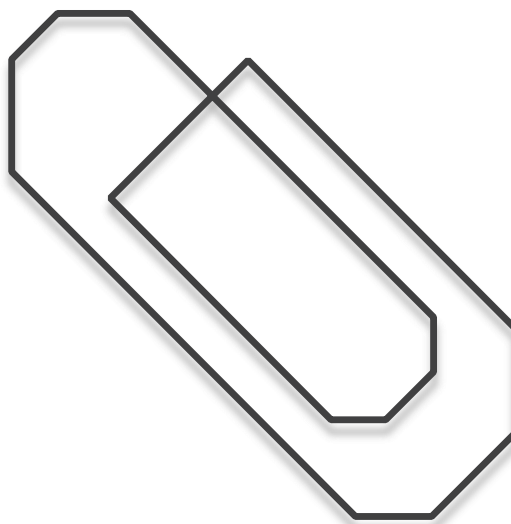
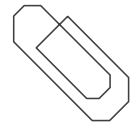


**STUDIEORDNING 2014-2016**

**MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN**

VIA University College

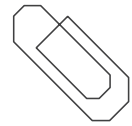




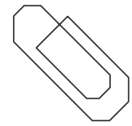
## Indholdsfortegnelse

### Fælles del

1. Uddannelsen.....	4
1.1. Formål .....	4
1.2. Omfang.....	4
1.3. Mål for læringsudbytte.....	4
1.4. Titulatur.....	5
2. Uddannelsens indhold og struktur.....	6
2.1 Uddannelsens opbygning .....	6
2.2 Kerneområder.....	6
2.2.1 International markedsføring og salg .....	6
2.2.2 Økonomi.....	7
2.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse .....	8
2.2.4 Erhvervsret .....	9
2.3 Obligatoriske uddannelseselementer .....	10
3. Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer.....	11
3.1 International markedsføring og salg .....	11
3.2 Økonomi.....	14
3.3 Kommunikation, organisation og ledelse.....	17
3.4 Erhvervsret .....	20
3.5 Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele. ....	23
4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen .....	23
4.1 Statistik.....	23
4.2 Driftsøkonomi .....	24
5. Praktik og afsluttende eksamensprojekt.....	25
5.1 Praktik .....	25
5.2 Krav til det afsluttende projekt.....	26
6. Eksaminer.....	28
6.1 Oversigt over eksaminer .....	31
6.2 Obligatoriske prøver og eksaminer .....	33
6.2.1 Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (1. eksterne eksamen) .....	33
6.2.2 3.semester eksamen (2. interne prøve) Eksamen i strategiimplementering.....	34
6.2.3 Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen) .....	35
6.2.4 Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen) .....	35
6.3 Eksamen i valgfri uddannelseselementer .....	36
6.3.1 Eksamen i valgfag (1. interne eksamen): Statistik .....	36
6.3.2 Eksamen i valgfag (3. interne eksamen): Driftsøkonomi .....	37
7. Indstilling til eksamen.....	37

**Institutionsdel**

8. Studiestartsprøve.....	38
9. Valgfri Uddannelseselementer.....	38
9.1. Valgfag.....	39
10. Regler for praktikkens gennemførelse.....	39
10.1 Afprøvningsform.....	39
10.2 Evalueringskrav.....	39
10.3 Ansvarlig for studieophold på uddannelsesinstitutionen.....	39
11. Internationalisering.....	39
12. Krav til skriftlige opgaver og projekter.....	40
12.1 Bundne forudsætninger.....	40
12.1.1 Første semester.....	40
12.1.2 Andet semester.....	40
12.1.3 Tredje semester.....	41
12.2 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS).....	41
13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer.....	42
14. Regler om merit, orlov, dispensation fra studieordningen og klager.....	42
14.1 Eksamensforsøg.....	42
14.2 Reksamener.....	42
14.3 Afholdelser af eksamener i udlandet.....	42
14.4. Meritoverførsel.....	43
14.5 Meritstuderende.....	43
14.6 Orlovsbestemmelser.....	43
14.7 Dispensation fra studieordningen.....	44
14.8 Klager.....	44
15. Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen.....	44
16. Klager i forhold til eksamen.....	49
17. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen.....	52
18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.....	53
19. Ikrafttrædelsesbestemmelser.....	53
20. Henvisninger til gældende retsregler.....	53



# Fælles del

## 1. Uddannelsen

### 1.1. Formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Markedsføringsøkonomen skal kunne kombinere viden om økonomiske, juridiske, organisatoriske, kulturelle, samfundsmæssige og teknologiske forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.

Endvidere skal den uddannede kunne indgå i samarbejds-mæssige sammenhænge med mennesker med forskellig uddannelsesmæssig, sproglig og kulturel baggrund.

### 1.2. Omfang

Uddannelsen er normeret til 2 studenterårsværk eller 120 ECTS. Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold, praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i eksaminer. Uddannelsen er en fuldtidsuddannelse og skal være afsluttet senest 4 år efter studiestart. 1. år skal være bestået senest 2 år efter studiestart.

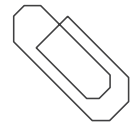
### 1.3. Mål for læringsudbytte

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå på uddannelsen, jf. bekendtgørelsen.

#### Viden

Den uddannede har viden om:

- Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering
- Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold
- Salgets gennemførelse
- Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring

**Færdigheder**

Den uddannede kan:

- Foretage en international markedsvurdering
- Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsmæssige emner
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk
- På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger
- Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold
- Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger

**Kompetencer**

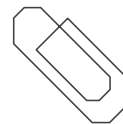
Den uddannede kan:

- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering
- Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring
- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf
- Tilegne sig færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen
- Analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt

**1.4. Titulatur**

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, opnår Erhvervsakademigraden AK og er berettiget til titlen Markedsføringsøkonom AK.

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.



## 2. Uddannelsens indhold og struktur

### 2.1 Uddannelsens opbygning

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

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

Udenlandske studerende kan gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

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

Den studerende må ikke gennemføre studieaktiviteter af et omfang på mere end de normerede 120 ECTS-point.

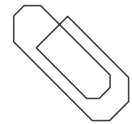
Alle uddannelseselementer, inklusiv det afsluttende projekt, evalueres og bedømmes på den måde, det fremgår som det fremgår af afsnittet om uddannelsens eksaminer. Når bedømmelsen bestået eller som minimum karakteren 02 er opnået, anses uddannelseselementet for bestået.

### 2.2 Kerneområder

Uddannelsen består af fire kerneområder, som udgøres af uddannelseselementer svarende til 95 ECTS. Kerneområderne er beskrevet nedenfor.

