

STUDIEORDNING
for
markedsføringsøkonomuddannelsen

Del III: Valgfagskatalog
Ikrafttrædelse: 01.03.2021



Indhold

Indhold	1
1. Valgfagskatalog	3
2. Prøver i valgfag	4
2.1. Fuldførelse af prøver	4
3. Valgfag på 7,5 ECTS på uddannelsen	5
3.1. Driftsøkonomi – 7,5 ECTS	5
3.2. Human Ressource Management – 7,5 ECTS	7
3.3. Operational Advertising – 7,5 ECTS	10
3.4. Indkøb – 7,5 ECTS	12
3.5. Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse – 7,5 ECTS	13
3.6. Søgemaskineoptimering (SEO) – 7,5 ECTS	15
3.7. Dataanalyse – 7,5 ECTS	17
3.8. Sociale Medier og Content Marketing – 7,5 ECTS	19
3.9. Bæredygtighed – 7,5 ECTS	21
3.10. International Business & Marketing Communication – 7,5 ECTS	23
4. Valgfag på 5 ECTS på uddannelsen	24
4.1. Key Account Management og salgsledelse – 5 ECTS	24
4.2. Iværksætter – 5 ECTS	26
4.3. Oplevelsesøkonomi – 5 ECTS	27
4.4. Public relations (PR) – 5 ECTS	29
4.5. E-mail marketing – 5 ECTS	31
4.6. Google Ads /Search Engine Advertising (SEA) – 5 ECTS	33
4.7. Internationale sommerskoler – 5 ECTS	34
5. Anvendelse af hjælpemidler	36
6. Ikrafttrædelse	36

Denne studieordning skal læses i sammenhæng med den nationale del af studieordningen (kaldet fællesdelen) og den lokale del af studieordningen (kaldet institutionsdelen). Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere, mens den lokale del af studieordningen (institutionsdelen) samt valgfagskataloget er fastlagt af Erhvervsakademi Aarhus.

1. Valgfagskatalog

På uddannelsen er der 20 ECTS valgfag på 3. semester. Valgfag, læringsmål og bedømmelseskriterier for de udbudte fag for efteråret 2021 er beskrevet i dette valgfagskatalog.

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

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

Følgende 7,5 ECTS valgfag udbydes:

1. Driftsøkonomi (7,5 ECTS)
2. Human Resource Management (7,5 ECTS)
3. Operational Advertising (7,5 ECTS)
4. Indkøb (7,5 ECTS)
5. Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse (7,5 ECTS)
6. Søgemaskineoptimering (SEO) (7,5 ECTS)
7. Dataanalyse (7,5 ECTS)
8. Sociale medier og content (7,5 ECTS)
9. International Business and Marketing Communication (7,5 ECTS)
10. Bæredygtighed (7,5 ECTS)

Følgende 5 ECTS valgfag udbydes:

1. Key Account Management og salgsledelse (5 ECTS)
2. Iværksætteri (5 ECTS)
3. Oplevelsesøkonomi (5 ECTS)
4. Public Relations (PR) (5 ECTS)
5. E-mail marketing (5 ECTS)
6. Google Ads / Search Engine Advertising (SEA) (5 ECTS)
7. Internationale sommerskoler (5 ECTS)

De studerende kan følge valgfag på andre institutioner mod selv at afholde udgifter til transport, overnatning mv.

Sommerskole

Det er også muligt at vælge sommerskole som valgfag. Den valgte sommerskole skal godkendes af uddannelsesledelsen på uddannelsen inden afrejse, hvorved forhåndsmerit kan opnås. Ved godkendelse af forhåndsmerit anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

Internationalt kontor kan kontaktes for yderligere information.

2. Prøver i valgfag

Ved begyndelse på et uddannelseselement, semester m.v. er det samtidig automatisk tilmelding til de tilhørende prøver. Ved tilmelding bruges en prøvegang. Dette gælder dog ikke, hvor den studerende bliver forhindret i at deltage i prøven på grund af dokumenteret sygdom eller barsel.

Det er altid den studerendes ansvar at sikre sig internetadgang i eksamenssituationen, og at den studerendes pc er funktionsdygtig.

Prøverne er altid på dansk, medmindre det er en del af den enkelte prøves formål at dokumentere færdigheder i fremmedsprog. Prøverne kan aflægges på svensk eller norsk i stedet for dansk, medmindre prøvens formål er at dokumentere den studerendes færdigheder i dansk.

2.1. Fuldførelse af prøver

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

Ikke-bestået eksamen

Hvis en studerende ikke har opnået karakteren 02 eller derover til en mundtlig eller skriftlig prøve eller en kombination heraf, er prøven ikke bestået, og der er brugt et prøvoforsøg.

Ikke afleveret projekt/skriftlig besvarelse

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

Ikke deltaget i eksamen/eksamination

Hvis den studerende har afleveret sit eksamensprojekt eller skriftlige besvarelse, men ikke har deltaget i den mundtlige eksamination, er der brugt et prøvoforsøg.

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

Syge- og omprøver

De konkrete frister fremgår under den enkelte prøvebeskrivelse.

Orientering om tid og sted for syge- og omprøver findes 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 betale udgifter til en lægeerklæring. Krav til udformning af lægeerklæring findes på Studieupdate 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. Omprøven kan være identisk med næste ordinære prøve.

