbefatter uddannelseselementer svarende til 30 ECTS.

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 45 ECTS, valgfag svarende til 15 ECTS, en praktik svarende til 15 ECTS og et bachelorprojekt svarende til 15 ECTS.

1.5 Det juridiske grundlag for uddannelsen

Uddannelsen PBA i International Handel og Markedsføring er baseret på følgende love og regulativer.

Lov nr. 1047 af 23/10/2014 om Erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
Bekendtgørelse nr. 247 af 15/03/2017 om Erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
Bekendtgørelse nr. 1500 af 02/12/2016 om eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser
Bekendtgørelse nr. 107 af 27/01/2017 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser)
Bekendtgørelse nr. 114 af 03/02/2015 om karakterskala og andre typer bedømmelse
Bekendtgørelse nr. 1031 af 03/11/2009 om Professionsbacheloruddannelsen i International Handel og markedsføring.

De aktuelle love og lovbekendtgørelser er publiceret på www.retsinfo.dk.

Ud over denne studieordning skal hver institution forberede følgende:

- Et sæt eksamensregler
- Et sæt regler vedrørende krav til formater i forbindelse med fremlæggelse af projekter og skriftlige opgaver.

2. Uddannelsesindhold og -struktur

Uddannelsen består af tre semestre, som kombineret giver den BA-studerende kompetencerne beskrevet i afsnit 1.3.

På samme tid udgør hvert semester en selvstændig undervisningsperiode med sin egen bedømmelse. Det er derfor muligt for den studerende at erstatte et semester med et dokumenteret tilsvarende forløb og bedømmelse fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

På samme måde kan udenlandske studerende færdiggøre et eller flere af uddannelsens semestre.

Det akademiske indhold er struktureret i nationale fagelementer i uddannelsens første to semestre.

De nationale fagelementers tilgang til teoretisk viden er hentet fra følgende faglige discipliner:

- Salg/Markedsføring
- Supply Chain Management
- Ledelse/Organisation
- Økonomi
- Jura

2.1 Semesteroversigt med ECTS

| Uddannelseselementer | | Første år | Andet år |
|------------------------|--|----------------|----------------|
| Nationale fagelementer | 1. semester Tema 1: Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) (10 ECTS) Tema 2: Kunden som udgangspunkt (20 ECTS) | 30 ECTS | |
| | 2. semester Tema 3: Brancher og konkurrenter (5 ECTS) Tema 4: Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling (10 ECTS) | | |
| Valgfag | 2. semester Valgfag 1 (10 ECTS) Valgfag 2 (5 ECTS) | 15 ECTS | |
| Praktik | | | 15 ECTS |
| Bachelorprojekt | | | 15 ECTS |
| I alt | | 60 ECTS | 30 ECTS |

Summen af alle uddannelseselementer og andre studieaktiviteter må ikke overstige de foreskrevne 90 ECTS. Alle uddannelseselementer inklusiv bachelorprojektet bliver bedømt og evalueret i overensstemmelse med afsnittet om eksamener i denne studieordning. Er resultatet af bedømmelsen bestået eller minimum karakteren 02, er uddannelseselementet betragtet som bestået. For mere information om eksamener, se kapitel 11.

3 Studieordningens fællesdel

Denne studieordning består af en fællesdel og en institutionsdel. Fællesdelen er udarbejdet i samarbejde mellem de institutioner, som har retten til at udbyde uddannelsen. Reglerne i studieordningens fællesdel er således gældende for alle PBA i International Handel og Markedsføring-uddannelser i Danmark.

3.1 Kerneområder i PBA i International Handel og Markedsføring

PBA i International Handel og Markedsføring-uddannelsen består af fire nationale fagelementer.

3.1.1 Tema 1: Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel)

3.1.1.1 Indhold

Dette fagelement indeholder strategiske analyser af virksomheder inklusiv strategisk styring og forretningsmodeller for B2C, B2B og B2G samt analyser af virksomhedens ressourcer og kompetencer og deres relation til virksomhedernes innovative platform, processer og drivkræfter. Analyserne omfatter også virksomhedernes økonomiske og finansielle fundament, omkostningsforståelse, kapacitetsudnyttelse og forbedring af varesortiment.

Fagelementet omfatter en forståelse for forsyningskæden/SCM og den geografiske placering af produktions- og kompetencecentre samt valg af distributionskanaler, partnerskaber og outsourcing. Fagelementet omfatter også forskellige juridiske aspekter som retskilder, international privatret, typer af konfliktløsning og distributionsformer.

Endvidere indeholder fagelementet en gennemgang af de videnskabsteoretiske paradigmer og perspektiver på viden, indsigt og erkendelse af viden.

3.1.1.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- viden om forskellige typer forretningsmodeller samt hvilke modeller og teorier, der anvendes for at forstå en virksomheds strategiske grundlag
- viden om forskellige strategiske retninger relateret til innovationsbegrebet
- viden om disruption som begreb og udviklingsretning
- viden om og forståelse for relevante teorier og modeller til analyse af virksomhedens strategiske platform, herunder ressourcer og kompetencer
- viden om og forståelse for teorier om virksomhedens innovative platform, kreative processer samt ledelse
- viden om elementerne i en virksomheds forsyningskæde (både funktionelle og innovative produkter)
- viden om teorier og modeller til vurdering af insourcing og outsourcing
- viden om og forståelse for relevante økonomiske modeller og teorier i relation til forretningsmodellen
- viden om lokaliseringsanalyse og distributionsstrategi (både digitalt og fysisk – omni-channel)
- viden om og forståelse for relevante økonomiske modeller i relation til forretningsmodeller
- viden om vigtige perspektiver på viden, indsigt og erkendelse
- viden om og forståelse for centrale paradigmeskift inden for de erhvervsøkonomiske discipliner
- viden om og solid forståelse for, hvad viden er i samfundsvidenskabelig forstand samt kendskab til, hvilken rolle viden spiller i et erhvervsøkonomisk perspektiv

- viden om væsentlige videnskabsteoretiske problemstillinger og skoler inden for et samfundsvidenskabeligt perspektiv og i særdeleshed inden for kerneområderne markedsføring, organisation/ledelse og økonomi
- viden om internationale retskilder og disses indbyrdes forhold samt forholdet til nationale retskilder
- internationale konfliktløsningsmodeller.

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende og diskutere de forskellige strategiske retninger
- anvende disruption til at udfordre en virksomheds eksisterende forretningsmodel
- analysere og vurdere virksomhedens strategiske og innovative platform og udviklingsmuligheder
- vurdere konsekvenser af en virksomheds valg af lokalitet og distributionsform/kanal
- vurdere konsekvenser af valg af eksterne partnere
- vurdere virksomhedens økonomiske og finansielle grundlag på baggrund af relevante indikatorer
- gennemføre en økonomisk analyse samt vurdere og prioritere produktmiks i forskellige omkostningsmodeller
- forholde sig kritisk til empirisk-analytisk videnskabsteori og herunder diskutere, hvad viden er, hvordan den frembringes, og hvordan den spiller sammen med praksis
- kommunikere teoretiske problemstillinger og konsekvenser til fagfæller
- vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger i forhold til det videnskabsteoretiske område
- anvende regler om gældende lov og jurisdiktion i international handel og vurdere konsekvenser af de trufne valg
- anvende reglerne om de forskellige distributionsformer i en analyse og vurdering af valgt af distributionsform.

Kompetencer

Den studerende kan:

- deltage selvstændigt i tværfagligt samarbejde i henhold til at kunne vurdere en virksomheds strategiske situation
- komme med anbefalinger til optimering af en virksomheds forretningsmodel
- arbejde med innovation i alle forretningsmodellens faser
- indgå i tværfaglig udvikling af en virksomheds innovative udgangspunkt
- identificere elementer af værdiskabelse i forsyningskæden
- udvikle økonomiske beslutningsgrundlag relateret til virksomhedens strategi, forretningsgrundlag, omkostnings- og prisstruktur
- diskutere forskellige videnskabsteoretiske paradigmer
- diskutere problemformulering i forhold til forskellige videnskabsteoretiske paradigmer
- diskutere konsekvenser af det videnskabsteoretiske ståsted.

3.1.1.3 ECTS og eksamen

Kerneområdet udgør 10 ECTS af uddannelsens samlede ECTS og vil blive vurderet ved en eksamen efter første semester.

3.1.2 Tema 2: Kunden som udgangspunkt

3.1.2.1 Indhold

Dette fagelement indeholder analyser af nuværende og potentielle kunder, herunder deres strategiske situation, behov og ønsker. Analyserne danner baggrund for udvikling af virksomhedens markedsføringsstrategier og markedstilbud til nuværende og potentielle kunder. I den sammenhæng dækker elementet arbejdet med udvikling og fastholdelse af kundegrundlaget gennem relationsstrategier.

Fagelementet indeholder også analyser af virksomhedens salgsorganisation i relation til salgsteam og købscenter inklusiv relationerne til andre virksomhedsfunktioner og samarbejdspartnere. Yderligere indgår arbejdet med internationale strategier for virksomhedens forsyningskæde og logistik understøttelse af salget samt integration af forskellige salgskanaler – omni-channel, digitalt og fysisk. Strategierne er baseret på en analyse af virksomhedens økonomiske situation inklusiv produkt- og kundemiks, analyse af økonomiske kundelivscyklus analyser og den retslige kontekst herunder international købe- og kontraktret, transportret og udbudsret.

Fagelementets indhold af analyser og strategier bygger på de studerendes evne til at kombinere det videnskabsteoretiske felt inden for det merkantile område med metodologi i videnskabelige projekter.

