



Studieordning – del 3

Markedsføringsøkonom

Valgfri uddannelseselementer forår 2018

Version 1.0
Revideret september 2017

Indhold – Institutionsdel; valgfagskatalog

1.	Rammer for studieordningen del 3, valgfagskatalog.....	1
2.	Valgfrie uddannelseselementer	1
3.	Afvikling af valgfag	1
4.	Fuldførelse af prøve samt syge- og omprøver	2
4.1	Fuldførelse af prøve	2
4.2	Syge- og omprøver	2
5.	Økonomi-pakken (2x7,5 + 5 ECTS)	3
5.1	Statistik	3
5.2	Driftsøkonomi	4
6.	Øvrige fag	5
6.1	Digital markedsføring	5
6.2	Key Account Management og salgsledelse	7
7.	Valgfag med 5 ECTS.....	8
7.1	International Business Communication.....	8
7.2	Iværksætter.....	9

1. Rammer for studieordningen del 3, valgfagskatalog

Denne beskrivelse af valgfrie uddannelseselementer gælder for studerende på markedsføringsøkonomuddannelsen, der skal vælge valgfag for foråret 2018.

Som beskrevet i institutionsdelen, er det en forudsætning for deltagelse i prøve i valgfagene, at alle prøver på 1. og 2. semester er bestået.

2. Valgfrie uddannelseselementer

De valgfrie uddannelseselementer på 3. semester har til formål at give de studerende mulighed for at få en individuel profil på deres uddannelse gennem en faglig fordybelse inden for uddannelsens fagområder. De valgfrie uddannelseselementer afvikles som en række valgfag. Valgfagene kan tilrettelægges af den enkelte institution, som udbyder uddannelsen.

De studerende kan følge valgfrie uddannelseselementer i form af valgfag på andre institutioner mod selv at afholde udgifter til transport, overnatning mv.

Ved færre end 12 tilmeldte til et valgfag kan akademiet vælge ikke at oprette faget. Ved færre end 15 studerende kan antal lektioner reduceres.

Institutionen forbeholder sig desuden ret til at sætte loft på antal deltagere på et valgfrit uddannelseselement, samt sætte begrænsning på antal hold inden for et givet fag. Det kan således ikke garanteres, at den enkelte studerende får sin 1. prioritet opfyldt.

Alle eksamener i valgfrie uddannelseselementer har intern censur.

3. Afvikling af valgfag

På markedsføringsøkonomuddannelsen har man på 3. semester valgfrie uddannelseselementer af i alt 20 ECTS. Afviklingen kan ske på forskellig vis, dog således at den studerende altid skal gennemføre 20 ECTS.

Afviklingen af fagene kan ske som følger:

- Driftsøkonomi (7,5 ECTS)
- Statistik (7,5 ECTS)
- International Business Communications (5 ECTS) *eller* Iværksætteri (5 ECTS).

- Key Account management og salgsledelse (10 ECTS)
- Digital Markedsføring (10 ECTS).

- Key Account management og salgsledelse (10 ECTS)
- International Business Communications (5 ECTS)
- Iværksætteri (5 ECTS)

- Digital markedsføring (10 ECTS)
- International Business Communications (5 ECTS)
- Iværksætteri (5 ECTS)

4. Fuldførelse af prøve samt syge- og omprøver

4.1 Fuldførelse af prøve

Generelt for prøverne på uddannelsen gælder nedenstående i forhold til, hvornår en eksamen er fuldført, eller der er brugt et eksamensforsøg. Såfremt der er afvigelser, vil det fremgå af den enkelte beskrivelse af prøven.

Ikke bestået eksamen

Såfremt den studerende til eksamen ikke har opnået karakteren 02 eller derover, er den ikke bestået, og der er brugt et prøvforsøg.

Ikke afleveret projekt/skriftlig besvarelse

Såfremt den studerende ikke har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, er der brugt et prøvforsøg.

Ikke deltaget i eksamen/eksamination

Såfremt den studerende har afleveret sit eksamensprojekt/skriftlige besvarelse, men ikke har deltaget i den mundtlige eksamination, er der brugt et prøvforsøg.

Der vil hurtigst muligt blive planlagt en ny mundtlig eksamination for den studerende, hvor den studerende vil blive eksamineret i det allerede afleverede projekt.