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

3. Valgfag på 7,5 ECTS på uddannelsen

3.1. Driftsøkonomi – 7,5 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

Den studerende har 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 kan:

- Anvende Excel som værktøj til alsidige økonomiske analyser
- Anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning
- Analysere hvorledes ”beskriverne” (driverne) til et aktivitetsbaseret omkostningsfordelingssystem (Activity Based Costing) kan bestemmes
- Optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold (LP)
- Gennemføre følsomhedsanalyser i forbindelse med investeringsovervejelser
- Foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver
- Foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat
- Begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital og anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver
- Præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder
- Anvende balanced score card som styringsværktøj
- Foretage beregninger med simple prisoptimeringsproblematikker
- Foretage prisoptimeringsberegninger ved forskellige konkurrenceformer
- Foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved en fast pris
- Foretage prisoptimeringsberegninger ved mulighed for eksport ved faldende prisafsætnings sammenhænge.

Kompetencer

Den studerende kan:

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

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en skriftlig 4-timers individuel eksamen. Skriftlige hjælpemidler er tilladt. Brug af internet er ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for valgfagets prøve er lig med læringsmål for det valgfrie uddannelseselement. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

3.2. Human Ressource Management – 7,5 ECTS

Indhold

Ønsker du at arbejde med HR, giver valgfaget Human Ressource Management en bred indsigt i processen fra tiltrækning af medarbejdere, over rekruttering, fastholdelse og afvikling. Valg og udviklingen af de rigtige medarbejdere er nøglen til succes. Kunne du tænke dig at indgå i dette arbejde som HR-assistent/ HR-koordinator, er dette valgfag noget for dig. Du lærer om daglige arbejdsgange og de mere strategiske valg på området samt hvorledes HR funktionen supporterer og bidrager til eksekvering af virksomhedens strategi.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Human ressource management og HR's forskellige roller
- Grundlæggende tilgange og måde at anskue medarbejderne på
- Rekrutteringsprocessen
- Rekruttering som en del af virksomhedens branding
- Tests som et værktøj til rekruttering og udvikling af medarbejdere

- Metoder til jobdesign
- Introduktion til nye medarbejdere – hvordan og hvorfor
- Strategiske perspektiver i samspillet mellem HRM og virksomhedskulturen
- Anvendeligheden af forskellige former for incitamenter i forhold til forskellige medarbejdere
- Forskellen mellem kompetencer og kvalifikationer
- Grundlæggende teorier og principper om motivation
- Metoder til kompetence-, karriere- og ledelsesudvikling
- Virksomhedens arbejdsmiljø og hvilken rolle det spiller
- Forskellige HR-målinger og deres anvendelse
- Personalejura på et generelt niveau.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Udarbejde jobopslag som afdækker virksomhedens behov og sikrer brandingeffekten
- Afholde ansættelsessamtaler
- Beskrive, analysere og vurdere en virksomheds Human Ressource proces
- Udarbejde og afdække et introduktionsforløb for nye medarbejdere
- Sikre motivation og anerkendelse i virksomheden
- Planlægge medarbejderudviklingssamtaler
- Kortlægge en virksomheds behov for kvalifikationer og kompetencer
- Benytte forskellige metoder til tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere
- Dokumentere HR's resultater, igennem målinger, for at sikre en fremtidig eksistens
- Deltage i afviklingsprocessen med øje for både virksomheden og medarbejderen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Gennemføre en rekrutteringsopgave fra afdækning af rekrutteringsbehov, annoncering, ansøgning og samtaler
- Beskrive, analysere og vurdere samspil mellem Human Resource og virksomheders organisering og forretningsmæssige tilgang
- Udforme en personalepolitik med tilhørende handlingsplaner
- Implementere og sikre afholdelse af medarbejderudviklingssamtaler, der er i overensstemmelse med virksomhedens overordnede mål
- Identificere og implementere de rigtige og nødvendige fastholdelses- og udviklingstiltag i virksomheden
- Indgå i rollen som aktiv sparringspartner for både ledelsen og medarbejderne.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven består af en gruppepræsentation og en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i et skriftligt beslutningsgrundlag udarbejdet i grupper.

Formkrav til det skriftlige beslutningsoplæg

Det skriftlige beslutningsgrundlag udarbejdes med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra valgfaget i form af en analyse og en vurdering med udgangspunkt i en konkret virksomhed. Beslutningsoplægget udarbejdes i grupper af 4-5 studerende. Beslutningsoplægget må have et omfang på max. 12.600 anslag (6 normalsider) eksklusiv bilag.

Den mundtlige prøve

Prøven består af en gruppepræsentation og en individuel eksamination.

Gruppen lægger ud med en præsentation af 20 minutters varighed, hvori problemstillingen og konklusionen fra det skriftlige beslutningsoplæg uddybes og perspektiveres.

Herefter følger en individuel mundtlig eksamination i 20 minutter (inkl. votering) med udgangspunkt i det skriftlige beslutningsoplæg.

Forudsætninger for at gå til den mundtlige del af prøven

For at kunne gå til den mundtlige del af prøven er det en forudsætning, at den studerende sammen med sin gruppe har afleveret beslutningsoplægget rettidigt og med redeligt indhold (se Studieupdate). Det skriftlige beslutningsoplæg skal opfylde ovenstående formkrav.