3.1.2.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- viden om og forståelse for relevante teorier og modeller til at analysere en virksomheds kompetencer, kundebase, udvikling af kundeportefølje samt profitabilitetsberegninger
- viden om og forståelse for virksomhedens markedsmuligheder og mulige markedsføringsstrategier
- viden om generelle strategiske indfaldsvinkler og modeller inden for strukturering og organisering af salg
- viden om og forståelse for implementeringsevne og relation til andre funktioner og partnere, herunder både kompetencevurdering og kommunikationsstruktur
- viden om og forståelse for den vigtige betydning af virksomhedens logistik og forsyningskæde ved internationalisering og innovative projekter
- viden om og forståelse for de teoretiske værktøjer i relation til virksomhedens forsyningskæde til udvikling af et internationalt salgsgrundlag – strategisk, taktisk og operationelt
- viden om og forståelse for værktøjer og metoder til vurdering af kunde- og produktporteføljer i relation til lønsomhed og alternative metoder til lønsomhedsberetning
- viden om anvendelsen af metodelære i projekt- og rapportskrivning efter retningslinjerne for videnskabeligt arbejde
- viden om, hvordan man samler, tolker og analyserer data
- viden om de generelle principper for EU udbud for salg til offentlige myndigheder
- viden om transportaftalen inden for sø- og landevejstransport med særlig vægt på transportøransvaret.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og vurdere såvel den samlede kundebase som den individuelle kunde i forhold til virksomhedens value proposition ved anvendelse af metoder og værktøjer til analyse af kundernes adfærd, herunder brug af big data og lønsomhedsberetninger
- gennemføre en vurdering af kundernes lønsomhed og et fremtidigt indtjeningspotentiale samt evaluere relevansen af en ressource-baseret eller markedsorienteret tilgang
- udvikle virksomhedens markedsføringsstrategier
- analysere og vurdere – med udgangspunkt i kunden – organisering af salget, herunder relationer til andre funktioner i virksomheden
- analysere og vurdere kompetencebehov i salgsfunktionen i forhold til kundernes krav
- analysere og vurdere internationalt fokuseret virksomhedsvalg af forsyningskæde med brug af relevant teori på området
- analysere og organisere virksomhedens forsyningskæde i forhold til salgsorganisering og udvikling af partnerskaber med fokus på sikring af kundetilfredshed og kvalitetsoplevelse
- anvende relevante modeller til udvikling af løsninger for virksomhedens forsyningskæde i forbindelse med innovative projekter
- vurdere og anvende metoder og værktøjer for virksomhedens forsyningskæde til understøttelse af det taktiske og operationelle salg

- beregne og vurdere lønsomhed ved alternative omkostningsallokeringsmetoder: Activity Based Costing og traditionelle standard cost
- identificere relevante samlede life cycle cost (TLCC)
- reflektere over samt indgå i diskussion om erhvervsøkonomiske perspektiver i videnskabelige sammenhænge
- udarbejde en problemanalyse og foretage problemdefinering og fremføre problemstillinger og hypoteser
- vurdere og udvælge ideelle undersøgelsesformer for en given problemstilling og forholde sig kritisk til de undersøgelsesformer, der bruges i praksis
- kende til transportaftalen inden for sø- og landevejstransport med særlig vægt på transportøransvaret.

Kompetencer

Den studerende kan:

- deltage selvstændigt i flerfaglige teams i relation til virksomhedens arbejde med marketing intelligence med kunderne som udgangspunkt
- udvælge relevante data til analyse af virksomhedens kundepleje og kundeudviklingsstruktur
- indgå i en diskussion om virksomhedens evne til at matche salgsfunktionen til kundernes forventninger
- identificere udfordringer i virksomhedens forsyningskæde i forbindelse med innovative projekter
- sikre inddragelse af virksomhedens forsyningskæde i udvikling af salgstrategien
- forberede et begrundet beslutningsoplæg på basis af alternative omkostningsallokeringsmodeller
- vurdere en kundeporteføljes lønsomhed og et forventet fremtidigt indtjeningspotentiale
- vurdere muligheder og begrænsninger kritisk i forhold til kvantitative og kvalitative data
- indsamle, bearbejde og tolke kvantitative og kvalitative data og kritisk relatere disse til eksisterende eller nyt datamateriale inkl. viden om måleskalaer og evnen til at bedømme datas relevans, aktualitet, validitet, pålidelighed og generaliserbarhed
- udarbejde videnskabelige rapporter og projekter og udbrede undersøgelsesresultater og løsningsforslag m.v. i en overskuelig og let læselig rapport, der indeholder en klar problemformulering, metodemæssige overvejelser samt en vurdering af resultatets og forudsætnings pålidelighed og gyldighed
- indgå selvstændigt i et fagligt og tværfagligt samarbejde om indgåelse af internationale salgsaftaler på baggrund af a) CISG (International aftaleindgåelse og internationalt køb), b) salgs og leveringsbetingelser, c) INCOTERMS og d) sikring af købesummen.

3.1.23 ECTS-omfang

Kerneområdet udgør 20 ECTS af uddannelsens samlede ECTS og vil blive bedømt ved en eksamen efter 1. semester.

3.1.3 Tema 3: Brancher og konkurrenter

3.1.3.1 Indhold

Fagområdet indeholder analyser af konkurrencer, konkurrenter og klynge- og netværkssamarbejder, hvorved virksomheden kan foretage benchmarking i relation til forsyningskæden, socialt ansvar og bæredygtighed inkl. CSR og den internationale økonomiske omverden og set i relation til konkurrenceretten. Fagelementet fordrer også en metodisk tilgang til fremskaffelse af viden ud fra det videnskabsteoretiske ståsted.

3.1.3.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- kendskab til teoretiske teorier og modeller vedr. konkurrencemæssige positioner på markedet, og hvordan disse implementeres
- viden om forskellige benchmarking-modeller
- viden om CSR, socialt ansvar og bæredygtighed
- viden om grundlæggende benchmarking-teorier og -modeller i SCM
- viden om finansiell og ikke finansiell benchmarking
- forståelse for internationale makroøkonomiske forholds indflydelse på branchen
- viden om videnskabsteori, teoretiske antagelser og metodiske tilgange, der understøtter generering af viden
- viden om dansk og europæisk konkurrenceret og samspillet mellem reglerne.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og evaluere en virksomheds konkurrencemæssige position som basis for udvikling og tilpasning af virksomhedens markedstilbud. I relation hertil skal den studerende kunne benchmarke en virksomhed både i forhold til en branche og i forhold til virksomhedens nærmeste konkurrenter, herunder strategier
- analysere virksomheden sociale dimension i relation til virksomhedens strategiske position
- anvende relevante teorier og modeller i forhold til at benchmarke en international virksomheds forsyningskæde
- vurdere internationale makroøkonomiske faktorer, som kan påvirke en given virksomheds konkurrencesituation i branchen
- vurdere risici ved international handel
- benchmarke en virksomhed mod en konkurrent eller branche
- Kunne foretage en vurdering af identificerede internationale økonomiske forhold i omverdenen og vurdere konsekvenserne af disse for en branche og virksomhed
- Kunne indsamle, bearbejde og tolke kvantitative og kvalitative data samt forholde sig kritisk til et foreliggende eller nyt datamateriale, herunder have kendskab til måleskalaer og kunne bedømme datas relevans, aktualitet, validitet, reliabilitet og generaliserbarhed.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Kunne deltage i virksomhedens marketing intelligence med fokus på design og analyse af information omkring konkurrenceposition på markedet
- identificere og analysere de specifikke konkurrenter
- identificere en virksomheds centrale udfordringer vedr. CSR
- identificere forbedringsområder i virksomhedens forsyningskæde baseret på benchmarking
- identificere og håndtere risikoafdækning i forbindelse med international handel
- bruge sin erfaring inden for hvordan videnskabelige metoder er begrænsede.

3.1.3.3 ECTS og eksamen

Kerneområdet udgør 5 ECTS af uddannelsens samlede ECTS og vil blive bedømt ved en eksamen efter 2. semester.

3.1.4 Tema 4: Salgsledelse og virksomhedens salgsudvikling

3.1.4.1 Indhold

Fagelementet indeholder indsigt i udviklingen af internationale salgsstrategier inkl. on- og offline strategier, CRM for nye og eksisterende kunder, kundeopfølgning, key account og global account management.

Fagelementet indeholder også indsigt i organisationsudvikling og forandringsledelse med hensyntagen til arbejdsret og måling af effektiviteten og risikovurderingen af virksomhedens forsyningskæde.

Fagelementet indeholder budgettering, balanced scorecard og triple bottomline i valget af strategier for virksomheden. Fagelementet kræver også, at den studerende må indarbejde og reflektere over det videnskabsteoretiske ståstedets betydning for projekter.

3.1.4.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- forståelse for og er i stand til at reflektere over nøgleteorier til udvikling af virksomhedens salgsgrundlag ved brug af forskellige tilgange
- viden om modeller og metoder til kundeopfølgning
- viden om og forståelse for relevante teorier og modeller relateret forretningsmodeller med salg som udgangspunkt
- viden om og forståelse for organisatoriske konsekvenser af vækst
- viden om de ledelsesmæssige teorier, som kan understøtte udviklingen af virksomhedens salgsgrundlag
- viden om forskellige teorier om motivation og incitamentsstrategier
- viden om og forståelse for forskellige konflikttyper og konfliktløsningsmuligheder
- viden om situationsbestemt ledelse
- viden om kriterierne for evalueringen af salgsafdelingens indsats
- viden om værktøjer til at måle effektiviteten i en virksomheds forsyningskæde
- viden om metoder og modeller til risikovurdering af forsyningskæden
- forståelse for alternative budgetmodeller
- viden om alternative økonomiske og ikke-økonomiske rapporteringsformer inkl. forståelse for referencerammer og lovgivning i relation til virksomhedens økonomiske, miljømæssige og sociale rapportering
- lært at evaluere videnskabsteoretiske og metodemæssige problemstillinger og integrere en forståelse for videnskabeligt arbejde og metoder med faglighed i projekt- og rapportskrivning.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere, udvikle og implementere internationale salgsstrategier for forskellige forretningstyper (branche, størrelse, ressourcer etc.)
- udvikle og tilpasse en virksomheds markedsføring-mix til individuelle kunder
- begrunde og kommunikere valgte strategier i en salgsplan til relevante interessenter
- evaluere aktiviteterne i virksomhedens markedsføring-mix til kunderne og foreslå mulige ændringer i strategi og tilgang – til den individuelle kunde
- udvikle en plan for organisationens udvikling og vurdere konsekvenserne, når der sammenlignes med organisationens kompleksitet
- vurdere udviklingen af salgsorganisationen
- vurdere kompetencebehovet i salgsteamet

- udvikle strategier til motivation og coaching af salgsmedarbejderne
- identificere egne læringsbehov, så viden og færdigheder udvikles
- indgå i evalueringen af medarbejdernes personlige, faglige, kulturelle og sociale kompetencer
- udvikle en opfølgingsplan for virksomhedens forretningsmodel i relation til at måle effektiviteten i virksomhedens forsyningskæde
- forberede budgetforudsætninger og forberede og evaluere et totalt budget til brug for virksomhedens strategiske beslutninger og bedømme de økonomiske konsekvenser
- reflektere over egen praksis
- reflektere over de videnskabelige metoders begrænsninger
- anvende ansættelsesretlige regler i en internationale sammenhæng, herunder overensstemmelse med reglerne om lovvalg og værneting med særlig henblik på ansættelse og fastholdelse, udstationering og afskedigelse.