4.2 Syge- og omprøver

Orientering om tid og sted for syge- og omprøver findes i eksamenskalenderen på Studieupdate, tidspunktet kan være identisk med næste ordinære prøve. Den studerende skal selv orientere sig om, hvornår syge- og omprøve afholdes.

Sygeprøve

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en prøve på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, får mulighed for at aflægge (syge)prøven snarest muligt. Er det en prøve, der er placeret i uddannelsens sidste eksamenstermin, får den studerende mulighed for at aflægge prøven i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf.

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

Dokumenteres sygdom ikke efter ovenstående regler, har den studerende brugt et prøvforsøg. Den studerende skal selv afholde udgiften til lægeerklæring. Krav til udformning af lægeerklæring findes hjemmesiden under 'Værd at vide om eksamen'.

Omprøve

Ved en ikke-bestået prøve eller et manglende fremmøde ved en prøve, er den studerende automatisk tilmeldt omprøve, så længe der refterer prøvforsøg. Den studerende er tilmeldt den førstkommende afholdelse af prøven, og omprøven afholdes senest medio det følgende semester. Omprøven kan være identisk med næste ordinære prøve.

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

5. Økonomi-pakken (2x7,5 + 5 ECTS)

Ønsker den studerende at få adgang til universitetet, skal den studerende selv opsøge information om, hvilke krav det pågældende universitet stiller, da det kan variere mellem uddannelser og universiteter. For at imødekomme krav fra Aarhus Universitet udbydes valgfag i statistik og driftsøkonomi. Disse kan kun vælges samlet.

VIGTIGT: Planlægger du at læse i udlandet på 3. semester skal du være opmærksom på at du IKKE kan læse statistik og driftsøkonomi på EAAA og derved få det på dit eksamensbevis. Hvis din fremtidsplan er at læse Cand. Merc på Aarhus Universitet efter endt PBA i international handel og markedsføring skal du selv undersøge mulighederne for at finde fag på det pågældende udenlandske universitet, der svarer til statistik og driftsøkonomi. Disse skal udover at blive godkendt af EAAA godkendes af det danske universitet, så de dækker, de krav der er. Du er selv ansvarlig for at tage kontakt til universitetet og finde ud af, om det er muligt.

5.1 Statistik

Vægt: 7,5 ECTS

Indgår i valgfagspakke med Driftsøkonomi (7,5 ECTS) samt enten International Business Communication (5 ECTS) eller Iværksætteri (5 ECTS).

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

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

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at kunne:

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

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

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

Prøveform og tilrettelæggelse

Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers individuel eksamen med hjælpemidler.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Statistik. Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers eksamen med hjælpemidler. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

5.2 Driftsøkonomi

Vægt: 7,5 ECTS

Indgår i valgfagspakke med Statistik (7,5 ECTS) samt enten International Business Communication (5 ECTS) eller Iværksætter (5 ECTS)

Indhold:

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat
- Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og -typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.
- Grundlag for forståelse af optimeringsproblematikker

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og langt sigt
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitetsbaseret omkostningssystemer (Activity Based Costing)
- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser (LP)
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og udskiftningstidspunkt i forbindelse med investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorison
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag
- Hvorledes virksomhedens supplerende beretninger kan bruges som styringsværktøj
- Anvendelse af budgettet som styringsværktøj vha. finansiel kontrol.
- Hvorledes man foretager en simpel prisoptimering
- Hvorledes muligheder for prisdifferentieringer påvirker pris på hjemmemarked og eksportmarked

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning
- Kunne analysere hvorledes "beskriverne" (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP)
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med 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 og anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver

- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder
- Kunne anvende balanced scorecard som styringsværktøj.
- Kunne foretage beregninger med simple prisoptimeringsproblematikker
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved forskellige konkurrenceformer
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved en fast pris
- Kunne foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved faldende prisafsætnings sammenhænge

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Selvstændigt at kunne udvikle mindre analyser i Excel regnearksmodeller
- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter
- Selvstændigt at kunne udarbejde lønsomhed ved anvendelse af et forretningsområde
- Budget/-regnskab baseret på et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingsystem (Activity Based Costing)
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver
- Selvstændigt at kunne finde den optimale pris under forskellige konkurrenceformer og på forskellige markeder (hjemmemarked og eksportmarked)