#### 2.2.1 International markedsføring og salg

Omfang: 30 ECTS
Indhold:



### Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik
- Markedsanalyse
- Vækststrategi
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering
- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

#### Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

- Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier
- Kunne vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau
- Kunne anvende forskellige markedsanalysemetoder og anvende statistiske færdigheder til vurdering af data

Den studerende skal opnå kompetencer til at

- Kunne forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft
- Kunne deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnære markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked
- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden

### 2.2.2 Økonomi

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

- Virksomhedsanalyse
- Mikroøkonomi
- Investering og finansiering
- Beskrivende økonomi og handelsteori
- Makroøkonomi
- Budgettering og parameteroptimering

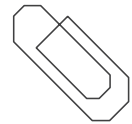
#### Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

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



### Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

### 2.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse

Omfang: 20 ECTS

Indhold:

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

Læringsmål:

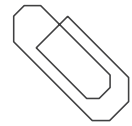
Den studerende skal have viden om

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

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM





## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

## 2.2.4 Erhvervsret

Omfang: 10 ECTS

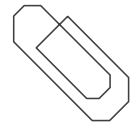
Indhold:

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret
- Pant og kaution
- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

Læringsmål:

Den studerende skal have viden om

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- De overordnede ferieregler
- Rekonstruktionsreglerne
- Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældsbrevlovens regler
- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Grundlæggende internationalt privatretlige regler
- Grundlæggende immaterialretlige regler
- Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling



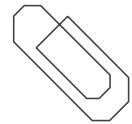
## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

<p>Den studerende skal have færdigheder i at vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstatning, herunder produktansvar</li> <li>• E-handel</li> <li>• Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold</li> <li>• Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer</li> <li>• Ansættelsesret, navnlig funktionærret</li> <li>• Tvangsfuldbyrdelse og konkurs</li> <li>• Ejendomsforbehold</li> <li>• Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom</li> </ul> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedsføring</li> <li>• Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010</li> </ul>
--

### 2.3 Obligatoriske uddannelseselementer

Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer består af studieaktiviteter svarende til 95 ECTS og udgøres af nedenstående elementer.

Kerneområde/ uddannelses- element	International markedsføring	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
Tema					
Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS  A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen  B: Grundlæggende statistik 1	5 ECTS  A: Virksomhedsanalyse B: Mikro-økonomi	10 ECTS  A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS  A: Retskilder B: Aftaleret C: Kredit-sikring D: Virksomhedens retlige forhold	
Strategiformulering	10 ECTS  A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationalisering E: Segmentering,	5 ECTS  A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS  A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	5 ECTS  A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	5 ECTS  A: Statistik B: E-business C: Business & Sustainability – Getting started D: Entrepreneurship



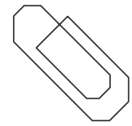
## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

	målgruppevalg og positionering				
Strategi- implementering	10 ECTS A: Markedsførings- strategi B: Salg og forhandlings- teknik	10 ECTS A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameter- optimering	5 ECTS A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisations- udvikling		5 ECTS A: Driftsøkonomi B: Market Communica- tion C: Business and Sustainability - Implementing D: Entrepreneur- ship
Praktik og afsluttende eksamensprojekt	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

### 3. Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer

#### 3.1 International markedsføring og salg

<b>Omfang:</b> 30 ECTS
<p>Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International markedsføring og salg I (10 ECTS)</li> <li>• International markedsføring og salg II (10 ECTS)</li> <li>• International markedsføring og salg III (10 ECTS)</li> </ul> <p><b>International markedsføring og salg I</b></p> <p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen</li> <li>• Grundlæggende statistik 1</li> </ul> <p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk</li> <li>• og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation</li> </ul> <p>Færdigheder</p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p>



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål og strategier
- vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer
- identificere virksomhedens stakeholders og vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd
- identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden
- formidle virksomhedens stærke og svage sider samt trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere
- benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
- udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- behandle markedsanalysedata ved brug af statistiske værktøjer

**Kompetencer**

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

**International markedsføring og salg II**

Indhold:

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

Læringsmål:

Viden

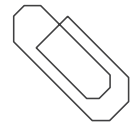
Den studerende skal have viden om og forståelse for:

- og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- forskellige vækststrategier
- internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende forskellige markedsanalysemetoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- anvende statistiske færdigheder til vurderingen af markedsanalysens validitet og reliabilitet:
  - Udarbejde test for goodness of fit
  - Udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - Håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer
- opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi
- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder

**Kompetencer**

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- vurdere statistisk bearbejdet markedsanalyse selvstændigt
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering

**International markedsføring og salg III**

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- designbriefets struktur og indhold
- og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- marketing- og salgsbudgetter
- forskellige salgsstrategier
- forskellige forhandlingsteorier og modeller
- betydningen af internationale kompetencer

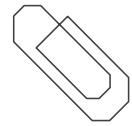
Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- arbejde i internationale teams/grupper

**Udprøvning og bedømmelse:**

- 2 prøver

### 3.2 Økonomi

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement er fordelt på tre fag:

- Økonomi I (5 ECTS)
- Økonomi II (5 ECTS)
- Økonomi III (10 ECTS)

**Økonomi I**

Indhold:

- Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. break-even analyser
- Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter
- Virksomhedsanalyse
- Markedsforhold - nytte og efterspørgsel
- Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer

Læringsmål:

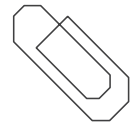
Viden

Den studerende skal have viden om:

- virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- virksomhedens omkostningsforløb, herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- virksomheders økonomiske styringsområder, herunder målsætning og opgaver
- grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra
- virksomhedens pengestrømme
- virksomheders supplerende rapporteringsformer, herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- prisdannelse på konsument- og producentmarkedet, herunder producent- og forbrugeroverskud
- pris- og indkomstelasticiteters betydning
- forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika
- analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring
- analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktierelaterede nøgletal
- formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter
- analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet

**Kompetencer**

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- vurdere, hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- påpege, hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- analysere en virksomheds økonomiske udvikling i en struktureret sammenhæng med henblik på handlemuligheder
- placere en given branche under en markedsform samt vurdere konsekvenserne heraf
- inddrage pris- og indkomstelasticiteter i den samfundsøkonomiske analyse

**Økonomi II**

Indhold:

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

**Læringsmål:****Viden**

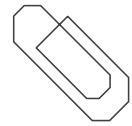
Den studerende skal have viden om:

- metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- kriterier for valg af finansieringsform
- klassiske og nyere handelsteorier
- udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

**Færdigheder**

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- sammenligne forskellige finansieringsformer
- beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

## Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

**Økonomi III**

Indhold:

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

## Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

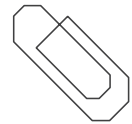
- grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- grundlæggende budgetkontrol
- arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- forskellige former for økonomisk politik
- forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager
- rente- og valutakursdannelsen
- det monetære samarbejde inden for EU
- forskellige økonomiske teoriers opfattelse af konjunktursvingninger

## Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
- udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger





#### Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- udarbejde et balancebudget
- foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

#### Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

#### Udprøvning og bedømmelse:

- 2 prøver

### 3.3 Kommunikation, organisation og ledelse

**Omfang:** 20 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af tre fag:

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

#### Kommunikation, organisation og ledelse I

Indhold:

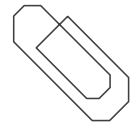
- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige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

Læringsmål:

Viden

Den studerende skal have viden om:

- begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- kommunikationsmodeller og -teorier
- forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer inden for Supply Chain Management
- interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- mødestrategier
- grundreglerne inden for problemorienteret projektarbejde

## Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

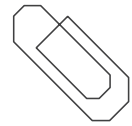
- analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer inden for organisationsformer, ledelse og motivation
- forstå sin egen rolle i forhold til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

## Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

**Kommunikation, organisation og ledelse II**



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

## Indhold:

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

## Læringsmål:

## Viden

Den studerende skal have viden om:

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

## Færdigheder

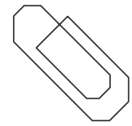
Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

## Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

- opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

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

**Kommunikation, organisation og ledelse III**

## Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

## Læringsmål:

## Viden

Den studerende skal have viden om:

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

## Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

- anvende relevante IT-værktøjer til projektledelse
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- etablere kontakt til relevante samarbejdsparter i forskellige projekter
- inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

## Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

**Udprøvning og bedømmelse:**

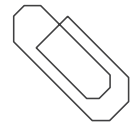
- 2 prøver

### 3.4 Erhvervsret

**Omfang:** 10 ECTS

Det obligatoriske uddannelseselement består af to fag:

- Erhvervsret I (5 ECTS)



- Erhvervsret II (5 ECTS)

### Erhvervsret I

#### Indhold:

- Retskilder samt domstolssystemet
- Aftaleret, herunder
  - Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler
  - Fuldmagt
  - Ugyldighed
  - Forbrugeraftaler
- Virksomhedens retlige forhold, herunder
  - Virksomhedsformer
  - Ansættelsesret, herunder ferie
  - Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud
- Kreditsikring, herunder
  - Kaution
  - Ejendomsforbehold
  - Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom

#### Læringsmål:

##### Viden

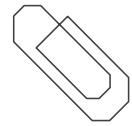
Den studerende skal have viden om:

- retskilderne
- domstolssystemet
- konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- ugyldighed og fortrydelsesret
- ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- tvangsakkord og frivillig akkord
- kaution
- pant i løsøre, herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældslovens regler om sikringsakter

##### Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - aftaleret, herunder
    - aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
    - fuldmagtsforhold
  - hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
  - ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
  - individuel- og universalforfølgning, herunder
    - transgbeneficiet
    - konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
  - prioritetsordenen
  - sikringsakter
  - gyldighedsvirkningen
  - ejendomsbestanddele og tilbehørspant

**Erhvervsret II**

## Indhold:

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

## Læringsmål:

## Viden

## Den studerende skal have viden om:

- det i retspraksis udviklede produktansvar
- lovvalg og værneting i internationale konflikter
- konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

## Færdigheder

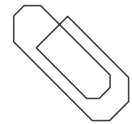
## Den studerende skal have færdigheder i at:

- vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til
  - erstatning, herunder:
    - erstatningsbetingelserne
    - arbejdsgiveransvar
    - produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- e-handel

## Kompetencer

## Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af
  - markedsføring
  - danske og internationale salg, herunder
    - risikoovergang
    - levering



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

<ul style="list-style-type: none"> <li>• misligholdelse</li> <li>• misligholdelse i danske forbrugerkøb</li> <li>• Incoterms 2010</li> </ul>
<b>Udprøvning og bedømmelse:</b> - 1 prøve

### 3.5 Skematisk fremstilling af sammenhæng mellem prøver og uddannelsens bestanddele.

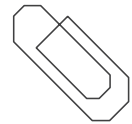
Prøvens navn	Kerneområde /uddannelseselement	Anføres på eksamensbevis
1. eksterne (Virksomhedens strategiske situation og strategiformulering)	International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret	X
1. interne (Prøve i valgfrit uddannelseselement 1)	Valgfrit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

## 4. Valgfrie uddannelseselementer: Valgfag fastlagt af bekendtgørelsen

De valgfrie elementer ligger på 2. og 3. Semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje. De valgfrie uddannelseselementer består af 2 fag, der udbydes fælles på alle udbudssteder de er beskrevet nedenfor. Kursusbeskrivelser for de øvrige fag der udbydes findes på studienet under faneen "studieværktøjer".

### 4.1 Statistik

<b>Omfang:</b> 5 ECTS
Indhold: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sandsynlighedsregning</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Regressionsanalyse</li> </ul>



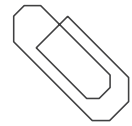
## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variansanalyse</li> </ul>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.</li> <li>• Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.</li> <li>• Skalering.</li> <li>• Regressionsanalyse</li> <li>• Variansanalyse</li> </ul> <p>Færdigheder</p> <p>Den studerende skal have færdigheder i at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.</li> <li>• Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger</li> <li>• Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable</li> </ul> <p>Kompetencer</p> <p>Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling</li> <li>• At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> <li>• At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger</li> </ul>
<p><b>Udprøvning og bedømmelse:</b></p> <p>- 1 prøve</p>

## 4.2 Driftsøkonomi

<p><b>Omfang:</b> 5 ECTS</p>
<p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat</li> <li>• Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.</li> </ul>
<p>Læringsmål:</p> <p>Viden</p> <p>Den studerende skal have viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser</li> <li>• Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats</li> </ul>





## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret -omkostningssystemer (ABC-costing)
- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og — udskiftningstidspunkt ifm. investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

## Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

## Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetencer til at kunne:

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

## Udprøvning og bedømmelse:

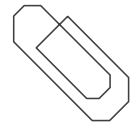
- 1 prøve

## 5. Praktik og afsluttende eksamensprojekt

### 5.1 Praktik

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

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og VIA University College sikrer rammerne om praktikforløbet.

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

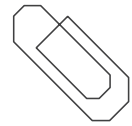
Den studerende skal inden praktikken udarbejde og aflevere en målbeskrivelse for praktikken, som tager udgangspunkt i læringsmålene nedenfor.

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

## 5.2 Krav til det afsluttende projekt

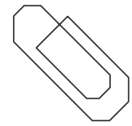
Det afsluttende projekt på markedsføringsøkonomuddannelsen skal dokumentere den studerendes forståelse af praksis og central anvendt teori og metode i relation til en praksisnær problemstilling, der tager udgangspunkt i en konkret opgave inden for uddannelsens område. Problemstillingen, der skal være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

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



Prøven består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter, at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

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



## 6. Eksaminer

Alle regler om eksamen er udarbejdet med udgangspunkt i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser BEK nr. 1519 af 16/12/2013 Gældende, (Eksamensbekendtgørelsen).

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

- Ekstern eksamen – disse er landsdækkende. Bedømmes af eksaminator samt en eller flere beskikkede censorer
- Intern eksamen i obligatoriske uddannelseselementer – disse er landsdækkende. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk.
- Intern eksamen i valgfag – disse er institutionsspecifikke. Bedømmes af en eller flere undervisere eller branchefolk

Alle prøver skal aflægges i den førstkomende eksamenstermin efter undervisningens afslutning. Den studerende er automatisk tilmeldt eksamen.

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen.

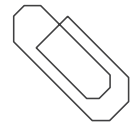
Alle eksamener skal bestås. Beståede eksamener kan ikke tages om.

### Tilmelding til eksamen

Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende prøver. Ved tilmelding bruges en prøvegang, jf. § 6, stk. 3 i Eksamensbekendtgørelsen. Dette gælder dog ikke, hvor den studerende bliver forhindret i at deltage i prøven på grund af dokumenteret sygdom og barsel.

### Sygeprøve

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en eksamen på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)eksamen snarest muligt.



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

---

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

Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et eksamensforsøg. Den studerende skal selv afholde udgiften til lægeattest.

### **Hjælpemidler til eksamen**

I forbindelse med skriftlige eksaminer, må den studerende anvende bøger og materialer udleveret i undervisningen, egne noter, supplerende materialer, intranet, internet, usb-pen el. lign. med dokumenter med mindre andet udtrykkeligt fremgår af eksamensopgaven/vejledningen.

Den studerende har ikke adgang til at medbringe eller anvende nedenstående hjælpemidler:

- Bluetooth
- Mobiltelefon
- Øvrigt datakommunikationsudstyr, der gør, at man kan kommunikere med andre

Såfremt den studerende under eksamen gør ulovlig brug af ovenstående udstyr medfører det øjeblikkelig bortvisning fra eksamen.

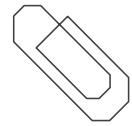
Det er ikke tilladt for studerende under eksamen at dele hjælpemidler eller låne til medstuderende.

Studerende må ikke på nogen måde kommunikere med hinanden efter prøvens start.