Kompetencer

Den studerende kan:

- styre og lede udviklingen af salgsstrategier i komplekse situationer baseret på involvering af relevante interessenter
- arbejde med at vurdere virksomhedens overordnede aktiviteter for kunderne
- arbejde med en holistisk tilgang til udvikling af virksomhedens strategiske grundlag
- identificere egne læringsbehov for at kunne udvikle og opretholde passende færdigheder for at kunne arbejde ud fra en holistisk tilgang
- analysere og deltage selvstændigt i udviklingen af en organisatorisk handleplan for at sikre implementering af salgsplanen
- deltage selvstændigt både fagligt og tværfagligt i organisationens udvikling
- indgå i dialog med salgsafdelingen om optimering af virksomhedens samlede salgsindsats fra et effektivitetsperspektiv igennem hele forsyningskæden
- etablere et beslutningsgrundlag omkring virksomhedens strategiimplementering.

3.1.4.3 ECTS og eksamen

Kerneområdet udgør 10 ECTS af uddannelsens samlede ECTS og vil blive bedømt ved en eksamen efter 2. semester.

3.2 Antallet af eksamener i de nationale fagelementer

Der er to eksamener i de nationale fagelementer samt yderligere en eksamen på bachelorprojektet. Hvad angår antal eksamener i praktikken henvises til afsnit 4.

For et samlet overblik over alle eksamener på uddannelsen henvises til studieordningens institutionsdel.

4 Praktik

Som en del af uddannelsen PBA i International Handel og Markedsføring skal den studerende gennemføre en praktikperiode. Praktikperioden indbefatter arbejdsområder, der er relevant for uddannelsen i International Handel og markedsføring med det formål at forberede den studerende på arbejdet som bachelor i International Handel og Markedsføring.

4.1 Indhold

Uddannelsens praktikperiode skaber en sammenhæng mellem den lærte teori og fagets faglige relationer. Praktikopholdet vil sikre nærhed til praksis og udvikling af faglige og personlige kompetencer til selvstændig deltagelse i erhvervslivet. Praktikopholdet hjælper den studerende med at omsætte den tillærte viden til praktisk erfaring.

4.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- have viden om fagområdet teori og metode samt om praksis
- kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelsen
- have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver.

Færdigheder

Den studerende kan:

- omsætte den lærte viden til praksis inden for erhvervet
- vurdere teoretiske og praktiske problemer og opstille løsningsforslag
- anvende og formidle relevante teorier til opgaveløsning på praktikpladsen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- se sin egen faglige rolle i relation til aktuelle opgaver
- indgå i fagligt, såvel som tværfagligt samarbejde

4.3 ECTS

Praktikken udgør 15 ECTS af uddannelsen samlede ECTS.

4.3.1.1 Eksamener

Praktikopholdet slutter med en eksamen. For yderligere information henvises til den institutionelle del.

5 Bachelorprojekt

Uddannelsen færdiggøres med et bachelorprojekt.

5.1 Indhold

Bachelorprojektet skal dokumentere den studerendes forståelse for og evne til at reflektere over professionens praksis og brugen af teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling. Problemformuleringen, som må være central for uddannelsen og professionen, er formuleret af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Uddannelsen skal godkende problemformuleringen.

Bachelorprojektet skal have et omfang på 100.000 karakterer inklusive mellemrum og kilder.

Læringsmål

Læringsmålene er de samme som for uddannelsen. Herudover gælder følgende læringsmål for bachelorprojektet:

Viden

Den studerende har:

- forståelse af og evne til at reflektere over professionens praksis og anvendelse af teorier og metoder i relation til en praksisnær problemstilling

Færdigheder

Den studerende kan:

- anvende metoder og værktøjer til sammenligning og analyse af information og mestre de færdigheder, der er relateret til ansættelse i professionen
- vurdere teoretiske og praktiske problemer og dokumentere de valgte løsninger
- formidle praktiske og professionelle problemer og løsninger til kolleger og brugere

Kompetencer

Den studerende kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i relation til arbejde eller studium
- indgå selvstændigt i akademiske og tværfaglige samarbejder og påtage sig ansvar inden for de fagligt etiske rammer
- identificere egne læringsbehov og – i relation til professionen – udvikle egen viden og færdigheder.

5.2 ECTS

Bachelorprojektet udgør 15 ECTS af uddannelsens samlede ECTS.

5.2.1.1 Eksamener

Bachelorprojektet afslutter uddannelsen i det sidste semester, når alle forudgående eksamener er bestået.

Eksamen er en mundtlig og skriftlig eksamen med en ekstern censor. En kombineret karakter for det skrevne projekt og den mundtlige præsentation gives efter 7-trinsskalaen.

6 Regler om merit

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder denne uddannelse.

Den studerende har pligt til at oplyse VIA University College om ethvert gennemført uddannelseselement fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse eller om beskæftigelse, der kunne give merit.

VIA University College godkender i hvert tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der indfrier mål med fag, uddannelses- og praktikdele.

Afgørelse træffes på baggrund af en faglig vurdering.

Den studerende må – ved forhåndsgodkendelse af studier i Danmark eller i udlandet – dokumentere ethvert godkendt og afsluttet uddannelseselement ved afslutningen af disse studier.

I forbindelse med ansøgning om forhåndsgodkendelse giver den studerende VIA University College tilladelse til at indhente den nødvendige information efter den studerendes færdiggørelse.

Efter godkendelse ifølge ovenstående anses uddannelseselementet for at være bestået, hvis det blev bestået i henhold til reglerne for pågældende uddannelse.

7 Ikrafttrædelse og overgangsordninger

Ikrafttrædelse

Den nationale del af studieordningen træder i kraft august 2018 og vil være gældende for studerende, der er indskrevet på uddannelsen efter 20. august 2018.

Overgangsordning

For studerende indskrevet før 20. august gælder reglerne i studieordningen af 25. august 2014.

8. Studieordningens institutionsdel

Denne studieordning består af en national del og en institutionsdel. Institutionsdelen udgør de regler, som gælder specifikt for uddannelsen PBA i International Handel og Markedsføring på VIA University College. Reglerne er fastsat af VIA University College.

Vær opmærk på at lignende eller tilsvarende uddannelser på andre uddannelsesinstitutioner kan have andre regler.

9. Valgfag

For at færdiggøre PBA i International Handel og Markedsføring må den studerende bestå to valgfag i 2. semester. De valgfrie uddannelseselementer er følgende:

9.1 Valgfag 1

Valgmulighederne for Valgfag 1 vil blive meldt ud i 1. semester. Valgfag 1 giver 10 ECTS.

9.1.1. Beskrivelse af valgfag

| Valgfag | Fagområder indenfor valgfaget | ECTS |
|----------------------------|-------------------------------|------|
| Management Accounting | Økonomi | 10 |
| Advanced Digital Marketing | Marketing | 10 |

| Elective element: Management Accounting |
|--|
| Weight 10 ECTS |
| Objectives: The purpose of the course is to teach the students central accounting principles and give students tools to understand and establish balance sheets and accounts. The accounting system shall be seen as a management tool to optimize resources in respect of activity, capacity and available funds. The student has to understand the principles, models and methods which are used in establishing a managerial accounting system. The statements of accounts cover analyses which have to be used internally as well as externally in the company. Managerial accounting has to be recognized as important, since all types of companies need the competence to relate to issues concerning making decisions based on accounting principles. |
| Learning outcome: Knowledge on general accounting, variable costing versus absorption costing, inventory management principles. Give skills to validate financial information and the understanding of different types of allocation of direct as well as indirect costs. Give the competence to use the allocations and information on practical problems. |
| |

| |
|---|
| <p>Content: Managerial and financial accounting purpose and fundamentals. The company accounting systems, externally focused on the general accounting system and internally focused on product and customer costs and statements for organizational units and activities. Use of economic estimates to decide prices, product mix, processes and activities. Use of economic estimates to manage activities in the company including: budgeting, motivation, control. Basic accounting concepts, conventions, principles and methods. Financial statements purpose, structure and presentation. Handling of central accounting items, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Recognition, measurement and presentation. o Recognition of revenue and expenses. o Tangible and intangible fixed assets. o Inventories and other current assets. o Liabilities and provisions, leasing. o Owners' equity and changes in Owners' equity. o Accounting for taxes. o Cash flow-statements. o Consolidated statements (group accounts). <p>To be able to summarize and describe the used and principle theories and definitions in the cost theory in close connection with general accounting problems and to explain the advantages and disadvantages. To be able to explain and relate the theories and definitions to short term economic decisions, including comparing and validating basic economic decision alternatives. To be able to describe, summarize, analyze and explain common used accounting theories. To be able to analyze and use related cost data in cases (also use of IT). To be able to include relevant considerations about alternative models and methods when analyzing "the behavior" of the costs. To be able to validate the relevance and the usefulness of different cost calculations and cost methods in connections with decisions concerning cost related problems.</p> <p>General learning form:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordinary class room lessons, practice by PC, group presentations and feedback etc. |
|---|

| |
|---|
| Elective element: Advanced Digital Marketing |
| Weight 10 ECTS |
| <p>Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understanding of concepts, models and tools in digital marketing in order to take part in the analysis, planning and practical application of digital marketing • Analysis and assessment of market potential, development of digital marketing strategies, planning of specific digital marketing activities, as well as measurement and optimization of digital marketing. • Based on a digital marketing strategy the students will analyze, map and design the customer experience. • Part of the subject element the student will be provided with tools and skills to collect, analyze, conclude, report and act based on data. • The goal is for the student to develop own solutions for strategic use of user data in the e-commerce business. <p>Learning outcome: How to develop digital marketing strategies and how to plan and execute all types of digital marketing campaigns.</p> <p>Knowledge The student has:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Knowledge of the marketing functions role in relation to the company's digital marketing • Understanding of and is able to relate to the strategic importance and relevance of digital marketing as well as knowledge and understanding of methods and approaches to advanced digital marketing |