Har den studerende ikke deltaget i/afleveret beslutningsoplægget eller er formalia ikke opfyldt, kan den studerende ikke gå til den mundtlige prøve og der er brugt eteksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Human Ressource Management. Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af det skriftlige beslutningsoplæg (gruppeopgave), gruppepræsentationen og den individuelle mundtlige eksamination.

Bedømmelsen sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, eller den studerende pga. sygdom ikke gennemfører, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen. Den studerende skal udarbejde et nyt beslutningsoplæg, som udarbejdes i en gruppe (1-4 studerende) sammensat af underviseren. Tidspunkt for aflevering og præsentation oplyses på Studieupdate.

3.3. Operational Advertising – 7,5 ECTS

Indhold

Med valgfaget Operational Advertising har du mulighed for at tilegne dig praksisnær erfaring og få en dybere forståelse for, hvad det vil sige at arbejde på og samarbejde med et reklamebureau. Visionen er, at valgfaget er med til at forme dig til at blive fremtidens projektleder/konsulent, der agilt excellerer i spændingsfeltet mellem reklamebureau og virksomhed.

Du vil komme til at arbejde ud fra bureauets perspektiv og tilegne dig kompetencerne inden for kampagneplanlægningens forskellige faser og resultatet af arbejdet vil blive et oplæg på en konkret integreret kampagne for en kunde.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden og forståelse for:

- De forskellige bureautyper og bureauroller internt på et bureau
- Et bureaus forretningsmodel, afregningsmekanisme og tidsstyring
- Bureauets arbejdsgange og kampagneprocessen
- De forskellige briefingtyper, deres form og indhold
- Hvordan man pitcher sit kampagneoplæg
- Brandforståelse, herunder hvordan det kan skille sig ud
- Målgruppeforståelse, herunder indsigter
- Markedsforståelse, herunder kategori
- Kreativ konceptudvikling – metoder og kritisk vurdering
- Budskaber og tekstforfatning
- Den integrerede kampagne, herunder kampagneflows
- Brand building, herunder storytelling og ambient marketing

Færdigheder

Den studerende kan:

- Analysere, vurdere og udvælge det rigtige bureau til et fremtidigt samarbejde
- Forberede, gennemføre og styre kundemøder, med henblik på at modtage en kampagnebriefing samt pitche et færdigt kampagneoplæg
- Indsamle og anvende målgruppeindsigter
- Anvende og udforme kampagneplanlægning
- Analysere og vurdere fundamentet for en kampagnestrategi
- Anvende og vurdere konceptudviklingsteknikker
- Udforme og vurdere budskaber og reklametekster
- Vurdere og udvælge de rette medier, samt udforme kampagneflows
- Udarbejde konkrete forslag til udformningen af udvalgte medier.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Effektivt deltage i og styre en kampagneproces
- Deltage i udarbejdelse af kampagner
- Deltage i udarbejdelse af effektive taktiske kampagner
- Håndtere planlægning og implementering af integrerede kampagner.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven i Operational Advertising består af en løbende bedømmelsesaktivitet samt en individuel, mundtlig eksamen, hvor der eksamineres i læringsmålene for valgfaget.

Løbende bedømmelsesaktivitet:

Den løbende bedømmelsesaktivitet består af et caseoplæg, der udarbejdes i grupper á 4-6 studerende, på baggrund af en kommunikativ problemstilling for en udvalgt virksomhed. Caseoplægget skal laves som en præsentation (Power Point el. PDF) på max. 50 præsentations-slides (ekskl. bilag). Caseoplægget skal være rettidigt afleveret og have redeligt indhold. Den studerende skal desuden deltage i en mundtlig gruppepræsentation af caseoplægget for undervisere og evt. virksomhed.

Individuel mundtlig eksamen:

Den individuelle, mundtlige eksamination vil tage udgangspunkt i en videocase, der udtrækkes til eksaminationen. Varighed af eksaminationen er 30 minutter inkl. votering, og der er ingen forberedelse.

Bedømmeskriterier og censurtype

Bedømmeskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Operational Advertising. Resultatet fra den løbende bedømmelsesaktivitet indgår i bedømmelsen og tæller 30% af den samlede karakter. Den individuelle, mundtlige eksamen tæller 70% af den samlede karakter. Der gives én samlet karakter for faget Operational Advertising (løbende bedømmelsesaktivitet samt den mundtlige prøve).

Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Den studerende har ét forsøg til at gennemføre den løbende bedømmelsesaktivitet. Ved manglende aflevering af caseoplæg, udokumenteret fravær til præsentationen, eller aflevering af caseoplæg uden reelt indhold tildeles den studerende karakteren -3. Har den studerende dokumenteret fravær ved sygdom, barsel eller orlov, tildeles et nyt prøveforsøg.

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven består af en ny individuel mundtlig eksamen efter samme form som beskrevet ovenfor.