Prøveform og tilrettelæggelse

Faget afsluttes med en skriftlig 4-timers individuel eksamen med hjælpemidler.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Driftsøkonomi. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

6. Øvrige fag

6.1 Digital markedsføring

Vægt: 10 ECTS

Indgår i valgfagspakke med Key Account management og salgsledelse (10 ECTS) eller International Business Communications (5 ECTS) og Iværksætter (5 ECTS)

På dette valgfag får du en grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring, så du professionelt kan analysere, planlægge og udføre en lang række af de mest gængse opgaver inden for dette felt. Du får indblik i, hvordan du kan målrette markedsføringen på nettet mod en ønsket målgruppe, samt hvordan du analyserer og vurderer markeds-potentialet. Faget klæder dig med andre ord så godt på, at du kan arbejde professionelt med digital markedsføring.

Indhold

- Digital markedsføring og digital markedsføringsstrategi
- Grundlæggende optimering, herunder on- og off-site SEO (søgemaskineoptimering)
- Google AdWords, digital reklame og annoncering
- Markedsføring på sociale medier
- E-mail markedsføring og kundeloyalitet
- Webanalyse med Google Analytics
- Konverteringsoptimering og brugertests
- Mobile first og responsivt design

- Relevant jura ifm. online markedsføring.
- Trends og tendenser inden for digital markedsføring.

Du vil blive undervist af fagfolk, der har stor erfaring med digital markedsføring, og du vil se, hvordan professionelle online kampagner bliver udført. Du vil også få adgang til en lang række værktøjer, som bruges af virksomheder, der arbejder med online markedsføring. Undervisningsformen er meget praksisnær og veksler mellem underviseroplæg, diskussioner, øvelser og opgaver - individuelt, i teams og på klassen.

Formål

Formålet med faget er, at den studerende opnår kompetencer, der bygger på en grundlæggende forståelse for begreber, modeller og værktøjer inden for digital markedsføring, således at den studerende kan forstå og tage del i analyse, planlægning og praktisk anvendelse af digital markedsføring. Dette inkluderer analyse og vurdering af markedspotentialet, udvikling af digitale markedsføringsstrategier, planlægning af konkrete digitale markedsføringsaktiviteter samt måling og optimering af den digitale markedsføring.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende har på teoretisk og praktisk niveau viden om og forståelse af:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med markedsanalyse og effektmåling af markedsføringen
- Den digitale strategis betydning og relevans
- Metoder til digital markedsføring.

Færdigheder

Den studerende får færdigheder i at:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille mål og vurdere nøgleområder for virksomhedens digitale strategi
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge digital markedsføring og relatere markedsføringsplanen til virksomhedens idé og overordnede strategier
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder
- Vurdere og begrunde behov samt og udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier
- Identificere relevant jura og vurdere konsekvenserne for virksomhedens digitale markedsføring
- Vurdere potentialet for markedsføring via mobile enheder samt planlægge optimering af mobildesign
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller samt præsentere resultater til fagfæller, samarbejdspartnere og ikke-specialister.

Kompetencer

Den studerende opnår kompetence til:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomhedens arbejde med digital markedsføring
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og med inddragelse af relevante interessenter

- Gennem brug af webstatistik og brugertests tilrettelægge og optimere den digitale markedsføringsindsats.

Prøveform og tilrettelæggelse

Faget afsluttes med en prøve. Prøven består af en individuel, mundtlig eksamination på baggrund af et på dagen udtrukket emne med tilhørende spørgsmål. Der vil herefter være 30 minutters forberedelsestid efterfulgt af 30 minutters eksamination (inkl. votering) inden for det pågældende emne i dybden og bredden.

Der vil under eksaminationen komme spørgsmål til andre dele af fagets læringsmål end dem, casen lægger op til.

Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Digital Markedsføring. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af den mundtlige præstation.