- Understanding of- and ability to reflect over the development on international markets within digital marketing and the possibilities it brings

Skills

The student is able to:

- Develop strategies and concepts within digital marketing based on the company's situation with the involvement of relevant stakeholders
- Generate leads and qualify them to create conversion
- Apply theories and methods to analyze the digital business area and optimize the customers experience
- Optimize the interaction between offline and online marketing activities
- Analyze the digital aspects of the company's business model
- Use relevant methods in data analysis
- Develop content on social medias and blogs to generate sales and market the business digitally
- Identify relevant elements to be developed to improve the competitiveness in creating and maintaining customer relations on digital platforms
- Communicate different solutions to internal and external partners

Competences

The student is able to:

- Work independently in cross functional teams in business that has digital strategies
- Deal with complex development tasks in optimizing the digital part of the business
- Identify own learning needs and structure own learning within digital business understanding

Content:

At the beginning of the elective element, you are to form groups of 5-6 students with a mix of minimum three different nationalities & there can *only* be 1 Danish student per group.

For each of the topics in the syllabus (Strategy, PPC, Social media & Blogs, Content Marketing, Customer journey, Lead generation/qualifying prospects, Conversion optimization, SEO, Google analytics/big data) you must individually research and find minimum two scientific articles that are *relevant* for the current topic and in relation to the material lectured in this topic.

These minimum two articles are to be structured, related to material from lectures and presented to the rest of your group in the scheduled group work sessions.

The sessions will be schedules with 30 minutes per student per topic. After the presentations each student uploads his/her own work **and** the article to studynet in the appropriate folder according to topic name.

The exam will constitute of 30 minutes oral examination. At the first day of lectures, you will have a case presented. During the elective element, each group has to *relate all the learned elements to the case* and write an assignment/report that contains your suggestions as to how this company should proceed with its digital marketing.

With a starting point in this assignment/report, *you will be examined in the entire curriculum*. The first 5-7 minutes are at your disposal where you make a formal presentation based on your assignment/reports recommendations and then you will be examined in the entire curriculum for about 18-20 min. The last 5 minutes is for grading according to the 7 point scale.

General learning form:

- Ordinary class room lessons
- Company guest lecturers with experience from the field
- Group work based on real-life cases

9.2 Valgfag 2

Valgmulighederne for Valgfag 2 vil blive meldt ud i 2. semester. Valgfag 2 giver 5 ECTS.

10 Praktik

For at gennemføre en praktikperiode som del af uddannelsen PBA i International Handel og Markedsføring må den studerende overholde de specifikke mål for praktikken. Uddannelsen PBA i International Handel og Markedsføring godkender eller afviser praktikperioden på grundlag af praktikeksamen.

Den studerende er forpligtet til at deltage i hele praktikperioden. Igennem hele praktikperioden har den studerende en vejleder fra uddannelsen samt en i virksomheden. Den studerende og de to vejledere afgør i fællesskab de relevante mål, som den studerende skal opnå i praktikperioden, som herefter er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden slutter med en evaluering på baggrund af en skriftlig rapport udarbejdet af den studerende. I rapporten bedømmer den studerende sit uddannelsesmæssige udbytte fra praktikperioden sammenlignet med de opstillede mål for opholdet.

Virksomhedspraktikken er sammenlignelig med et fuldtidsjob med samme krav til arbejdstimer, indsats, engagement og fleksibilitet, som den studerende kan forvente at finde i sit første job.

Flere detaljer vedr. praktik kan findes i VIA University College retningslinjer for praktik.

11. Eksamener på PBA i International Handel og Markedsføring

Undervisningslektioner afvikles på dansk, dog med undtagelse af valgfrie elementer samt nogle gæsteforelæsninger, der afvikles på engelsk. Undervisningsmateriale er overvejende på engelsk, ellers engelsk, og eksamener bliver afholdt på dansk.

I bedømmelsen af den studerendes præstation i både skriftlige som mundtlige eksamener baseret på skriftligt materiale udarbejdet af den studerende bliver den studerendes færdigheder inden for stavning og artikulation vægtet betydeligt.

Uddannelsen i International Handel og markedsføring tilbyder specielle eksamensvilkår for studerende med specielle behov, fx helbredsproblemer, for at ligestille disse studerende med studerende uden behov for særlige vilkår. Særlige eksamensbetingelser tilbydes hver enkelt studerende efter ansøgning. Uddannelsen vurderer omstændighederne i hver ansøgning og afgør, om og i hvilken udstrækning specielle vilkår er påkrævede.

Specielle vilkår kan kun sikre, at studerende med specielle behov har muligheden for at gennemføre eksamen på lige fod med studerende uden sådanne behov. Eksamensniveauet samt målene og kriterierne for bedømmelse af eksamenspræstationen kan aldrig blive ændret af et tilbud om særlige betingelser.

For at deltage i eksamen i bachelorprojektet kræves det, at alle 1. og 2. semester eksamener samt eksamen i forbindelse med praktikperioden er bestået.

Ved skriftlige eksamener og tests må den studerende bruge bøger og materialer, der er udleveret i forbindelse med undervisningen, egne noter, ekstra materiale, intranet, internet, USB etc. med dokumenter med mindre andet er angivet i eksamensopgaven/retningslinjerne. Under eksamen må studerende ikke dele hjælpemidler eller låne hjælpemidler fra hinanden.

Den studerende må ikke medbringe eller bruge følgende hjælpemidler:

- Bluetooth
- Mobiltelefon
- Andet datakommunikationsudstyr der gør det muligt for den studerende at kommunikere med andre.

De studerende må ikke kommunikere med hinanden på nogen måde, når først testen er begyndt. En studerende, der forsøger at kontakte en anden studerende ved eksamen eller prøver at bruge ikke-tilladte hjælpemidler, vil straks blive bortvist fra eksamen.

Eksamener på de tre semestre

| Semester | Eksamen (intern/ekstern) | Nationale fagelementer | ECTS | På eksamensbevis |
|-------------|----------------------------------|---|------|------------------|
| 1. semester | 1. semestereksamen | | | En karakter |
| | 1 deleksamen Intern | Tema 1: Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) | 6,5 | |
| | 2 deleksamen Ekstern | Tema 2: Kunden som udgangspunkt | 15,5 | |
| | 3 deleksamen Intern | Tema 1: Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) og Tema 2: Kunden som udgangspunkt | 8 | |
| 2. semester | 2. semestereksamen, intern | Branche og konkurrenter Salgsledelse og salgsudvikling i virksomheden | 15 | En karakter |
| | 2 deleksamener i valgfag, intern | Valgfag 1 Valgfag 2 | 15 | En karakter |
| 3. semester | Praktikeksamen, intern | Praktik | 15 | En karakter |
| | Bachelorprojekteksamen, ekstern | Bachelorprojekt | 15 | En karakter |

11.1 1. semestereksamen

1. semester eksamener bedømmes i overensstemmelse med læringsmålene for fagelementerne på 1. semester.

1. semester eksamener består af 3 individuelle afprøvninger med hver deres ECTS fordeling.

1. deleksamen vægtes med 22%, 2. deleksamen vægtes med 52% og 3. deleksamen vægtes med 26%.

1. semestereksamener ækvivalerer samlet 30 ECTS og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

11.1.1 1. semestereksamen, 1. deleksamen

1. deleksamen er en mundtlig gruppeeksamen, der udprøver de studerende i fagelementerne Salg/Markedsføring, Supply Chain Management, Ledelse/Organisation og Økonomi i Tema 1, Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel).

Før 1. deleksamen afvikles forudsætningskrav, hvor de studerende præsenterer, har peer-review sessioner og får feedback fra undervisere og medstuderende. Der indgår også skriftligt arbejde i forbindelse med enkelte forudsætningskrav.

Deltagelse i samtlige forudsætningskrav er forudsætning for adgang til ordinær 1. deleksamen. Hvis deltagelse i forudsætningskrav ikke godkendes, har den studerende ikke adgang til 1. deleksamen og der bruges et eksamensforsøg.

Umiddelbart efter ordinær 1. deleksamen afvikles 1. og 2. reeksamen i 1. deleksamen.

Eksamen skal bestås med karakteren minimum 02 og vægtes med 22% af den samlede 1. semestereksamen.

Eksamen udgør 6,5 ECTS og bedømmes efter 7-trinsskalaen (intern).

11.1.2 1. semestereksamen, 2. deleksamen

2. deleksamen er en skriftlig gruppeeksamen, der udprøver de studerende i fagelementerne Salg/Markedsføring, Supply Chain Management, Ledelse/Organisation og Økonomi i Tema 2, Kunden som udgangspunkt.

Før 2. deleksamen afvikles forudsætningskrav, hvor de studerende præsenterer, har peer-review sessioner og får feedback fra undervisere og medstuderende. Der indgår også mundtlige præsentationer og diskussioner i forbindelse med enkelte forudsætningskrav.