Forsøger studerende at sætte sig i forbindelse med en anden eksaminand eller anvende ikke tilladte hjælpemidler, vil den studerende øjeblikkeligt blive bortvist fra eksamen.

### **Det anvendte sprog ved eksamen**

Eksamen skal aflægges på forståeligt dansk/engelsk (afhængig af om det er i en engelsk eller dansk udgave af studieordningen).



### Særlige prøvevilkår

Studerende kan, hvor det er begrundet i fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, søge om tilladelse til ekstra eksaminationstid m.v. Ansøgningen skal indgives til uddannelsen senest 4 uger før eksamen afvikles. Der kan dispenseres fra ansøgningsfristen ved pludselig opståede helbredsmæssige problemer.

Ansøgningen skal ledsages af en lægeattest, udtalelse fra fx tale-, høre-, ordblinde eller blindeinstitut eller anden dokumentation for helbredsmæssige forhold eller relevant specifik funktionsnedsættelse.

### Eksamenssnyd

Hvis en studerende giver eller får uretmæssig hjælp til besvarelsen af en opgave eller benytter ikke tilladte hjælpemidler, bortvises den pågældende fra eksamen.

Under skærpende omstændigheder kan der bortvises fra uddannelsesinstitutionen.

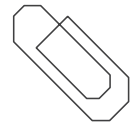
En eksaminand skal ved aflevering af en skriftlig besvarelse med sin underskrift bekræfte, at opgaven er udfærdiget uden uretmæssig hjælp.

### *Brug af egne og andres arbejde - plagiat*

Eksamenssnyd ved plagiering omfatter tilfælde, hvor en skriftlig opgave helt eller delvist fremtræder som produceret af eksaminanden eller eksaminanderne selv, selv om opgaven:

1. Omfatter identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller værker, uden at det gengivne er markeret med anførselstegn, kursivering, indrykning eller anden tydelig markering med angivelse af kilden, jf. institutionens krav til skriftlige arbejder
2. Genbruger eget allerede bedømt materiale uden iagttagelse af bestemmelserne i punkt. 1.

Når en skriftlig opgave er individuel betragtes det også som plagiat, hvis der i opgaven forekommer tekstpassager, som er udformet i fællesskab af en gruppe af studerende og fremstår enslydende i flere opgaver.



## Klage

I forbindelse med eksamen er det muligt at klage over:

1. Prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende
2. Prøveforløbet
3. Bedømmelsen
4. Retlige forhold.

Klagen skal være skriftlig og begrundet og indsendes senest 2 uger efter bedømmelsen ved den pågældende eksamen er meddelt.

## Deltagelsespligt

For at uddannelsens læringsmål/-udbytte kan nås, er der til visse studieelementer tilknyttet en deltagelsespligt, i form af fx.

- aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter og
- mødepligt i form af fysisk tilstedeværelse

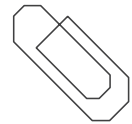
Før den studerende kan aflægge en eksamen, skal de aktiviteter på semestret som er omfattet af deltagelsespligt (obligatoriske aktiviteter) være godkendt.

Hvis deltagelsespligten ikke opfyldes og det er et forudsætningskrav for en eksamen, ligestilles den manglende opfyldelse med udeblivelse fra eksamen, og den studerende har brugt et eksamensforsøg. Indstilling til ny eksamen forudsætter opfyldelse af den oprindelige deltagelsespligt.

Det fremgår af beskrivelsen af de enkelte eksamener, om der er obligatoriske aktiviteter, som forudsætningskrav for eksamen.

## 6.1 Oversigt over eksaminer

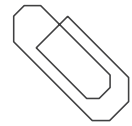
Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre.



## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
	Intern/ekstern	Fælles/institutions-specifik				
Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering – Digital eksamen – Casebaseret skriftlig eksamen (1. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles		Maj/Juni  Eller December/ Januar  Skriftlig		
Eksamen i valgfag (1. interne eksamen)				Maj/Juni Alt. December/ Januar Skr. eller mdt.		
Eksamen i strategiimplementering (2. interne eksamen)	Intern	Fælles			Dec./Jan. Alt. Maj/Juni Skr. og mdt	
Eksamen i valgfag (3. interne eksamen)	Intern	Instituti-onsspecifik			Dec./Jan. Alt. Maj/juni Skr. eller mdt.	
Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)	Intern	Fælles				Forår alt. Efterår Skr./mdt.
Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Juni alt. Januar Skriftlig og mundtlig





## 6.2 Obligatoriske prøver og eksaminer

### 6.2.1 Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering (1. eksterne eksamen)

Eksamen består af 2 deleksamener og afholdes ved udgangen af 2. semester. Eksamen består af:

- En digital eksamen i alle fagområder
- En tværfaglig casebaseret eksamen med udgangspunkt i en konkret virksomhed

Den digitale eksamen afprøver bredt læringsmål for viden og færdigheder indenfor

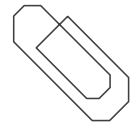
- International markedsføring og salg
- Økonomi
- Kommunikation, organisation og ledelse.
- Erhvervsret

Den tværfaglige caseeksamen er en 4 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:

- 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.



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen på baggrund af de opnåede karakterer for de 2 delprøver. Ved karakterafgivelse vægter den tværfaglige caseeksamen 2/3 og den elektroniske test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvis og påføres eksamensbeviset.

### **Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen**

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

### **6.2.2 3.semester eksamen (2. interne prøve) Eksamen i strategiimplementering**

2. interne prøve er en tværfaglig eksamen i hele 3. semesters pensum. Prøven består af en skriftlig og en mundtlig del og afholdes i slutningen af 3. semester.

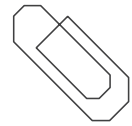
Den skriftlige del er en 48 timers *tag-hjem* opgave som løses individuelt på baggrund af et caseoplæg på engelsk. Den studerende skal i løbet af 48 timer besvare den stillede opgave. Løsningen må max. have et omfang af 24.000 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

Besvarelsen skal udarbejdes og afleveres individuelt.

På baggrund af den skriftlige del skal den studerende forberede en mundtlig forsvaret af den løsning, der er afleveret. Der gives én samlet karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset. Den skriftlige og mundtlige del tildes lige stor vægt og præstationen vurderes samlet ud fra en helhedsbedømmelse.

### **Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen**

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.



---

**6.2.3 Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)**

Den studerendes udbytte af virksomhedspraktikken vurderes ved en skriftlig intern prøve. Den studerende skal i en individuel skriftlig rapport på max. 12.000 anslag inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag dokumentere:

Eksamen evaluerer:

- 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.

Eksamen vurderes som bestået/ikke bestået på baggrund af praktikrapporten. Praktikken skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

**Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen**

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

**6.2.4 Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)**

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal som hovedregel tage udgangspunkt i praktikopholdet.

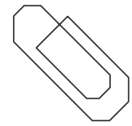
Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 personer i fællesskab.

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.

Det afsluttende projekt er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets intranet.

Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen 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. 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 4 uger før prøvens afvikling.

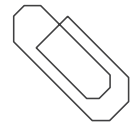
Når et gruppefremstillet produkt indgår i bedømmelsesgrundlaget ved den mundtlige eksamen, skal det fremgå, hvilke dele eksaminanden selv har udarbejdet. De dele af produktet, som eksaminanden har udarbejdet, danner grundlag for bedømmelse af den skriftlige del af præstationen.

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 afsluttende eksamensprojekt.

## **6.3 Eksamen i valgfri uddannelseselementer**

### **6.3.1 Eksamen i valgfag (1. interne eksamen): Statistik**

Eksamen i det ene valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.