Forudsætninger for at gå til prøven

Det er en forudsætning for at gå til prøven, at den studerende skal have godkendt et caseoplæg, der udarbejdes i grupper, på baggrund af en kommunikativ problemstilling for en udvalgt virksomhed. Caseoplægget skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret – se informationer herom på Studieupdate. Den studerende skal desuden have deltaget i en mundtlig gruppepræsentation af caseoplægget for virksomhed og undervisere. Caseoplægget skal godkendes af underviserne.

Hvis caseoplægget ikke godkendes, eller hvis den studerende ikke har deltaget i gruppepræsentationen, kan den studerende ikke gå til den mundtlige eksamen, og der er brugt et eksamensforsøg.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

6.2 Key Account Management og salgsledelse

Vægt: 10 ECTS

Indgår i valgfagspakke med Digital markedsføring (10 ECTS) eller International Business Communications (5 ECTS) og Iværksætter (5 ECTS).

Hvis du ønsker at arbejde med at skabe tætte relationer til virksomhedens nøglekunder på et strategisk plan og samtidig udvikle kompetencer til at kunne udvikle en salgsorganisation, så skal du vælge Key Account Management og salgsledelse. Afsættet vil være 1. semesters undervisning i salg og forhandling samt 1. og 2. semesters undervisning i markedsføring.

Udover Key Account Management og salgsledelse introduceres du til ledelsesværktøjer, herunder motivation og forandringsledelse, således at du som sælger med ambitioner om Key Account Management forstår en salgsleders ansvar i en salgsorganisation.

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Key Account Management og Key Account managerens rolle i virksomheden
- Overordnede principper i salgsledelse
- Motivation, feedback og salgskoaching
- Økonomiske aktiviteter herunder benchmarking i forhold til budgetlægning samt opnåelse af målsætning.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Forstå baggrunden og betingelserne for og opbygning af et strategisk samarbejde mellem en købende og en sælgende virksomhed

- Forstå salgsledelsens ansvar i forhold til feedback og salgskoaching
- Forstå strukturen og styringen af en salgsorganisation, herunder behov for forbedringer med henblik på optimering
- Forstå salgsledelsens ansvar for motivation af medarbejdere for optimering af de pågældende medarbejders salgsresultater.

Kompetencer

Den studerende skal opnå kompetence til:

- At strukturere og gennemføre salg og forhandling på strategisk niveau på B2B markedet
- At give/modtage udviklende feedback til/fra medarbejdere/ledelse
- At give/modtage salgskoaching til/fra medarbejdere/ledelse.

Prøveform og tilrettelæggelse

Faget afsluttes med en 30 minutters individuel mundtlig eksamen med 30 minutters forberedelse. På eksamensdagen trækker den studerende en case med tilhørende spørgsmål. Den studerende har efterfølgende 30 minutters forberedelse til at læse casen og forberede en mundtlig besvarelse af spørgsmålene til casen. Efterfølgende eksamineres bredt i fagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til andre dele af læringsmålene end dem, den udtrukne case og spørgsmål lægger op til. Eksaminationstiden er 30 minutter, inkl. votering.

Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Key Account Management og salgsledelse. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen.

7. Valgfag med 5 ECTS

7.1 International Business Communication

Vægt: 5 ECTS

Udbydes på engelsk

Do you wish to work with sales and marketing on export markets where language and cultural skills are a prerequisite? This elective will provide you with the spoken and written language skills, together with the intercultural competences, necessary to work across international cultures.

Knowledge and understanding

The student will gain knowledge about:

- Advanced business English terminology
- Knowledge of business environments in the English-speaking world and other countries
- Understanding of cultural differences in business environments across the English-speaking world and other countries.

Skills

The student will get the skills to:

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

Competencies

The student will learn to:

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

Exam and organisation

The exam is an oral individual exam based on an individual written report of max 6.300 characters. On the basis on a case study the student will present a report discussing the various elements of the cultural and business aspects of the case. An oral presentation discussing the written report will follow to assess the student's written and oral English communicative skills.

Duration of the oral exam is 30 minutes incl. assessment.

Assessment

The evaluation criteria for the exam equals the learning objectives of the elective educational element International Business Communication.

An individual grade is given according to the 7 point scale, based on the oral exam.

Prerequisites to take the exam

In order to take the oral exam, the written exam paper must be timely submitted and the contents of the written exam paper must be credible.