Deltagelse i samtlige forudsætningskrav er forudsætning for adgang til ordinær 2. deleksamen. Hvis deltagelse i forudsætningskrav ikke godkendes, har den studerende ikke adgang til 2. deleksamen og der bruges et eksamensforsøg.

Umiddelbart efter ordinær 2. deleksamen afvikles 1. og 2. reeksamen i 2. deleksamen.

Eksamen skal bestås med karakteren minimum 02 og vægtes med 52% af den samlede 1. semestereksamen.

Eksamen udgør 15,5 ECTS og bedømmes efter 7-trinsskalaen (ekstern).

11.1.3 1. semestereksamen, 3 deleksamen

3 deleksamen er en individuel mundtlig eksamen, der udprøver de studerende i fagelementerne Jura og Videnskabsteori i Tema 1, Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel) og Tema 2, Kunden som udgangspunkt

Umiddelbart efter ordinær 3 deleksamen afvikles 1 og 2 reeksamen i 3 deleksamen.

Eksamen skal bestås med karakteren minimum 02 og vægtes med 26% af den samlede 1. semestereksamen.

Eksamen udgør 8 ECTS og bedømmes efter 7-trinsskalaen (intern).

11.2 2. semestereksamen

Eksamen bedømmes i overensstemmelse med læringsmålene for fagelementerne på 2. semester.

2. semester eksamen består af to deleksamener:

1. En to-timers skriftlig eksamen lige efter tema 3, vægtes med 1/3. Ved denne eksamen testes den studerende i læringsmålene for tema 3.
2. En 20 minutter mundtlig eksamen efter tema 4, vægtes med 2/3. Ved denne eksamen testes den studerende i læringsmålene fra tema 4.

Begge eksamener skal bestås, og karaktererne fra begge eksamener vil stå på eksamensbeviset. Hvis den studerende dumper, er det kun den ikke beståede eksamen, som kan tages igen.

Den studerende må være til stede på VIA University College til begge eksamener.

11.3 3. semestereksamen

Eksamenerne på 3. semester er praktikeksamen og eksamen i bachelorprojektet.

11.3.1 Praktikeksamen

Eksamen er intern. Den studerende må bestå praktikeksamen for at kunne tilmelde sig eksamen i bachelorprojektet.

Praktikeksamen aflægges efter endt praktikophold i henhold til de nærmere praktik retningslinjer herfor, og består af en skriftlig praktikrapport, som udarbejdes af den studerende. Praktikrapporten danner baggrund for, at den studerendes vejleder ved intern censur bedømmer praktikopholdet ved 7-trins skalaen.

Hvis praktikrapporten ikke godkendes, har den studerende en uge til at justere den og aflevere igen på baggrund af instruktioner fra vejlederen.

11.3.2 Bacheloreksamen

Som beskrevet i afsnit 5 og med baggrund i en skriftlig rapport bliver den studerende eksamineret i en mundtlig eksamen på 45 minutter inkl. bedømmelse af den studerendes præstation. Højst 10 minutter er tildelt den studerendes præsentation, som typisk indeholder:

- rapportens centrale problemstillinger og konklusioner
- overvejelser hvad angår metoder
- tilføjelser/ændringer i relation til den skriftlige del
- inddragelse af relevante fagelementer
- anvendelighed i praksis etc.
- rapportens stærke og svage punkter.

30 minutter tildeles fremlægningsen, hvor vejlederen og i nogle tilfælde censor vil stille spørgsmål og komme med kommentarer til rapporten. Endelig er fem minutter afsat til karaktergivning. En karakter gives for bachelorprojektet, hvor den skrevne rapport tæller 2/3 og den mundtlige eksamen 1/3. Karakterer gives efter 7-trinsskalaen.

Hvis den samlede bedømmelse resulterer i en karakter lavere end 02, må den studerende aflevere et nyt projekt med en ny projektbeskrivelse og gå til en mundtlig reeksamen.

11.4 Valgfagseksamen

Eksamen i valgfagene på 2. semester består af to deleksamener:

1. Valgfag 1: 10 ECTS
Eksamen følger retningslinjerne for valgfag 1-forløbet
2. Valgfag 2: 5 ECTS
Eksamen følger retningslinjerne for valg 2-forløbet.

Deleksamener må samlet opnå mindst 02, hvis den studerende skal bestå eksamen. Karaktererne er angivet og vægtet sammen på eksamensbeviset. Karakteren for valgfag 1 vægtes med 2/3, og karakteren for valgfag 2 vægtes med 1/3 af den samlede karakter.

Eksamen bedømmes efter 7-trinsskalaen og med intern censor. Yderligere detaljer om valgfag ved være til rådighed i retningslinjerne.

12. Udlandsophold

Det er muligt for den studerende at færdiggøre 1. eller 2. semester på en udenlandsk uddannelsesinstitution. Ligeledes er det muligt at færdiggøre en virksomhedspraktik og et bachelorprojekt i virksomheder eller organisationer uden for Danmark.

VIA University College må godkende aftalen, før perioden i udlandet finder sted.

13 Beskrivelse af 1. semestereksamener

13.1 1. deleksamen

| 1. deleksamen | Virksomhedens strategiske grundlag |
|----------------------|--|
| Formål | <p>Denne eksamen afslutter tema 1 på 1./5. semester.</p> <p>Eksamen omfatter relevante modeller, teorier og analyser fra Salg & Marketing, Organisation & Supply Chain Management og Business Economics (MSA, MOL & BEC).</p> <p>Fokus i 1. deleksamen er på analyse af virksomhedens strategiske retning og på, ud fra et innovationsperspektiv, at kunne udarbejde planer for udvikling af virksomhedens set-up og vækst.</p> <p>Der kan tages forskellige emner i betragtning, fx:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse af virksomhedens strategiske platform, herunder ressourcer og kompetencer• Typer af forretningsmodeller og teorier, der bruges til at definere en virksomheds strategiske fundament• Vurdering af den innovative platform, de kreative processer og ledelsen af disse• Evaluering af CLV og TCO og anbefalinger til at underbygge den strategiske retning |

| | |
|-------------------|--|
| | <p>Virksomhedspræsentation En specifik case virksomhed og opgave (eksamen) danner baggrund for 1. deleksamen</p> <p>1. deleksamen udgør 6,5 ECTS-point.</p> |
| Milestones | <p>Evalueringen af 1. deleksamen baseres på følgende milepæle:</p> <p>1. Milepæl:</p> <p>Detaljeret tids- og aktivitetsplan for gruppens arbejde med eksamen og dennes milepæle. Med andre ord, hvordan faciliterer/planlægger/organiserer gruppen arbejdsprocessen med 1. deleksamen.</p> <p>Fokusér på processen og på hvordan der skabes gruppedynamik og vedhæft også gruppens teamkontrakt.</p> <p>1. milepæl har en vægt på 25% af karakteren for 1. deleksamen og vurderes af underviserne.</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse tids- og aktivitetsplanen før den fortsætter frem mod milepæl 2.</p> <p>2. Milepæl:</p> <p>Første præsentation af de modeller/teorier/processer gruppen har valgt til at løse problemet. Ingen anbefalinger/løsninger på dette tidspunkt. Fokus på proces og på de modeller/teorier gruppen vil bruge til at løse problemet og komme op med idéer og løsninger (tænk "ud af boksen"). (feedback fra peer gruppe).</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse modeller/teorier/processer før den fortsætter frem mod milepæl 3.</p> <p>3. Milepæl:</p> <p>Præsentation af de modeller/teorier/processer gruppen har valgt til at løse problemet. <u>Stadig ingen</u> anbefalinger/løsninger på dette tidspunkt, kun fokus på modeller/teorier/processer, der kan løse problemet (tænk "ud af boksen").</p> <p>3. milepæl har en vægt på 25% af karakteren for 1. deleksamen og vurderes af underviserne.</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse modeller/teorier/processer før den fortsætter frem mod milepæl 4.</p> <p>4. Milepæl:</p> <p>1. præsentation af anbefalinger/løsninger til den stillede opgave. Hvad anbefaler gruppen med udgangspunkt i processen hidtil? (feedback fra peer gruppe).</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse anbefalinger/løsninger før den fortsætter frem mod milepæl 5.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>5. Milepæl:</p> <p>2. præsentation af anbefalinger/løsninger til den stillede opgave. Hvad anbefaler gruppen med udgangspunkt i arbejdet hidtil? Er anbefalingerne unikke, ambitiøse, realistiske og tænkt "ude af boksen".</p> <p>Milepælen har en vægt på 25% af karakteren for 1. deleksamen og vurderes af underviserne.</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse anbefalinger/løsninger før den fortsætter frem mod milepæl 6.</p> <p>6. Milepæl:</p> <p>Gruppen pitcher anbefalingen/løsningen på maks. 5 minutter som om publikum var "potentielle investorer". Struktur og rammesætning som kendes fra "Løvens hule" (feedback fra peer gruppe).</p> <p>Gruppen bruger feedback til at tilpasse pitchen før den fortsætter frem mod milepæl 7.</p> <p>7. Milepæl:</p> <p>Gruppen pitcher anbefalingen/løsningen på maks. 5 minutter som om publikum var "potentielle investorer". Struktur og rammesætning som kendes fra "Løvens hule".</p> <p>Fokusér på, at pitchen er løsningsorienteret og tilpasset målgruppen.</p> <p>Efter gruppens pitch skal det være klart, hvad gruppen anbefaler, hvordan dette opnås, og hvad resultatet forventes at ville blive.</p> <p>Milepælen har en vægt på 25% af karakteren for 1. deleksamen og vurderes af underviserne.</p> <p>Efter vurderingen fortsætter de bedste 4 grupper (valgt af underviserne) til finalen.</p> <p>8. Milepæl:</p> <p>De fire grupper pitcher anbefalingen/løsningen på maks. 5 som om publikum var "potentielle investorer".</p> <p>Struktur og rammesætning som kendes fra "Løvens hule" (case virksomheden vurderer pitchen).</p> <p>Efter milepælen annonceres en vindergruppe af case virksomheden.</p> |
| <p>Organisering af gruppearbejdet</p> | <p>De studerende arbejder i deres studiegrupper. Sørg for at udarbejde en teamkontrakt.</p> <p>Underviserne er til en vis grad tilgængelige for vejledning mellem milepælene (plan uploades på itslearning).</p> |
| <p>Bedømmelse</p> | <p>1. deleksamen er en af de officielle eksamener i studieordningen, hvilket betyder, at den endelige karakter vil fremstå på eksamensbeviset.</p> <p>1. deleksamen omfatter fagområderne MSA, BEC & MOL.</p> <p>Karakterer på 1. deleksamen afgives ud fra 7-skalaen og vægter 22% af den samlede karakter på 1./5. semester.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Studerende, der ikke deltager i en obligatorisk milepæl (hvilken som helst) eller ikke får karakteren 02 som minimum, vil ikke bestå eksamen og indstilles til reeksamen (mere information om dette følger på et senere tidspunkt).</p> <p>Det er obligatorisk at møde personligt op på følgende milepæle: virksomhedspræsentation plus milepæl 3, 5, 7 & 8.</p> <p>Ved alle andre milepæle forventes det, at alle grupper og teammedlemmer deltager.</p> |
|--|--|