3.4. Indkøb – 7,5 ECTS

Indhold

Formålet med faget er, at den studerende opnår kompetence til at varetage centrale funktioner inden for indkøb på tværs af brancher.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om og forståelse for:

- Roller og opgaver som indkøber i både produktionsvirksomheder og detailhandelsvirksomheder
- Kravspecifikationer til produkter, som skal indkøbes
- Indkøbsstrategier
- Leverandørvalg
- Leverandørsamarbejde
- Forhandling
- Økonomi relateret til indkøb
- Operationelt og strategisk indkøb i både produktions- og detailhandelsvirksomheder

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende centrale metoder til at analysere indkøbet i både produktions- og detailhandelsvirksomheder
- Analysere og definere valgkriterier til produkter som skal indkøbes
- Analysere og opstille valgkriterier til leverandørvalg
- Kortlægge leverandørmarkedet
- Vælge indkøbsstrategi
- Foretage begrundet leverandørvalg
- Forberede, gennemføre og evaluere en forhandling
- Analysere økonomiske konsekvenser af et indkøb
- Anvende de valgte analyser til at løse problemstillinger og arbejdsopgaver relateret til indkøb i både produktions- og detailhandelsvirksomheder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere operationelle og strategiske udviklingsorienterede opgaver inden for indkøb i både produktions- og detailhandelsvirksomheder
- Forholde sig kritisk til løsningsforslagenes anvendelse og implementering i praksis.
- Indgå i fagligt og tværligt samarbejde med leverandører og andre interessenter

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en individuel mundtlig prøve med 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. Den studerende starter eksaminationen med at fremlægge sine svar og overvejelser til casens spørgsmål.

Forløbet af den mundtlige eksamination er som følger:

- 30 minutters forberedelsestid
- 30 minutters eksamination:
 - Ca. 5-10 min: Præsentation af svar og overvejelser til casens spørgsmål
 - Ca. 15-20 min. pr. studerende: Eksamination med afsæt i casen
 - Ca. 5 min. pr. studerende: Votering.

Eksaminationstiden er 30 minutter, inkl. votering.

Alle hjælpemidler er tilladte under forberedelsen. Under eksaminationen må kun medbringes håndskrevne noter lavet under forberedelsen.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Indkøb. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen på baggrund af den mundtlige præstation, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

3.5. Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse – 7,5 ECTS

Indhold

Forandringer sker hurtigere end nogensinde før, og kravene til medarbejdernes forandringsevne stiger tilsvarende. Vil du gerne være med til at planlægge og lede optimering- og forandringsprojekter, er dette faget for dig. I faget arbejder vi med emner som ledelse af mennesker, teams og projekter, projektlederrollen, projektstyring, forandringer, kommunikation og adfærdsdesign. Du får desuden enkle og effektive værktøjer til at effektivisere og optimere arbejdsgange og processer, fx via Value Stream Mapping og Lean. Du lærer at planlægge og lede projekter og forandringer, så du i et kommende job vil kunne stå i spidsen for både større og mindre optimeringsprojekter.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Styringsprincipper som Lean og Six Sigma
- Procesoptimeringsværktøjer så som proces mapping og værdistrømsanalyse
- Projektlederens rolle med fokus på de ledelsesmæssige aspekter og udfordringer

- Projektorganisering, herunder sammensætning af det effektive team
- Teamrolleprofiler og -modeller
- Ledelse af teams og sikring af teamudvikling
- Grundlæggende teorier om og principper i forandringsledelse
- Forskellige typer af forandringsprocesser
- Forandringens faser og faldgruber
- Værktøjer til planlægning og gennemførelse af forandringer
- Adfærdsdesign og brugen heraf i forbindelse med forandringer

Færdigheder

Den studerende kan:

- Effektivisere og optimere arbejdsgange
- Sammensætte en effektiv projektgruppe
- Sikre motivation og teamudvikling i projektgruppen
- Planlægge og implementere forandringsprocesser gennem kendskab til forandringsledelse
- Forstå, identificere og håndtere modstand mod forandring
- Vurdere omfanget af forandringsudfordringen og vælge den rette løsning i den konkrete situation
- Anvende adfærdsdesign som en del af forandringsprocessen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Planlægge og stå i spidsen for både større og mindre optimeringsprojekter
- Sammensætte og lede et projektteam på effektiv vis
- Initiere, planlægge og styre forandringsprojekter – og processer

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven består af en gruppepræsentation og en individuel mundtlig prøve med udgangspunkt i en skriftlig analyse udarbejdet i grupper.

Formkrav til den skriftlige analyse

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes en skriftlig analyse af en konkret organisations processer (case). Den skriftlige analyse må have et omfang på 21.000 anslag (10 normalsider) eksklusiv bilag. Analysen udarbejdes i grupper af 4-5 studerende. Analyse uploades til WISEflow ca. en uge inden den mundtlige eksamen. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Den mundtlige prøve

Prøven består af en gruppepræsentation kombineret med en individuel eksamination. Gruppen lægger ud med en præsentation af 20 minutters varighed, hvori analysen og løsningsforslaget uddybes og perspektiveres, f.eks. med fokus på implementering af løsningsforslaget. Herefter følger

en individuel mundtlig eksamination i 20 minutter, inkl. votering med udgangspunkt i den skriftlige analyse.

Forudsætninger for at gå til den mundtlige del af prøven

For at kunne gå til den mundtlige del af prøven er det en forudsætning, at den studerende sammen med sin gruppe har afleveret den skriftlige analyse rettidigt og med redeligt indhold (se Studieupdate). Den skriftlige analyse skal opfylde ovenstående formkrav.

Har den studerende ikke deltaget i/afleveret beslutningsoplægget eller er formalia ikke opfyldt, kan den studerende ikke gå til den mundtlige prøve og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmål for det valgfrie element, Procesoptimering, projekt- og forandringsledelse. Der gives en samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af gruppepræsentationen og den individuelle mundtlige præstation.

Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

- Har den studerende ikke deltaget i/afleveret analysen, får den studerende udleveret samme case, som skal udarbejdes individuelt eller i grupper fastsat af underviseren. Aflevering og præsentation oplyses på Studieupdate.
- Har den studerende afleveret beslutningsoplægget, skal den studerende udelukkende op til en ny mundtlig eksamen, der vil tage udgangspunkt i den allerede afleverede skriftlige opgave.

3.6. Søgemaskineoptimering (SEO) – 7,5 ECTS

Indhold

Vil du arbejde med online marketing, vil dette fag give dig et godt afsæt. Del 1 er teknisk betonet, mens del 2 er kreativ. Valgfaget har en datatilgang, men der er plads til både talnørder og kreative sjæle. Søgemaskineoptimering er en stor indtjeningskilde for mange virksomheder. Medarbejdere, der kan skaffe synlighed i søgemaskinerne, er derfor i høj kurs i erhvervslivet. Med dette fag bliver du klædt på, så du kan varetage og udvikle hjemmesider, så du kan tjene penge til virksomheden.

Du lærer det tekniske grundlag, der skal til for at begå dig på Google og du lærer link building, hvor det gælder om at få andre hjemmesider til at linke til din side. Denne del bygger på viden om godt indhold og PR. Ved del 2 er der masser af plads til kreativt arbejde. Den studerende skal kunne analysere aspekterne inden for søgemaskine optimering og herefter udarbejde strategier til eksekvering.



Faget er praktisk funderet, og lægger derfor op til, at du har en hjemmeside, som du kan bruge i undervisningen.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Centrale begreber inden for søgemaskineoptimering
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med søgemaskineoptimering
- User Signals, link building og den tekniske indsigt i, hvad der skal til for at rangere på Google.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg via organisk søgetrafik
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille KPI'er for virksomhedens digitale strategi
- Anvende webstatistikker og behandle data og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- Lave link building med flere forskellige tilgange.

Kompetencer

Den studerende kan:

- 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.

Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen (inkl. votering) 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 alle valgfagets læringsmål

Alle hjælpemidler er tilladt i løbet af forberedelsen. Dog er kommunikation med andre under forberedelsen ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Søgemaskineoptimering. Der gives karakter på baggrund af den mundtlige præstation. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

3.7. Dataanalyse – 7,5 ECTS**Indhold**

Vil du arbejde med online marketing, er dette fag med til at give dig en vigtig og grundlæggende forståelse for området. Faget anbefales til alle, der vil arbejde med markedsføring eller hjemmesider. Med dette fag bliver du klædt på, så du kan varetage og udvikle salget for online virksomheder, så du kan tjene penge til virksomheden.

Du kommer til at lære programmerne Google Analytics, Google Tag Manager og Google Data Studio. Google Analytics giver dig en mængde rådata, som giver et godt afsæt til brugen af data. Ved Google Tag Manager lærer du at kigge på de store linjer og afdække hvilke data, der mangler i din beslutningsproces eller forståelsesramme. Her lærer du selv at indsamle denne data, så du kan udvikle din forståelse for hjemmesiden.

Ved Google Data Studio lærer du at opsætte professionelle rapporter, som du kan sende til interessenter eller vise på storskærme på kontoret. Den studerende skal ud fra Google Analytics og Tag Manager kunne afdække potentialet inden for markedsføringsindsatsen.

Faget er praktisk funderet og lægger derfor op til, at du har en hjemmeside, som du kan bruge i undervisningen.

Læringsmål**Viden**

Den studerende har viden om:

- Centrale begreber inden for Analytics
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med dataanalyse
- Opsætning og brug af Google Tag Manager
- Opsætning og brug af Google Data Studio

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber med henblik på at vurdere potentialet for konverteringer via en hjemmeside
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille KPI'er for virksomhedens digitale strategi
- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage potentialet for markedsføringsindsatsen

Kompetencer

Den studerende kan:

- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med online analyse
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation ved brug af tal

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen med 60 minutters forberedelse.

På eksamensdagen trækker den studerende en case med tilhørende spørgsmål. Den studerende har efterfølgende 60 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 alle valgfagets læringsmål, den udtrukne case og spørgsmål lægger op til.

Alle hjælpemidler er tilladt i løbet af forberedelsen. Dog er kommunikation med andre under forberedelsen ikke tilladt.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Dataanalyse. Der gives karakter på baggrund af den mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

3.8. Sociale Medier og Content Marketing – 7,5 ECTS

Indhold

På dette valgfag får du en grundlæggende forståelse for begreber og værktøjer inden for sociale medier og content marketing, så du professionelt kan planlægge og skabe indhold til en lang række af de mest gængse sociale medieplatforme. Du får indblik i, hvordan du kan skabe socialt indhold til en ønsket målgruppe, samt hvordan du analyserer og vurderer dets effekt. Faget klæder dig på til, at du kan arbejde professionelt med sociale medier, herunder at spotte trends og tendenser inden for sociale medier, udnytte målgruppens internetkultur, community building og at skabe godt indhold.