Alle hjælpemidler jf. afsnit 6 er tilladt.

### **Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen**

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

### **6.3.2 Eksamen i valgfag (3. interne eksamen): Driftsøkonomi**

Eksamen i det andet valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler jfr. afsnit 6 er tilladt.

### **Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen**

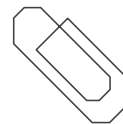
Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til denne eksamen. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

Formatet for prøver i øvrige valgfag fremgår af studieordningens institutionsdel.

## **7. Indstilling til eksamen**

Deltagelse i prøverne på studiet forudsætter, at den studerende har fået godkendt en eller flere obligatoriske opgaver/aktiviteter i de enkelte fag og projekter. De obligatoriske aktiviteter fremgår af studieordningens institutionsdel.

For at kunne indstille sig til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder fx, at for at kunne indstille sig til eksamener på 3. semester skal man have bestået alle eksamener på 2. semester. Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.



# Institutionsdel

## 8. Studiestartsprøve

15. september 2014 afholdes der en studiestartsprøve. Formålet med studiestartsprøven er at klarlægge, om den studerende kan nå sine mål med uddannelsen.

Prøven er en multiple choice prøve med spørgsmål og der må ikke anvendes hjælpemidler. Der skal opnås en korrekt svarprocent på min. 50% for at blive godkendt. Resultatet af prøven foreligger senest 22. september 2014. Prøven afholdes på Studienet med fysisk deltagelse på VIA University College.

Deltagelse i prøven er obligatorisk og prøven skal godkendes. Ved manglende deltagelse godkendes prøven ikke, og den studerende vil automatisk blive udmeldt fra studiet.

Prøven bedømmes internt med godkendt / ikke godkendt.

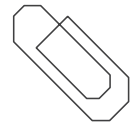
Ved deltagelse i prøven uden godkendelse opnås, bliver den studerende indkaldt til en motivationssamtale med studievejlederen. Denne samtale er at sidestille med 1 omprøve. Studievejlederen vurderer, om den studerende er egnet og motiveret til at gennemføre studiet. Vurderer studievejlederen, at den studerende ikke er egnet til og motiveret for studiet, vil den studerende automatisk blive udmeldt fra studiet. Samtalen med studievejlederen skal senest være gennemført pr. 30. september 2014.

Denne studiestartsprøve er ikke omfattet af reglerne for klager over prøver.

Der kan gives dispensation fra kravet om, at prøven skal være godkendt inden en frist, hvis dispensationen er begrundet i: sygdom, barsel eller usædvanlige forhold.

## 9. Valgfri Uddannelseselementer

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer beskrevet i afsnit 4. Herudover udbydes institutionens valgfrie uddannelseselementer. Disse gennemføres på engelsk, såfremt der ikke er tilstrækkelig med studerende til at oprette hold på dansk.



## 9.1. Valgfag

Kursusbeskrivelse for de valgfri uddannelseselementer findes på studienet under fanen "studieværktøjer".

# 10. Regler for praktikkens gennemførelse

## 10.1 Afprøvningsform

Læringsudbyttet afprøves via en skriftlig praktikrapport, som den studerende udarbejder i henholds til guidelines (findes på Studienet). Desuden udfylder virksomheden og den studerende et evalueringsskema. Ovenstående danner baggrund for at den studerendes vejleder ved intern censur bedømmer praktikopholdet bestået / ikke bestået.

## 10.2 Evalueringskrav

Rapporten skal være praksisnær og indeholde en koncentreret beskrivelse af det eller de behandlede emner og problemstillinger i praktikperioden, samt hvordan den studerende praktisk arbejdede med disse i sin praktik. Praktikken er obligatorisk og skal bestå, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

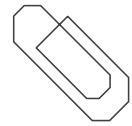
## 10.3 Ansvarlig for studieophold på uddannelsesinstitutionen

Uddannelsesinstitutionen skal udpege en praktikvejleder, som fungerer som kontaktperson til praktikvirksomheden og den studerende. Blandt praktikvejleders opgaver er at yde relevant information til virksomheden, godkende den studerendes læringsmål/kontrakt for praktikforløbet samt at bistå den studerende i tilfælde af vanskeligheder i praktikken.

# 11. Internationalisering

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er opbygget, så det er muligt for en studerende at læse et 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.



## 12. Krav til skriftlige opgaver og projekter

### 12.1 Bundne forudsætninger

En bunden forudsætning er en aktivitet, som skal gennemføres for at få adgang til eksamenerne på det pågældende semester eller for at fortsætte på det næste semester. Der eksisterer følgende bundne forudsætninger på uddannelsen.

#### 12.1.1 Første semester

For at kunne fortsætte på studiet forudsættes det, at den studerende har en mødedeltagelse på mindst 70 % i gennemsnit på tværs af alle de underviste fag. Mødedeltagelsen opgøres på månedlig basis. Såfremt den studerende i en given måned ikke opfylder kravene til mødedeltagelse, vil den studerende blive indkaldt til en personlig samtale, hvor det vurderes, hvorvidt der er omstændigheder, der tillader, at den studerende kan fortsætte sine studier på dispensation. Vurderingen foretages af studielederen.

Til den personlige samtale lægges der bl.a. vægt på følgende kriterier:

- Den studerendes overordnede deltagelsesprocent
- Den studerendes deltagelse i og/eller godkendelse af studieaktiviteter, herunder afleveringsopgaver og studenterpræsentationer
- Den studerendes faglige udbytte, bl.a. udtrykt ved tilegnelse af grundlæggende viden inden for de underviste

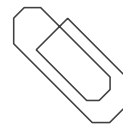
Deltagelsen registreres elektronisk i systemet Pro2kol, og registreringen indtræffer i starten af hver undervisningsgang.

- Deltagelse i minimum en standpunktssamtale med en underviser. Såfremt underviseren vurderer at det er nødvendigt skal den studerende deltage i flere samtaler.
- Bestå Projekt A
- Prøveeksamen i digital test

#### 12.1.2 Andet semester

En forudsætning for at blive indstillet til eksamen er, at den studerende er studieaktiv, herunder at den studerende opnår en månedlig mødedeltagelse på minimum 70% på tværs af de underviste fag. Opnår den studerende ikke den nævnte mødedeltagelse, bliver den studerende blive indkaldt til personlig





Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

samtale. Herefter vurderes det kvalitativt, hvorvidt den studerende er studieaktiv. Hvis dette ikke er tilfældet, vil vedkommende ikke blive indstillet til eksamen på 2. semester.

- Deltagelsen registreres elektronisk i systemet Pro2kol og underviserne registrer deltagelse ved hver undervisningsgang
- Projekt B (alle aktiviteter)
- Obligatorisk aflevering i fagene ØKO, IMS, KOL og JUR

### 12.1.3 Tredje semester

En forudsætning for at blive indstillet til eksamen er, at den studerende er studieaktiv, herunder:

- Deltagelse i UCT uge 40 + 41 + 43, aflevering- og godkendelse samt deltagelse i evaluering af den tilknyttede opgave. Skulle opgaven ikke blive godkendt, skal der afleveres en synopsis, som så kræver godkendelse for at kunne deltage i eksamen.
- Godkendelse af- og deltagelse i eksaminationen af Projekt C.

## 12.2 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende skal dokumentere evne til på et metodisk grundlag at kunne bearbejde en kompleks og praksisnær problemstilling i relation til en konkret opgave inden for forvaltningsområdet.