13.2 2. deleksamen

| 2. deleksamen | Kunden som udgangspunkt |
|----------------------|--|
| Formål | <p>Denne eksamen afslutter tema 2 på 1./5. semester.</p> <p>Eksamen omfatter relevante modeller, teorier og analyser fra Salg & Marketing, Organisation & Supply Chain Management og Business Economics (MSA, MOL & BEC).</p> <p>Fokus i eksamen er på at vurdere, om en virksomheds forretningsmodel matcher kundernes behov.</p> <p>Formålet er derfor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - At analysere nuværende og potentielle kunder, herunder deres strategiske situation, behov og mål, med henblik på at udvikle virksomhedens strategier og markedstilbud - At præsentere valide løsninger til udvikling og fastholdelse af kundegrundlaget gennem relationsstrategier - At udvikle en strategi for virksomhedens salgsorganisation i forhold til salgsteam og købscenteret, herunder relationer til andre virksomhedsfunktioner og samarbejdspartnere - At anbefale, hvordan virksomhedens forsyningskæde og logistik set-up kan understøtte salget og integrere forskellige salgskanaler - At analysere virksomhedens økonomiske situation, herunder produkt- og kundemiks samt økonomiske kundelivscyklus analyser <p>Virksomhedspræsentation</p> <p>En specifik casevirksomhed og opgave (eksamen) danner baggrund for tema 2. deleksamen.</p> <p>2. deleksamen omfatter 15,5 ECTS-point.</p> |
| Milestones | <p>18-20 standardsider plus én side" executive summary". De 18-20 sider omfatter "Main section" and "Conclusion" i henhold til figur 4, side 10 in 'Guidelines for preparing project reports'.</p> <p>Husk, at den indledende projektbeskrivelse placeres i bilag 1.</p> <p>Rapporten skal afleveres som en PDF-fil, og skal indeholde gruppenummer og navne.</p> <p>Bedømmelsen baseres på disse milepæle:</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Milepæl 1: Før milepæl 1 deles projektbeskrivelsen med peer-gruppen, som på milepælen giver gruppen feedback og forslag til, hvad der kan forbedres.</p> <p>Efter milepælen justerer gruppen projektbeskrivelsen på baggrund af feedback, inden milepæl 2.</p> <p>Milepæl 2: Før milepæl 2 deles projektbeskrivelsen med den tilknyttede underviser, som på milepælen giver gruppen feedback og forslag til, hvad der kan forbedres.</p> <p>Efter milepælen justerer gruppen projektbeskrivelsen på baggrund af feedback, inden milepæl 3.</p> <p>Milepæl 3: Gruppen præsenterer de modeller og teorier, som den på dette tidspunkt har valgt til at løse opgaven. Peer-gruppen giver feedback.</p> <p>Efter milepælen justerer gruppen modeller og teorier på baggrund af feedback, inden milepæl 4.</p> <p>Milepæl 4: Gruppen giver en mundtlig præsentation af sine analyser og fund indtil nu for at få feedback til, hvad den kan forbedre i det videre forløb. Peer-gruppen giver feedback.</p> <p>Efter milepælen justerer gruppen til på baggrund af feedback, inden milepæl 5.</p> <p>Milepæl 5: Gruppen giver en mundtlig præsentation af sine analyser og fund indtil nu for at få feedback til, hvad den kan forbedre i det videre forløb. Den tilknyttede underviser giver feedback.</p> <p>Efter milepælen justerer gruppen til på baggrund af feedback, inden milepæl 6.</p> <p>Milepæl 6: Gruppen deler en 3 siders tekst (standardsider) med peer-gruppen. Teksten er en midtvejsrapport, der redegør for hvad gruppen har arbejdet på indtil nu. Rapporten er eksklusiv forside, titel side, indholdsfortegnelse, litteraturliste og appendix. Gruppen får skriftlig feedback om formaliteter (brug skabelonen).</p> <p>Efter feedback sikrer gruppen, at alle formaliteter indarbejdes i den endelige rapport inden milepæl 7.</p> <p>Milepæl 7: Den endelige rapport uploades i WiseFlow. Evalueringen af rapporten baseres på:</p> <ul style="list-style-type: none">• De studerendes evne til at analysere virksomheden og kunderne• De studerendes evne til at bruge relevante modeller, teorier og metoder i deres analyse• De studerendes evne til at komme op med velbegrundede og dokumenterede anbefalinger• Et klart og meningsfuldt executive summary |
|--|--|

| | |
|---------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • At rapporten følger afsnit 5 i 'Retningslinjer for udarbejdelse af projektrapporter' <p>Den endelige rapport vurderes både af den tilknyttede underviser og en ekstern censor.</p> |
| Formaliteter | Rapporten skal følge retningslinjerne i " <i>Guidelines for Preparing Project Reports</i> " – med særligt fokus på afsnit 5. |
| Organisering af arbejdet | De studerende inddeler sig selv i grupper af 5-6 studerende. |
| Bedømmelse | <p>2. deleksamen er en af de officielle eksamener i studieordningen, hvilket betyder, at den endelige karakter vil fremstå på eksamensbeviset.</p> <p>2. deleksamen omfatter fagområderne MSA, BEC & MOL.</p> <p>Karakterer på tema 2. deleksamen afgives ud fra 7-skalaen og vægter 52% af den samlede karakter på 1/5. semester.</p> <p>Studerende, der ikke deltager i en obligatorisk milepæl (hvilken som helst) eller ikke får karakteren 02 som minimum, vil ikke bestå eksamen og indstilles til reeksamen.</p> <p>Det er obligatorisk at møde personligt op på til virksomhedspræsentation, samt til alle milepæle.</p> |

13.3 3. deleksamen

| | |
|----------------------|--|
| 3. deleksamen | Virksomhedens strategiske grundlag & Kunden som udgangspunkt |
| Formål | <p>3. deleksamen afslutter tema 1 og 2 på 1./5. semester.</p> <p>Eksamen omfatter relevante modeller, teorier og analyser fra Jura og Videnskabsteori (BUL & PHS).</p> <p>Fokus i 3. deleksamen er på juridiske og videnskabsmæssige problemstillinger, der er omfattet af tema 1, Virksomhedens strategiske grundlag og tema 2, Kunden som udgangspunkt.</p> |
| Eksamen | <p>3. deleksamen er en af de officielle eksamener i studieordningen, hvilket betyder, at den endelige karakter vil fremstå på eksamensbeviset.</p> <p>3. deleksamen er mundtlig og har en varighed på 15 minutter.</p> <p>Der er ingen forberedelse og der må ikke anvendes hjælpemidler.</p> <p>Karakterer på 3. deleksamen afgives ud fra 7-skalaen og vægter 26% af den samlede karakter på 1/5. semester.</p> <p>Studerende, der ikke deltager i eksamen eller ikke får karakteren 02 som minimum, vil ikke bestå eksamen og indstilles til reeksamen.</p> |

14 Anvendte lærings- og arbejdsformer

14.1 Målorienteret læring

Uddannelsen består af tre semestre, som kombineret giver den studerende de kompetencer, der er udspecificerede i afsnit 3.

Hvert semester er en komplet selvstændig undervisningsperiode med egen vurdering. Det er derfor muligt for en studerende at erstatte et semester med et dokumenteret ækvivalent forløb og bedømmelse fra en anden dansk eller udenlandsk uddannelsesinstitution.

Uddannelseselementerne har til formål at give den studerende faglige og metodiske kompetencer, så han/hun er i stand til – på en velfunderet baggrund – at tage fat på komplekse problemer i praksis inden for faget.

Desuden lærer de studerende gennem hele uddannelsen at identificere og afdække egne læringsbehov samtidig med, at de sætter sig selv i en situation, hvor de skal indgå i personlige og komplekse tværkulturelle relationer samtidig med, at de er fleksible, kommercielt stærke og målrettede – både i relationer til kunder og handelspartnere og ledere – i og uden for Danmark.

Det obligatoriske uddannelsestema reflekterer fagets kernefunktioner i praksis. De studerende kan desuden i studiegrupper definere et relevant emne i relation til faget og fordybe sig i dets faglige emner under arbejdet med valgfrit tema.

Formålet med virksomhedspraktikken er at give den studerende mulighed for i praksis at bruge de første to semestres uddannelsesudbytte på fagets problemer på fagområdet. Praktikken vil derfor finde sted i en virksomhed og i et job relevant for faget.

Det færdiggjorte bachelorprojekt laves i samarbejde med en virksomhed, og de studerende dokumenterer i praksis deres samlede udbytte fra uddannelsen til løsning af en defineret problem relevant for faget.

Valgfagsemnerne sammen med virksomhedspraktikken og BA-projektet giver den studerende mulighed for at individualisere sin komplette kompetenceprofil.

14.2 Praksisnær læring

Gennem deltagelse i forsknings- og udviklingsarbejde samtidig med engagement i forretnings- og vidensnetværk med kunder og forskningsinstitutioner giver forelæsningserne indblik i og viden om de seneste tendenser i erhvervslivet. Disse erfaringer bliver systematisk inddraget i uddannelsen.