Faget bygger på en grundlæggende forståelse for begreber, metoder og værktøjer inden for sociale medier og content marketing, således at den studerende kan udarbejde indhold til sociale medieplatforme og forstå planlægningen heraf. Dette inkluderer analyse og vurdering af indholdseffekt, planlægning af sociale medie aktiviteter samt skabelsen af socialt indhold.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Centrale begreber og termologi inden for den sociale medieverden
- Kendskab til en række af de gængse og mindre gængse sociale medieplatforme
- Viden om produktion af socialt indhold til forskellige typer af platforme
- Forståelse for content marketing
- Viden om produktion af multimodalt indhold til brug på sociale medier

Færdigheder

Den studerende kan:

- Skabe profiler og kanaler på forskellige sociale medier
- Anvende og drifte kanaler på en række af sociale medier
- Indgå i den kreative proces om skabelsen af indhold til sociale medier
- Opstille, planlægge og eksekvere på tilblivelsen af indhold til forskellige sociale medier
- Skabe indhold til de forskellige sociale medier i form af tekst, grafik og video
- Analysere og vurdere effekten af indhold på sociale medier
- Vurdere potentialet for brugen af sociale medier på vegne af virksomheder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i tværgående teams i forbindelse med virksomheders arbejde med sociale medier
- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med sociale medier
- Håndtere udviklingen af strategi for sociale medier og content marketing i en virksomhed med udgangspunkt i virksomhedens situation

- Benytte sig af webstatistik til at tilrettelægge og optimere sociale mediers indsats for virksomheder

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen baseret på en udleveret virksomheds-case.

Ved den mundtlige eksamination har den studerende 5 minutter til at præsentere sin besvarelse af caseopgaven med afsæt i den afleverede disposition. Herefter følger 25 minutters eksamination (incl. votering).

Forudsætninger for at gå til prøven

Det er en forudsætning for at gå til prøven, at den studerende får godkendt besvarelsen af caseopgaven og dispositionen for casepræsentationen, der laves på baggrund af en problemstilling inden for sociale medier og content marketing. Caseoplægget udarbejdes i grupper a 4 studerende og præsenteres i en video på max. 10 minutter. Caseoplægget skal opfylde formalia og være rettidigt afleveret (se Studieupdate).

Casen udleveres i WISEflow, og den studerende har efterfølgende 48 timer til at besvare casespørgsmål samt udarbejde en disposition for casepræsentationen (max. 1 side). Besvarelse og disposition skal uploades til WISEflow forud for den mundtlige eksamen.

Afleveringstidspunktet for besvarelsen af casen inklusiv disposition vil fremgå på Studieupdate. Hvis casebesvarelsen ikke godkendes, eller hvis den studerende ikke har deltaget i videopræsentationen, kan den studerende ikke gå til den mundtlige eksamen, og der er brugt et eksamensforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Sociale Medier og Content Marketing. Der gives en karakter på baggrund af den mundtlige eksamination. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen. Har den studerende fået godkendt caseoplægget ved den ordinære eksamen, skal der ikke afleveres ny case. Har den studerende ikke afleveret/ikke fået godkendt caseoplægget, skal den studerende udarbejde casen på ny (individuel aflevering). Information om dette følger fra underviser.



3.9. Bæredygtighed – 7,5 ECTS

Indhold

Fagelementet Bæredygtighed indeholder bæredygtighed med udgangspunkt i FN's 17 verdensmål. Der vil i faget blive arbejdet på tre niveauer: Globalt, Lokalt og Ultralokalt niveau. Det globale niveau dækker emner som FN's verdensmål, befolkningstilvækst, makroøkonomiske modeller, cirkulær økonomi og doughnut økonomi etc. Det lokale niveau dækker emner som den bæredygtige værdikæde i virksomheden, 3-dobbelte bundlinje, sommerfuglemodellen etc. På det ultralokale niveau arbejdes der med, hvordan man kan agere bæredygtigt i sit eget liv. Fagelementet indeholder desuden bæredygtighed i et bredt perspektiv med det formål at kunne udvælge de konkrete tiltag, der knytter sig til bæredygtighed i relation til det daglige arbejde i virksomheden.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- FN's 17 verdensmål
- Bæredygtighed på globalt, lokalt og ultralokalt niveau
- Centrale begreber inden for bæredygtighed i relation til virksomhedens behov og forretningsmodel
- Centrale modeller inden for bæredygtighed
- Og forståelse for hvorfor det er vigtigt på individniveau at tænke bæredygtigt

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til praksis inden for bæredygtig forretningsudvikling og forretningsforståelse
- Identificere og vurdere udviklingsmuligheder med fokus på bæredygtighed og FN's 17 verdensmål
- Udvælge de rette værktøjer inden for bæredygtighed, der passer til virksomhedens problemstilling
- Formidle en virksomheds bæredygtighedsstrategi til samarbejdspartnere og kunder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Bidrage til at udvikle virksomhedens bæredygtighedsstrategi og udvikle et bæredygtigt mindset
- Deltage i planlægningen og gennemførelse af virksomhedens bæredygtighedsstrategi
- Udforme konkrete løsningsforslag til at anvende FN's verdensmål i virksomheden
- Forholde sig kritisk til, hvordan man på individniveau kan bevæge sig i en bæredygtig retning

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven i Bæredygtighedsfagelementet består af en løbende bedømmelsesaktivitet samt en individuel mundtlig eksamen på baggrund af en skriftlig opgave.

Løbende bedømmelsesaktivitet

Den løbende bedømmelsesaktivitet består af en individuel multiple choice test, med det formål at afteste den studerendes begrebsforståelse.