### Forudsætninger

For at kunne indstilles til den afsluttende projekteksamen, skal den studerende have bestået samtlige eksaminer på uddannelsens tre tidligere semestre samt praktikforløbet på 4. semester.

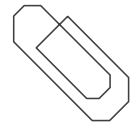
### Indhold

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal indeholde elementer fra studieopholdet.

Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Projektets problemstilling skal godkendes af skolen.

### Forløb

De enkelte skoler udarbejder en projektbeskrivelse, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår. Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af to, højst tre personer i fællesskab.



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

Skulle den studerende ikke aflevere opgaven til tiden, dumpe eksamen eller blive afvist på anden baggrund, er der brugt et eksamensforsøg og der skal afleveres en ny opgave til re-eksamen i august. Der vil være begrænset adgang til vejledning hen over sommeren, og der er en forholdsvis kort tidsfrist til at udfærdige en sådan ny opgave. Skulle den studerende ikke afleverer til tiden, dumpe eksamen eller blive afvist på anden baggrund til re-eksamen, så koster også dette et eksamensforsøg, og der skal afleveres en ny opgave, når pågældende prøve afholdes igen til december/januar, hvilket er sidste eksamensforsøg jf. eksamensbekendtgørelsen.

## 13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer, gæstelærere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

I undervisningen inddrages endvidere erfaringer fra praksis og viden fra centrale tendenser i professionen og metoder til at udvikle professionsfaget samt udføre kvalitets- og udviklingsarbejde.

## 14. Regler om merit, orlov, dispensation fra studieordningen og klager

### 14.1 Eksamensforsøg

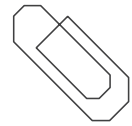
Den studerende kan 3 gange indstille sig til samme prøve, hvis den ikke er bestået. Institutionen kan efter ansøgning tillade indstilling til et 4. og 5. forsøg, hvis det findes begrundet i usædvanlige forhold.

### 14.2 Reeksamener

Jævnfør eksamensbekendtgørelsen er den studerende automatisk tilmeldt først kommende reeksamen.

### 14.3 Afholdelser af eksamener i udlandet

En studerende kan, når særlige forhold begrundet dette, få tilladelse til at aflægge en prøve i udlandet på en dansk repræsentation (ambassade, konsulat) eller uddannelsesinstitution, når vedkommende



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

repræsentation er indforstået hermed. Eventuelle omkostninger kan forlanges dækket af den studerende.

#### **14.4. Meritoverførsel**

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt fag i nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som "bestået".

#### **14.5 Meritstuderende**

Institutionen kan godkende, at studerende fra andre videregående uddannelser følger dele af uddannelsen og aflægger prøve efter gældende retningslinjer. Det er en forudsætning, at det er et godkendt led i deres egen uddannelse.

#### **14.6 Orlovsbestemmelser**

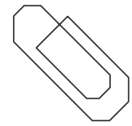
Det er muligt at få orlov fra studiet i henhold til bestemmelserne i bek. Nr. 223 af 11.03.2014 om adgang til erhvervsakademiuddannelser. Følgende er gældende:

§ 39. Studerende kan få orlov fra en uddannelse efter regler, der fastsættes af uddannelsesinstitutionen, jf. dog § 40.

Stk. 2. Studerende kan i orlovsperioden ikke deltage i undervisningen og prøver inden for den uddannelse, hvorfra den studerende har orlov.

§ 40. En uddannelsesinstitution kan ikke meddele en studerende orlov, før den pågældende har bestået prøverne efter 1. studieår på en erhvervsakademiuddannelse eller en professionsbacheloruddannelse, eller har gennemført første halve studieår på en selvstændig overbygningsuddannelse (professionsbachelor), jf. dog stk. 2 og 3.

Stk. 2. Orlov skal meddeles studerende, hvis den er begrundet i barsel, adoption eller indkaldelse til værnepligtstjeneste, som defineret i § 1 i lov om værnepligtsorlov m.v.



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

---

Stk. 3. Studerende, der tegner kontrakt med forsvaret om at stille sig til rådighed med henblik på udsendelse til udlandet eller tegner kontrakt med forsvaret om udsendelse til udlandet, følger reglerne i § 13 b i lov om forsvarets personel.

Stk. 4. Institutionerne kan dispensere fra stk. 1, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

### 14.7 Dispensation fra studieordningen

Institutionen kan, når særlige forhold begrundet det, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget

### 14.8 Klager

Klager over afgørelser i henhold til denne studieordning indgives til institutionen. Fristen for indgivelse af klager er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Institutionens afgørelser efter denne studieordning kan af studerende indbringes for Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klagen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Klagen stiles til Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser, men afleveres til institutionen. Denne afgiver en udtalelse, som klageren har lejlighed til inden for en frist af én arbejdsuge at kommentere. Institutionen fremsender herefter klagen, skolens udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser.

## 15. Eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen

Ved eksamenssnyd forstås de tilfælde, hvor en eksaminand under en prøve

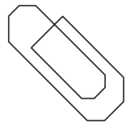
- Skaffer sig uretmæssig hjælp eller
- giver anden eksaminand hjælp til besvarelse, eller
- benytter ikke tilladte hjælpemidler<sup>1</sup>

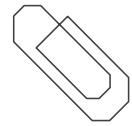
Eksaminanden skal ved aflevering af en skriftlig besvarelse med sin underskrift bekræfte, at opgaven er udfærdiget uden uretmæssig hjælp<sup>2</sup>. Underskriften kan være digital.

---

<sup>1</sup> Jf. Bek. Nr. 714 af 27/06/2012 (eksamensbekendtgørelsen) § 18, stk. 1

<sup>2</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsen § 18, stk. 6





### **Særligt om eksamenssnyd ved plagiering**

Plagieringen anses for eksamenssnyd, hvis den konstateres i en skriftlig opgavebesvarelse, som den studerende har indleveret til brug under en eksamen, og omfatter følgende situationer:

- Et skriftligt produkt, som er afleveret til bedømmelse eller er bedømt, f.eks. professionsbachelorprojektet eller en uge prøve.
- Et skriftligt produkt, som skal være eller har været en del af eksaminationsgrundlaget til en mundtlig prøve, f.eks. et skriftligt arbejde, der afleveres som forudsætning for indstilling og deltagelse i prøven.
- Et skriftligt produkt, der er afleveret som forudsætning for indstilling og deltagelse i en prøve.

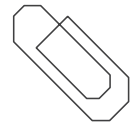
### **Hvornår foreligger der plagiering?**

Der foreligger plagiering, når en studerende i en skriftlig opgavebevarelse forsøger at give det indtryk, at vedkommende er ophavsmand til en idé, tekst, opsætning eller lignende, selvom ophavsmanden faktisk er en anden. Nærmere bestemt foreligger der plagiering, hvis en skriftlig opgavebesvarelse helt eller delvist fremtræder som produceret af den eller de studerende selv, selv om opgavebesvarelsen

1. omfatter identisk eller næsten identisk gengivelse af andres formuleringer eller værker, uden at det gengivne er markeret med anførselstegn, kursivering, indrykning eller anden tydelig markering med angivelse af kilden, herunder evt. sidetal eller lignende (afskrift). Jævnfør uddannelsens retningslinjer for udarbejdelse af skriftlige opgaver, nogle steder kaldet redaktionelle retningslinjer.
2. omfatter større passager med et ordvalg, der ligger så tæt på et andet værk eller lignendes formuleringer m.v., at man ved sammenligning kan se, at passagerne ikke kunne være skrevet uden anvendelse af det andet værk (parafrasering m.v.), eller
3. omfatter brug af andres ord eller idéer, uden at disse andre er krediteret på behørig vis (anden plagiering),
4. genbruger tekst og/eller centrale idéer fra egne tidligere bedømte eller publicerede arbejder den iagttagelse af de ovenstående bestemmelser i nr. 1 og 3.