Sick and re-examination

If a student fails the oral exam, the student must take a re-exam. Same exam form as the ordinary examination. The re-exam will be based on the report already handed in.

7.2 Iværksætter

Vægt: 5 ECTS

Faget Iværksætter skal vælges, hvis man ønsker at gå i praktik i egen virksomhed.

Indhold

Går du med en drøm om at starte din egen virksomhed, eller ønsker du at være den nytænkende og innovative medarbejder i en eksisterende virksomhed? I dette fag er der fokus på at udvikle ideer og kommercialisere dem. Du kommer til at arbejde i virksomhedsgrupper, hvor I sammen skal udvikle, validere og pitche en forretningsidé og tilhørende forretningsplan. Du kan have en idé i baghovedet, når du kommer, eller du vil blive introduceret til værktøjer, som vil gøre dig i stand til at idéudvikle på baggrund af dit kendskab til markedsføring og økonomi.

Undervisningen varetages af erfarne undervisere, som har prøvet iværksætter på egen krop, og som samtidig er velfunderet ud i den faglighed, der også er nødvendig for at starte egen virksomhed.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende skal have viden om:

- Innovation og anvendelse af innovation i praksis
- Idéudvikling som grundlag for etablering af en virksomhed
- Etableringsprocessen for en ny virksomhed
- Forretningsmodel og forretningsplanlægning
- Hvordan man starter egen virksomhed
- Oprettelse af et selskab og håndtering af processer ved at have en virksomhed
- Hvordan man skaffer risikovillig kapital til finansiering af virksomhedens første vanskelige faser

- Hvordan man "pitcher" sin idé til investorer og samarbejdspartnere
- Betydningen af entrepreneurship, intrapreneurship, iværksætter- og selvstændighedskultur nationalt og internationalt
- Hvad der skal til for at gå i praktik i egen virksomhed.

Færdigheder

Den studerende skal have færdigheder i:

- At kunne arbejde med innovation
- At kunne give en karakteristik af en iværksætter i dag
- At kunne idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed
- At kunne identificere og vurdere finansieringsbehov og muligheder
- At kunne udvikle og validere en forretningside og forretningsplan
- At kunne pitche/sælge en ide til en investor eller samarbejdspartner via træning og deltagelse i idékonkurrencer
- At kunne starte en virksomhed fra en idé.

Kompetencer

Den studerende skal have kompetencer til:

- At forstå og handle på innovation
- At kunne udvikle, præsentere og vurdere en forretningsidé
- På baggrund af forretningsidéen at kunne udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan
- At starte en virksomhed.

Prøveform og tilrettelæggelse

Prøven består af en mundtlig individuel eksamen på baggrund af en skriftlig opgave.

Opgaven er en forretningsplan, der udarbejdes individuelt eller i grupper af max 3 studerende.

Forretningsplanen skal have et omfang på max 15 sider (31.500 anslag) ekskl. bilag.

Forretningsplanen afleveres ca. 7 dage før den mundtlige eksamination. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate på holdets rum.

Forretningsplanen præsenteres og forsvares ved en individuel mundtlig eksamen. Eksamenstiden er 30 minutter pr. studerende, inkl. votering. Til eksaminationen forbereder den studerende en præsentation på max 10 min. Herefter er der eksamination af den studerende i ca. 20 minutter.

Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Iværksætteri. Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen. Bedømmelsesgrundlaget er en samlet helhedsvurdering af forretningsplanen og den mundtlige, individuelle præstation.

Forudsætninger for at gå til prøven

Det er en forudsætning for at gå til den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret forretningsoplægget, som udgør en del af eksaminations- og bedømmelsesgrundlaget.

Forretningsoplægget skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret - se informationer herom på Studieupdate.

Ved ikke rettidig aflevering eller manglende opfyldelse af formalia, kan den studerende ikke gå til den mundtlige del af prøven, og der er brugt et eksamensforsøg.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen. Der skal afleveres en ny forretningsplan, som enten kan være en revideret udgave af den oprindelige forretningsplan for samme virksomhed og produkt eller for en ny virksomhed og/eller produkt. Grundlaget for en omprøve, og om det er en ny eller revideret forretningsplan, afhænger af en faglig vurdering, som meddeles til den studerende af underviser.