Den skriftlige opgave

Opgaven er en artikel – et såkaldt ”white paper” - der indeholder anbefalinger til og løsninger på en konkret problemstilling for en virksomhed. Artiklen udarbejdes i grupper og omfanget må max. være 3.150 anslag (1,5 side). Artiklen afleveres på WISEflow ca. 7 dage før den mundtlige eksamination. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Individuel mundtlig eksamen:

Den individuelle mundtlige eksamen tager udgangspunkt i den skriftlige opgave.

Eksaminationstiden er 30 minutter pr. studerende, inkl. votering, og indeholder følgende:

- Den studerende redegør for personlig udvikling gennem undervisningsforløbet (5 min.)
- Den studerende eksamineres i fagets læringsmål inkl. artiklen (20 min.)
- Votering og feedback (5 min.)

Forudsætninger for at gå til eksamen

Det er en forudsætning for at gå til den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret den skriftlige opgave, som udgør en del af eksaminationsgrundlaget. Opgaven skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret (se 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.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Bæredygtighed. Resultatet fra den løbende bedømmelsesaktivitet indgår i bedømmelsen og tæller 30% af den samlede karakter. Den individuelle, mundtlige eksamen tæller 70% af den samlede karakter. Der gives én samlet karakter for Bæredygtighedsfaget (løbende bedømmelsesaktivitet samt den mundtlige prøve). Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Den studerende har ét forsøg til at gennemføre den løbende bedømmelsesaktivitet. Ved udokumenteret fravær til multiple choice testen tildeles den studerende karakteren -3. Har den studerende dokumenteret fravær ved sygdom, barsel eller orlov tildeles et nyt prøveforsøg.

Syge- og omprøver

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven består af en ny individuel mundtlig prøve efter samme form som beskrevet ovenfor.



3.10. International Business & Marketing Communication – 7,5 ECTS

Content

Valgfaget udbydes på engelsk.

Do you wish to improve your communication skills necessary for a career in, for example, sales and marketing? Or improve your English proficiency for business?

Do you wish to develop the competences of Cultural Intelligence for international business practice? Or to delve deeper into Marketing Communication in a cross-cultural perspective? Or discover the increasing significance of Corporate Communication and its impact on the organization?

This elective will work within these areas with the elective taught in English in order to prepare the student for international opportunities.

Learning objectives

Knowledge and understanding

The student will gain knowledge of:

- Communication principles and theory
- Deeper understanding of the impact of culture on communication and marketing in an international business environment
- Further knowledge of marketing communication in an inter-cultural context
- Corporate Communication principles and Public Relations

Skills

The student will get the skills to:

- Speak English at a high level for international business
- Adapt communication strategies for an intercultural context
- Analyse international consumer behaviour and adapting marketing communication to the respective international markets
- Analyse an organization's communicative requirements and preparing PR materials

Competencies

The student will learn to:

- Participate in oral and written communicative tasks in English in relation to marketing, sales and business communication in an international company
- Achieve Cultural Intelligence in order to function in cross-cultural business environments
- Communicate effectively with international partners with different cultural and linguistic backgrounds
- Create PR materials for an organisation relevant for its stakeholders

Exam and format

The exam is an oral individual exam based on an individual written report of max 6,300 characters. On the basis of a case study the student will present a report discussing the various elements of the case in relation to the theory taught during the elective.

An oral presentation discussing the written report and the various elective elements will follow. The duration of the oral exam is 30 minutes, incl. assessment.

Prerequisites to take the exam

In order to participate in the oral exam, the written exam paper must be timely submitted and the content of the written exam paper must be approved.

If the student fails to upload the answer to WISEflow before the deadline expires, the student cannot take the oral exam and will have used one examination attempt.

Assessment

The evaluation criteria for the exam are directly related to the learning objectives of the elective educational element International Business & Marketing Communication.

An individual grade is awarded based on the oral exam. Marks are awarded according to the 7-point scale, and the exam has an internal co-examiner.

Completion of the exam

If a student fails the oral exam, the student must take a re-exam, which will be conducted as the previous examination. The re-exam will be based on the already submitted written report.

4. Valgfag på 5 ECTS på uddannelsen

4.1. Key Account Management og salgsledelse – 5 ECTS

Indhold

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 2. 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.

Læringsmål

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 kan:

- 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 kan:

- Strukturere salg på strategisk niveau på B2B markedet
- Give/modtage udviklende feedback til/fra medarbejdere/ledelse
- Give/modtage salgskoaching til/fra medarbejdere/ledelse.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven er en 30 minutters individuel mundtlig eksamen (inkl. votering) 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 valgfagets læringsmål med udgangspunkt i casen. Således kan der under eksaminationen komme spørgsmål til hele valgfagets læringsmål.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Key Account Management og salgsledelse. Der gives en karakter på baggrund af den mundtlige eksamination. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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



4.2. Iværksætter – 5 ECTS

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.

Læringsmål

Viden

Den studerende har 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 kan:

- Arbejde med innovation
- Give en karakteristik af en iværksætter i dag
- Idéudvikle og vurdere idéers kommercielle bæredygtighed
- Identificere og vurdere finansieringsbehov og muligheder
- Udvikle og validere en forretningside og forretningsplan
- Pitche/sælge en ide til en investor eller samarbejdspartner via træning og deltagelse i idékonkurrencer
- Starte en virksomhed fra en idé.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Forstå og handle på innovation
- Udvikle, præsentere og vurdere en forretningsidé
- På baggrund af forretningsidéen at kunne udarbejde, præsentere og vurdere en forretningsplan
- Starte en virksomhed.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

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

Formkrav til den skriftlige 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 og indholdet skal være redeligt. Forretningsplanen afleveres ca. 7 dage før den mundtlige eksamination. Dato for aflevering oplyses på Studieupdate.