Gennem obligatoriske opgaver, virksomhedspraktikken og BA-projektet får den studerende kontakt til praksis samt mulighed for at kombinere teori og praksis.

14.3 Undervisningsmetoder og -struktur

Undervisningen i uddannelsens to første semestre er bygget op omkring kerneområderne Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel), Kunden som udgangspunkt, Branche og konkurrenter, Virksomhedens salgsledelse og -afdeling sammen med de valgfrie emner.

Den akademiske tilgang til de obligatoriske emner trækker på fagets traditionelle fagområder og styrer læringsprocessen.

Derigennem sikres en holistisk og tværfaglig adgang til komplekse praktiske problemer, hvilket karakteriserer faget. Uddannelsen er derfor tilrettelagt med disse problemer som udgangspunkt og vil i vid udstrækning bygge på empiriske metoder, cases og best practice fra de virksomheder, som uddannelsen arbejder sammen med.

Undervisernes praktiske erhvervs erfaring og adgang til netværk med vidensdeling i både praktiske og forskningsmæssige miljøer inden for fagets fagområde er af stor vigtighed.

Uddannelsen gennemføres ved at anvende forelæsninger, klasseundervisning, praktiske øvelser, præsentationer, cases, seminarer og projekter sammen med en periode i erhvervslivet.

Gennem uddannelsen vil den nyeste viden og resultater fra national og international forskning, forsøg og udviklingsarbejde fra fagområder tilknyttet faget blive brugt.

IT bruges som et værktøj, undervisningsmetode og til informationsindsamling.

15 Merit

15.1 Overførsel af merit

I nogle tilfælde kan VIA University College være i stand til at overføre merit for uddannelseselementer eller dele heraf færdiggjort på andre uddannelsesinstitutioner forudsat, at de pågældende elementer svarer til elementer indeholdt i denne studieordning.

VIA University College baserer beslutningen om en mulig meritoverførsel på en bedømmelse af elementernes indhold, niveau etc.

Et uddannelseselement der kan overføres fra et udlandsophold, kan betragtes som værende vellykket gennemført, hvis den studerende har bestået elementet i overensstemmelse med de gældende regler og regulativer på den uddannelsesinstitution, hvor elementet er taget. Studerende er forpligtede til at underrette VIA University College om ethvert tidligere bestået uddannelseselement på et højere uddannelsesmæssigt niveau fra både danske og udenlandske videregående uddannelsesinstitutioner, der formodes at kunne overføres. VIA University College behandler alle ansøgninger om meritoverførsel efter disse regler.

Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trinsskalaen på den institution, hvor eksamen er afholdt, og er ækvivalent til et komplet kerneområde i nuværende studieordning, bliver karakteren overført. I alle andre tilfælde er karakteren markeret med "Bestået".

VIA University College er i stand til at godkende uddannelseselementer fra andre danske eller udenlandske videregående uddannelser, der er bestået som erstatning for uddannelseselementer, som er indeholdt som en del af denne studieordning. Uddannelseselementet betragtes som godkendt, hvis det er bestået i overensstemmelse med regler fra pågældende uddannelse. Karakteren er overført som "Bestået".

15.2 Udvekslingsstuderende

VIA University College kan godkende udvekslingsstuderende fra andre videregående uddannelser til at deltage på dele af uddannelsesprogrammet og opnå eksamen i henhold til gældende regler. En forudsætning er, at der foreligger en godkendt læringsaftale fra den studerendes hjemuniversitet.

16 Deltagelsespligt

Deltagelse er obligatorisk ved alle obligatoriske opgaver og projekter (OO) og ved alle eksamener. Se også "Retningslinjer for aflevering af obligatoriske opgaver" i bilag A i denne studieordning.

De specifikke datoer for obligatorisk deltagelse er meddelt i semesterplanen og eksamensplanen, som vil være tilgængelig på Studienet.

17 Dispensationsregler

I særlige tilfælde kan VIA University College dispensere fra reglerne i studieordningen. Ansøgning om dispensation skal være skriftlig og begrundet. Ansøgningen skal sendes til afdelingslederen, hvis beslutning i sagen er endelig og således ikke kan ankes.

18 Forstyrrende adfærd og eksamenssnyd

Det betragtes som snyd, hvis en studerende ved en eksamen:

- skaffer eller modtager uretmæssig hjælp
- gør brug af hjælpemidler ud over de tilladte¹.

Når skriftlige eksamener indsendes, skal den studerende med sin underskrift bekræfte, at opgaven er lavet uden uretmæssig hjælp². Underskriften må være digital.

Brug af internettet under en skriftlig eksamen er ikke tilladt. Undtaget herfra er WiseFlow.

18.1 Plagiering

Plagiering betragtes som snyd, hvis det findes i en indsendt opgave, og det anvendes i følgende situationer:

- et skriftligt produkt der er eller har været indsendt til bedømmelse, fx et bachelorprojekt eller en ugentlig aflevering
- et skriftligt produkt der skal være eller har været del af bedømmelsen ved en mundtlig eksamen – fx en opgave, der fungerer som en forudsætning for at tilmelde sig og deltage i en mundtlig eksamen
- et skriftligt produkt der afleveres som en forudsætning for at tilmelde sig og deltage i en eksamen.

Hvornår betragtes det som plagiering?

Det betragtes som plagiering, når en studerende forsøger at give indtryk af at være ophavsmanden bag en ide, en tekst, et layout etc. i en skriftlig opgave, når ophavsmanden er en anden person. Det bliver specielt betragtes som plagiering, hvis en opgave helt eller delvist forekommer at være lavet af de/de studerende, selv om opgaven:

- indeholder identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller arbejde, når de gengivne dele ikke er sat i citationstegn, skrevet i kursiv, indrykket eller på en anden tydelig måde angiver kildehenvisninger, herunder sidenumre eller lignende (afskrift/kopiering), jævnfør uddannelsens retningslinjer til forberedelse af skriftlige opgaver refereres til dette som redaktionelle retningslinjer

¹ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

² Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

- indeholder væsentlige passager med et ordvalg, der er så tæt på et andet trykt medium, at når de sammenlignes, er det tydeligt, at passagerne ikke kunne være skrevet af den studerende uden brug af det andet trykte medium (at parafrasere etc.)
- indeholder brug af andres ord eller ideer uden at henvise til eller godskrive ophavsmanden (anden slags plagiering)
- genbruger tekst og/eller centrale ideer fra ens eget arbejde, der tidligere har været bedømt eller udgivet uden at tage ovennævnte pointer i betragtning.

18.2 Særligt om forstyrrende adfærd ved prøver og eksamener

Uddannelsesinstitutionen har bemyndigelse til at fjerne en studerende fra en prøve eller eksamen, hvis den studerende udviser forstyrrende adfærd, fx hvis den studerende er højroestet eller på anden måde ikke overholder institutionens adfærdskodeks ved eksamen. I mindre alvorlige tilfælde vil uddannelsesinstitutionen først give en advarsel³. Eksamensvagterne vil rapportere hændelsen til uddannelseslederen.

Rapportering må ske straks og uden unødvendig forsinkelse. En skriftlig præsentation af sagen med information, der kan identificere den indberettede studerende og med en kort forklaring og eksisterende dokumentation for hændelsen må vedhæftes rapporteringen. Hvis hændelsen er en gentagen forseelse for en eller flere af de rapporterede personer, må dette oplyses. Læs afsnittet om sanktioner for at finde information om sanktioner for forstyrrende adfærd.

18.3 Procedurer og sanktioner ved eksamenssnyd og forstyrrende adfærd

Procedurer

Hvem er forpligtet til at rapportere? Alle⁴, som har en mistanke om snyd, er forpligtet til at følge op på mistanken – og hvis formodningen er opretholdt – at rapportere det til uddannelseslederen.

Indrapportering

Hvis mistanken om eksamenssnyd er forstærket, må intern og/eller ekstern eksaminator skriftligt rapportere hændelsen til den pågældende uddannelsesleder⁵. Samtidig vil den interne og/eller eksterne eksaminator informere den studerende om, at hændelsen er rapporteret til uddannelseslederen. Hvis bedømmelse ikke er foretaget på tidspunktet for rapporteringen, vil skolerapporten indeholde en note med "Ikke afleveret", og en bedømmelse vil ikke finde sted.

Uddannelseslederen

Når uddannelseslederen modtager en rapport om eksamenssnyd, må han/hun beslutte sig for at afvise sagen eller gå videre med den

Hvis uddannelseslederen beslutter sig for at gå videre med sagen, er han/hun ansvarlig for at indsamle den dokumentation, der måtte mangle, og også invitere den studerende til et møde, hvor den studerende har mulighed for at relatere sig til rapporten.

Den studerende skal modtage en kopi af rapporten sammen med invitationen, som må indeholde information om, at mødet handler om formodet eksamenssnyd, og at den studerende gerne må tage en

³ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

⁴ Alle inkluderer i dette tilfælde studieadministrationen, eksamensvagter, eksaminatorer, andre undervisere, ledelse, biblioteksansatte, censor og medstuderende

⁵ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

besidder med til mødet. Bisidderen kan vejlede den studerende under mødet, men kan ikke deltage i samtalen. Hvis det ikke er muligt at organisere et møde, kan skriftlig kommunikation bruges.

Hvis uddannelseschefen afviser sagen, vil bedømmelse finde sted på sædvanlig vis, hvis den ikke allerede har fundet sted.

Sanktioner

På baggrund af rapporten og mødet vil uddannelseschefen beslutte, om det er et tilfælde af eksamenssnyd og også bestemme den sanktion eller straf, der skal anvendes over for den studerende.

Uddannelseslederen kan kun bestemme en sanktion eller straf, hvis episoden efter hans/hendes mening uden tvivl handler om eksamenssnyd.