### **Særligt om forstyrrende adfærd ved afvikling af prøver**

Uddannelsesinstitutionen har beføjelser til at bortvise en eksaminand fra en prøve, hvis eksaminanden udviser forstyrrende adfærd, fx hvis eksaminanden udviser støjende adfærd eller bryder uddannelsesinstitutionens ordensregler under eksamen. I mindre alvorlige tilfælde giver



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

uddannelsesinstitutionen først en advarsel<sup>3</sup>. Eksamenstilsynet indberetter hændelsen til uddannelseslederen.

Indberetningen skal ske straks og uden unødigt forsinkelse. Med indberetningen skal følge en skriftlig fremstilling af sagen, der omfatter de 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. Omkring sanktioner for forstyrrende adfærd, henvises til afsnit om "sanktioner".

## 15.1 Procedurer og sanktioner ved eksamenssnyd og forstyrrende adfærd

### Hvem er forpligtet på at indberette?

Alle<sup>4</sup>, der får formodning om eksamenssnyd, er forpligtet til at følge op på mistanken og – hvis formodningen opretholdes – at indberette sagen til uddannelseslederen.

### Indberetning

Bestyrkes formodningen om eksamenssnyd, skal eksaminator og/eller censor indberette sagen skriftligt til uddannelseslederen for den pågældende uddannelse<sup>5</sup>. Eksaminator og/eller censor underretter samtidig den studerende om, at sagen er indberettet til uddannelseslederen. Hvis der ikke på indberetningstidspunktet allerede er meddelt en bedømmelse, foretages der ingen bedømmelse, og der noteres "Ikke afleveret" på karakterlisten.

### Uddannelseslederen

Når uddannelseslederen modtager en indberetning om eksamenssnyd, skal han/hun beslutte enten at afvise sagen eller at fortsætte sagsbehandlingen.

Hvis uddannelseslederen beslutter at fortsætte sagsbehandlingen, sørger han/hun dels for at indhente eventuelt manglende dokumentation og dels for at indkalde den studerende til en samtale, hvor den studerende har mulighed for at forholde sig til indberetningen.

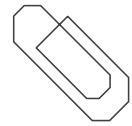
Indkaldelsen bilægges kopi af indberetningen og skal indeholde oplysning om, at samtalen vedrører en formodning om eksamenssnyd og om, at den studerende har ret til at møde med en bisidder ved samtalen. Bisidder kan under samtalen rådgive den studerende, men må ikke deltage i samtalen. Er det ikke muligt at afholde en sådan aftale, anvendes i stedet skriftlig kommunikation. Afvises sagen af

---

<sup>3</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsen § 18, stk. 3

<sup>4</sup> Alle er i denne forbindelse, studieadministration, herunder eksamensvagter, vejleder/eksaminator, øvrige undervisere, bibliotekar, censor og medstuderende

<sup>5</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsens § 18, stk. 2



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

---

uddannelseslederen, foretages bedømmelse på almindelig vis, hvis der ikke allerede er foretaget en bedømmelse.

### Sanktioner

På baggrund af indberetningen og samtalen træffer uddannelseslederen beslutning om, hvorvidt der er tale om eksamenssnyd samt om hvilken form for sanktion, der er aktuel over for den studerende.

Uddannelseslederen kan kun træffe beslutning om sanktion, hvis der efter hans/hendes opfattelse uden for enhver rimelig tvivl er tale om eksamenssnyd.

Forholdet indberettes til uddannelseschefen, hvis og kun hvis forholdet er så groft, at det vurderes at burde føre til en bortvisning fra uddannelsesinstitutionen. I alle øvrige tilfælde træffer uddannelseslederen selv afgørelse i sagen.

Den endelige beslutning meddeles skriftligt til den studerende med kopi til indberetteren og studievejlederen samt lægges i den studerendes studiemappe.

### Sanktionsformer

Såfremt det findes bevist, at der er tale om eksamenssnyd, anvendes én eller flere af følgende sanktioner:

- **Advarsel**

Tildeling af en skriftlig eller mundtlig advarsel mod overtrædelser af reglerne.

- **Bortvisning fra en skriftlig eksamen med tilstedeværelse på uddannelsesinstitutionen**, hvis eksamensreglerne findes overtrådt<sup>6</sup>. Det indebærer, at den studerende registreres som 'udeblevet' fra den pågældende eksamen.

- **Annullering af en skriftlig opgave**

Annulleringen omfatter den skriftlige opgave, hvorved der er konstateret eksamenssnyd.

Annulleringen kan ske, uanset om der allerede er meddelt en bedømmelse. Den studerende noteres for at have brugt ét eksamensforsøg<sup>7</sup>. En gentaget udfærdigelse af en opgave med uretmæssig hjælp eller ikke tilladte hjælpemidler vil medføre permanent bortvisning fra den pågældende uddannelse.

- **Bortvisning fra uddannelsen**

Hvis forholdet udgør en grov eller gentagende eksamenssnyd, bortvises den studerende fra uddannelsesinstitutionen. Bortvisningen kan være **tidsbegrænset** eller **permanent**<sup>8</sup>.

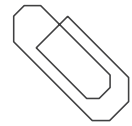
---

<sup>6</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsens § 18, stk. 2, 2pkt.

<sup>7</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsens § 18, stk. 5

<sup>8</sup> Jf. eksamensbekendtgørelsens § 18, stk. 4





## Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

---

Bortvisningen indebærer, at den studerende i bortvisningsperioden er udelukket fra alle aktiviteter i VIA University College, herunder al deltagelse i undervisning og eksaminer. Ved en tidsbegrænset bortvisning registreres den studerende som havende orlov i bortvisningsperioden. Efter bortvisningsperioden genoptages den studerendes automatisk som studerende ved den pågældende uddannelse i VIA.

Udover ovennævnte sanktioner kan det komme på tale at foretage politianmeldelse, hvis der er tale om civilretslige forhold.

## 16. Klager i forhold til eksamen

Der kan i henhold til Eksamensbekendtgørelsen<sup>9</sup> klages over et af følgende forhold:

- Eksaminationsgrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgave og i forhold til uddannelsens mål og krav
- Prøveforløbet
- Bedømmelsen

Klagen skal være skriftlig og begrundet, og indgives individuelt af den studerende senest 2 uger<sup>10</sup> efter, at bedømmelsen er bekendtgjort på sædvanlig måde (kan uddybes af den enkelte uddannelse).

Klagen sendes til uddannelseslederen, som herefter vil håndtere og vurdere klagen. Den studerende har, efter anmodning, krav på at få udleveret en kopi af den stillede opgave og en kopi af opgavebesvarelsen, hvis der er tale om en skriftelig prøve<sup>11</sup>. Som udgangspunkt forelægger uddannelseslederen klagen for de oprindelige bedømmere, dvs. eksaminator og censor. Bedømmerne har 2 uger til at komme med en faglig udtalelse til klagerens spørgsmål.

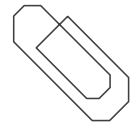
Klageren skal have lejlighed til at kommentere udtalelserne, og har en frist på 1 uge til at afgive kommentarer.