Episoden rapporteres til direktøren for VIA Erhverv i Horsens, hvis – og kun hvis – hændelsen er så alvorlig, at den burde lede til suspension eller bortvisning fra uddannelsesinstitutionen. I alle andre tilfælde er det uddannelseslederen, der træffer beslutningerne.

Den studerende bliver skriftligt informeret om den endelige beslutning. Den person, der rapporterede hændelsen, samt studievejlederen vil modtage en kopi – og en kopi bliver lagt i den studerendes studiemappe.

Typen på straf

Forudsat at eksamenssnyd er bevist, vil en af følgende straffe blive anvendt:

- Skriftlig eller mundtlig advarsel for at bryde reglerne
- Midlertidig bortvisning fra skriftlig eksamen på uddannelsesinstitutionens lokaliteter, hvis der er sket en overtrædelse af eksamensregulativerne⁶. Er dette tilfældet, vil den studerende blive registreret som fraværende fra den specifikke eksamen
- Annullering af den skriftlige opgave. Annulleringen omfatter den skriftlige opgave, hvor snyderiet er observeret. Annulleringen kan ske, selv om bedømmelse er foretaget. Det bliver noteret, at den studerende har brugt et eksamensforsøg.
- Bortvisning eller suspendering fra uddannelsen. Gentagne tilfælde af fremskaffelse eller modtagelse af uretmæssig hjælp eller ved brug af ikke tilladte hjælpemidler vil resultere i en permanent bortvisning fra uddannelsen⁷.

Hvis hændelsen er et tilfælde af alvorlig eller gentagen eksamenssnyd, vil den studerende blive bortvist eller suspenderet fra uddannelsesinstitutionen⁸. Bortvisning betyder, at den studerende er ekskluderet fra at deltage i alle aktiviteter på VIA University College inklusiv al deltagelse i klasser og eksamener. Suspendering betyder, at den studerende er ekskluderet fra at deltage i alle aktiviteter på VIA University College inklusiv al deltagelse i klasser og eksamener i suspenderingsperioden.

I tilfælde af suspension bliver den studerende registreret som værende på orlov i pågældende tidsrum. Efter suspensionsperioden får den studerende automatisk adgang på ny som studerende på VIA University College på den pågældende uddannelse. Bortset fra ovennævnte straffe kan hændelsen blive rapporteret til politiet, hvis det handler om civilret.

19 Klage over eksamen

En eksamensklage kan omhandle:

⁶ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

⁷ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

⁸ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

- Klage over prøvegrundlaget: eksamensspørgsmål, opgaver i relation til uddannelsens mål og forudsætninger
- Eksamensproceduren
- Evaluering/resultat af eksamen.

Klagen skal være skriftlig og begrundet og fremsendes inden to uger efter, at den studerende er gjort bekendt med eksamensresultatet⁹.

Klagen skal sendes til uddannelseslederen, som vil håndtere og evaluere den. Den studerende har ret til at modtage en kopi af den stillede opgave og en kopi af sin indsendte besvarelse i tilfælde af skriftlig eksamen¹⁰. Uddannelseslederen præsenterer normalt klagen for de oprindelige bedømmere: intern og ekstern eksaminator. Eksaminatorerne har en frist på to uger til at fremsende deres svar på den studerendes spørgsmål i klagen. Den studerende får lejlighed til at kommentere på de faglige meninger med en frist på en uge.

Uddannelseslederen træffer afgørelse i sagen baseret på kommentarer og meninger. Afgørelsen skal være skriftligt og begrundet og kan have et af følgende resultater:

- Ombedømmelse (gælder kun skriftlige eksamener)
- Reeksamen eller
- Klagen afvises.

Uddannelsesleder kan kun afvise en klage i de tilfælde, hvor bedømmerne er enige.¹¹

Den studerende må informeres, så snart en beslutning er truffet. Hvis resultatet er reeksamination eller en ombedømmelse, skal den studerende informeres om det faktum, at resultatet kan ende med en lavere karakter¹².

Reeksamen eller ombedømmelse

Et tilbud om reeksamen eller ombedømmelse skal accepteres senest to uger efter, at den studerende er informeret om afgørelsen. En accept af dette kan ikke trækkes tilbage. Reeksamen eller ombedømmelse skal ikke foretages, hvis deadline ikke er overholdt.

Reeksamen eller ombedømmelse skal finde sted hurtigst muligt. Hvis der er 10 eller færre studerende tilmeldt reeksamen kan International Handel og Markedsføringsuddannelsen vælge at ændre en skriftlig eksamen til en mundtlig eksamen. Hvis eksamensbevis er udstedt, må institutionen tage beviset tilbage, indtil reeksamen/ombedømmelse har fundet sted og må derpå udstede et nyt eksamensbevis¹³.

Ved reeksamination og ombedømmelse skal nye eksaminatorer udpeges.

Særligt omkring ombedømmelse

I tilfælde af ombedømmelse må eksaminatorerne have alle filer tilsendt: Eksamensspørgsmål eller opgave, eksamensbesvarelse, klage, de oprindelige eksaminatorers bedømmelse, den studerendes kommentarer samt afgørelsen fra institutionen eller ministeriet. Eksaminatorerne vil informere uddannelsesinstitutionen

⁹ To uger = 14 kalenderdage

¹⁰ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹¹ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹² Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹³ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

om ombedømmelsens resultat og aflevere en skriftlig evaluering af bedømmelsen. Uddannelsesinstitutionen informerer den studerende om ombedømmelsen og evalueringen heraf.

Eksamensspørgsmål formuleret af ministeriet

Uddannelsesinstitutionen vil øjeblikkelig fremsende dets egen evaluering samt klager over eksamensspørgsmål formuleret af Uddannelses- og Forskningsministeriet til førnævnte ministerium.

Anker

Hvis den studerende er uenig i afgørelsen, har han/hun muligheden for at anke afgørelsen senest to uger efter at være informeret om afgørelsen. Anken skal være skriftlig og begrundet og sendt til uddannelseslederen, som vil nedsætte et ankenævn.

Særligt omkring ankenævn¹⁴

Uddannelseslederen vil nedsætte et ankenævn hurtigst muligt efter modtagelsen af anken. Permanente ankenævne kan udpeges. VIA University College vil afholde omkostningerne til ankenævnet. Nævnet består af to eksterne eksaminatorer, en relevant underviser og en studerende.

Om udvælgelsen

- Formanden for korpset af eksterne eksaminatorer vil udpege de to eksterne eksaminatorer og erklære en af dem som formand for nævnet. Formanden kan udpege sig selv som ekstern eksaminator eller som formand for nævnet.
- VIA University College vil udpege den eksamenskvalificerede underviser og den studerende.

Ankenævnet er omfattet af Forvaltningsloven, herunder interessekonflikter og fortrolighed.

Alle medlemmer af nævnet må deltage i nævnets diskussioner og modtage alle dokumenter, for at nævnet er beslutningsdygtigt. Diskussionen kan være skriftlig og digital, hvis der er enighed om en skriftlig proces blandt nævnets medlemmer. Hvis nævnet ikke kan opnå enighed, vil diskussionen slutte på et møde, hvor alle medlemmer må være til stede. Hvis diskussionen ender med en afstemning, og stillingen er uafgjort, er formandens stemme den udslagsgivende. Hvis nævnet under processen bliver klar over fejl i forbindelse med en eksamen, skal VIA University College underrettes herom, og VIA University College vil afgøre, hvordan fejlen skal rettes i overensstemmelse med Eksamensbekendtgørelsens afsnit 9¹⁵.

Ankenævnets beslutning

Det materiale, der dannede grundlag for den oprindelige beslutning, er grundlaget for den nye beslutning truffet af bestyrelsen¹⁶. Bestyrelsens afgørelse skal være skriftlig og begrundet og kan resultere i følgende:

- Ombedømmelse (anvendes kun ved skriftlige eksamener)
- Reeksamination eller
- Klagen afvises.

Ankenævnet skal hurtigst muligt informere uddannelseslederen om beslutningen. I tilfælde af vintereksamen senest to måneder efter og i tilfælde af sommereksamen senest tre måneder efter, at uddannelseslederen er informeret.

VIA University College må informere den studerende hurtigst muligt, hvis ankeprocessen ikke bliver færdig til deadline. Informationen skal være skriftlig og begrundet og indeholde information om en forventet dato for færdiggørelse af ankeprocessen. Uddannelseslederen skal hurtigst muligt informere den studerende, og eksaminatorerne vil modtage en kopi af afgørelsen, når en sådan foreligger. Hvis afgørelsen indeholder

¹⁴ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹⁵ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹⁵ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

¹⁶ Jævnfør Bekendtgørelse nr. 1500 af 02/12/2016 (Eksamensbekendtgørelsen)

reksamination eller ombedømmelse, skal den studerende gøres opmærksom på, at det kan resultere i en lavere karakter.

Reksamens og ombedømmelse vil finde sted som beskrevet tidligere i afsnittet "Reksamination om ombedømmelse".

Ankenævnets faglige afgørelse kan ikke ankes yderligere.

Klageproceduren er udfærdiget i overensstemmelse med Bekendtgørelse nr. 1500/2016 om eksamener på højere erhvervsuddannelser.

Klager over afgørelser fra VIA University College eller ankenævnet

Anker over juridiske spørgsmål i afgørelser taget af bedømmerne i overensstemmelse med § 44 stk. 3 og ankenævnet i overensstemmelse med § 48 stk. 1 skal sendes til VIA University College. Deadline for fremsendelse af en anke er to uger fra den dag, hvor afgørelsen er meddelt den klagende part i overensstemmelse med § 50 i Eksamensbekendtgørelsen¹⁷,

Klager over Juridiske spørgsmål i afgørelser taget af VIA University College i overensstemmelse med Eksamensbekendtgørelsen skal sendes til Uddannelses- og Forskningsministeriet. Klagen sendes til VIA University College, som udarbejder en erklæring, som den studerende skal have mulighed at kommentere på inden for en periode på en uge. VIA University College fremsender klagen, erklæringen og eventuelle kommentarer til ministeriet. Deadline for at sende en klage til VIA University College er to uger fra den dag, hvor afgørelsen meddeles den klagende part.