---

<sup>9</sup> Jf. BEK. Nr. 1519 af 16/12/2013 – Bekendtgørelsen om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser (eksamensbekendtgørelsen)

<sup>10</sup> 2 uger svarer til 14 kalenderdage

<sup>11</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 39, stk. 3



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

På baggrund af udtalelserne og kommentarerne afgør uddannelseslederen klagen. Afgørelsen skal være skriftlig og begrundet og kan have et af følgende udfald:

- tilbud om ny bedømmelse (ombedømmelse), dog ikke ved mundtlige prøver
- tilbud om ny prøve (omprøve) eller
- at klageren ikke får medhold i klagen.

Bedømmerne skal være enige, hvis uddannelseslederens afgørelse er, at klageren ikke får medhold<sup>12</sup>. Så snart der er truffet en afgørelse, skal den studerende og bedømmerne meddeles herom. Resultater af afgørelsen i ny bedømmelse eller ny prøve, skal den studerende informeres om, at dette kan resultere i en lavere karakter<sup>13</sup>.

### **Ved ny bedømmelse eller ny prøve**

Tilbud om ny bedømmelse eller ny prøve skal accepteres senest 2 uger efter, at meddelelse om afgørelsen er afgivet. Der er ikke mulighed for at fortryde sin accept. Hvis den studerende ikke accepterer inden fristens udløb, gennemføres der ikke en ny bedømmelse eller ny prøve.

Ny bedømmelse eller ny prøve skal finde sted snarest muligt. Er der udstedt et eksamensbevis, skal uddannelsesinstitutionen inddrage eksamensbeviset, indtil bedømmelsen foreligger, og eventuelt udstede et nyt eksamensbevis<sup>14</sup>.

Ved ny bedømmelse og ny prøve påsættes nye bedømmere.

Hvis det besluttet at foretage en ny bedømmelse eller ny prøve, gælder beslutningen alle eksaminander, hvis prøven lider af samme mangel, som den der klages over.

### **Særligt om ny bedømmelse**

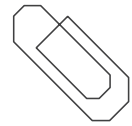
Ved ny bedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter: Opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmeres udtalelser med den studerendes bemærkninger hertil samt institutionens henholdsvis Styrelsens afgørelse. Bedømmerne meddeler uddannelsesinstitutionen resultatet af den nye bedømmelse vedlagt en skriftlig begrundelse for bedømmelsen. Uddannelsesinstitutionen giver den studerende meddelelse om bedømmelsen og begrundelsen for bedømmelsen.

---

<sup>12</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 43, stk. 2

<sup>13</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 43, stk. 3

<sup>14</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 44, stk. 1

**Opgaver stillet af ministeriet**

Hvis den studerende klager over prøvegrundlaget for opgaver stillet af Styrelsen for Videregående uddannelse og uddannelsesstøtte, videresender uddannelsesinstitutionen straks klagen, sammen med institutionens udtalelser til styrelsen. Styrelsen træffer afgørelse om i hvilket omfang, den studerende skal tilbydes omprøve.

**Anke af afgørelsen**

Hvis den studerende er uenig i uddannelsesinstitutionens faglige afgørelse, kan denne ankes senest 2 uger efter, at klageren er gjort bekendt med afgørelsen. Anken skal være skriftlig og begrundet og sendes til uddannelseslederen, som herefter nedsætter et ankenævn.

Ankenævnets virksomhed er omfattet af forvaltningsloven, herunder om inhabilitet og tavshedspligt. For at ankenævnet kan være beslutningsdygtigt, skal alle nævnets medlemmer deltage i nævnets drøftelse og alle sagens akter være fremsendt til alle medlemmer. Drøftelsen kan foregå skriftligt, herunder elektronisk, hvis der er enighed blandt nævnets medlemmer om skriftlig behandling. Kan der ikke opnås enighed i ankenævnet, afsluttes drøftelsen ved et møde, hvor alle nævnets medlemmer skal være til stede.

Afsluttes drøftelsen med afstemning, og der er stemmelighed, er formandens stemme udslagsgivende. Bliver ankenævnet i forbindelse med behandlingen af anke opmærksom på fejl og mangler ved en prøve, orienteres uddannelsesinstitutionen herom, og uddannelsesinstitutionen træffer afgørelse om udbedring af fejl og mangler efter reglerne i eksamensbekendtgørelsens kapitel 9<sup>15</sup>.

**Ankenævnets afgørelse**

Ankenævnet træffer afgørelse på baggrund af det materiale, der lå til grund for uddannelsesinstitutionens oprindelige afgørelse<sup>16</sup>. Afgørelsen fra ankenævnet skal være skriftlig og begrundet, og kan resultere i et af følgende udfald:

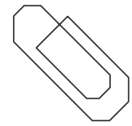
- tilbud om ny bedømmelse (ombedømmelse), dog ikke ved mundtlige prøver
- tilbud om ny prøve (omprøve) eller
- at klageren ikke får medhold i klagen

Ankenævnets afgørelse meddeles uddannelseslederen snarest muligt. Ved vintereksamen senest 2 måneder og ved sommereksamen senest 3 måneder efter, at anken er indgivet til lederen.

---

<sup>15</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 47

<sup>16</sup> Eksamensbekendtgørelsens § 48



Studieordning på Markedsføringsøkonom 2014-2016

---

Kan anken ikke behandles inden for fristen, skal uddannelsesinstitutionen meddele klageren herom hurtigst muligt. Meddelelsen skal være begrundet og indeholde oplysning om, hvornår anken forventes færdigbehandlet. Når afgørelsen er truffet, giver uddannelseslederen hurtigst muligt den studerende meddelelse herom, og bedømmerne modtager en kopi af afgørelsen. Går afgørelsen ud på tilbud om ny bedømmelse eller ny prøve, skal den studerende informeres om, at den nye bedømmelse eller nye prøve kan resultere i en lavere karakter.

Ny prøve og Ny bedømmelse sker efter reglerne i afsnittet "Ved ny prøve og ny bedømmelse".

Ankenævnets faglige afgørelse af sagen kan herefter ikke ankes yderligere.

Klager over afgørelser truffet af en uddannelsesinstitution eller et ankenævn

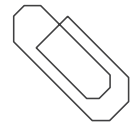
§ 50. Klage over retlige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af bedømmerne i henhold til § 44, stk. 3, og ankenævnet i henhold til § 48, stk. 1, indbringes til uddannelsesinstitutionen inden for en frist af 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

Stk. 2. Klager over retlige spørgsmål i afgørelser, der er truffet af uddannelsesinstitutionen efter reglerne i bekendtgørelsen, kan indbringes for Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte. Klagen indgives til uddannelsesinstitutionen, der afgiver en udtalelse, som den studerende skal have lejlighed til at kommentere inden for en frist på normalt 1 uge. Uddannelsesinstitutionen sender klagen, udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer til Styrelsen. Fristen for indgivelse af klage til uddannelsesinstitutionen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

Reglerne er udarbejdet inden for rammerne af Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelse, bekendtgørelse nr. 1519 af 16. december 2013 "Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser".

## **17. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen**

Der er mødepligt i henhold til beskrivelserne i afsnittet om krav til skriftlige opgaver og projekter



## 18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.

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

## 19. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. august 2014.

## 20. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

- Lov nr. 207 af 31. marts 2008 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.
- Bekendtgørelse nr. 636 af 29. juni 2009 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- Bekendtgørelse nr 689 af 3. juli 2009 om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)
- Bekendtgørelse nr. 223 af 11. marts 2014 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- Bekendtgørelse nr. 1519 af 16. december 2013 om prøver og eksamen i Erhvervsrettede uddannelser
- Bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse

Lov og bekendtgørelser kan findes på [www.fivu.dk](http://www.fivu.dk)