Den individuelle mundtlige prøve

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 (inkl. votering).

Forudsætninger for at gå til eksamen

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 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.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Iværksætter. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af forretningsplanen og den individuelle, mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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.

4.3. Oplevelsesøkonomi – 5 ECTS**Indhold**

Vi arbejder først med oplevelsesøkonomiens indvirkning på samfundet og virksomheders økonomi samt udviklingen inden for feltet. Vi analyserer og vurderer virksomheders eksisterende oplevelser og forretningsmodeller. Derfra arbejder vi med kreativ idéudvikling, skabelse af meningsfulde oplevelser og kreative designmetoder, alt sammen med gæsten i fokus. Vi udforsker begreber som

autenticitet, co-creation og loyalitet i bred kontekst og ser derefter nærmere på, hvordan virksomheder og organisationer skaber værdifulde oplevelser med afsæt heri.

Faget afsluttes med udvikling af et kreativt oplevelseskoncept, som de studerende udvikler for en virksomhed eller organisation.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om definitioner, teorier og centrale modeller inden for oplevelsesøkonomi, herunder den oplevelsesøkonomiske udvikling
- Forståelse for, hvorledes virksomheder, organisationer og brancher kan skabe rammerne for oplevelser.

Færdigheder

Den studerende kan:

- analysere og vurdere konkrete virksomheders, organisationers og branchers oplevelseskoncepter ved hjælp af relevante modeller og teorier
- udvikle nye oplevelseskoncepter ved brug af relevante modeller og teorier

Kompetencer

Den studerende kan:

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

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Prøven består en gruppepræsentation og en individuel mundtlig prøve med afsæt i en skriftlig aflevering udarbejdet i grupper af 3-4 studerende.

Formkrav til den skriftlige aflevering

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes en analyse og vurdering af en konkret virksomheds eller organisations oplevelser. Ud fra analysen udvikles idéer og forslag til nye oplevelselementer eller -koncepter for virksomheden eller organisationen. Gruppen skal via video, fotos eller andet dokumentere, at der er afholdt et møde med opdragsgiver omkring eksamensopgaven.

Der udarbejdes et praktisk produkt bestående af en synopsis på max. 2 sider (4.200 anslag) inkl. problemformulering og litteraturliste samt præsentationsmateriale (Power Point el. lignende),

svarende til ca. 10-12 slides. Analysen, synopsis og præsentationen udarbejdes i grupper af 3-4 studerende.

Den mundtlige prøve

Den mundtlige prøve består af en gruppedel samt en individuel del og foregår som følger:

- Gruppen fremlægger deres oplevelseskoncept (præsentationen) i ca. 20 minutter, uanset gruppestørrelse. Taletid fordeles ligeligt mellem gruppens medlemmer. Præsentationen skal indeholde argumentation for, hvorfor det specifikke oplevelseskoncept vil fungere med udgangspunkt i teori og indsigter fra faget.
- Den studerende eksamineres herefter individuelt i 20 minutter, inkl. votering

Forudsætninger for at gå til eksamen

Det er en forudsætning for deltagelse i den mundtlige del af prøven, at den studerende, sammen med sin gruppe, har deltaget aktivt i gruppearbejdet og har afleveret det praktiske produkt samt dokumentation for møde med opdragsgiver.

Opgaven skal opfylde formkrav samt være korrekt og rettidig afleveret (se Studieupdate).

Hvis den studerende ikke har afleveret sit praktiske produkt samt dokumentation for møde/præsentation, kan den studerende ikke gå til den mundtlige eksamen og der er brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er identiske med læringsmålene for valgfaget, Oplevelsesøkonomi. Der gives en samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af gruppens præsentation og den individuelle eksamination. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen, dog skal der ikke udarbejdes et nyt skriftligt oplæg.

4.4. Public relations (PR) – 5 ECTS

Indhold

I faget arbejdes der med, hvordan Public Relations (PR) kan anvendes som et redskab til at opnå en virksomheds marketingmålsætninger. Ikke mindst, hvordan en virksomhed kan brænde igennem til journalisterne og øge kendskabet til sine produkter og services gennem redaktionel omtale.

PR er en del af en virksomheds samlede promotion mix, men adskiller sig ved ofte at være ikke-betalte aktiviteter såsom pressekontakt, krisekommunikation og partnerskaber, men også events og sociale medier. Den studerende gøres i stand til at udføre praktiske PR-opgaver i en virksomhed.

Læringsmål

Viden og forståelse

Den studerende har viden om:

- Hvilke formål virksomheder kan have med deres PR-aktiviteter
- Hvilke aktiviteter der ligger under PR-begrebet (pressekontakt, krisekommunikation, public affairs mv.)
- Hvordan PR adskiller sig fra andre discipliner inden for markedsføring

Færdigheder

Den studerende kan:

- Analysere og kortlægge en virksomheds stakeholders
- Analysere og vurdere behovet for PR-aktiviteter, herunder krisekommunikation og public affairs
- Vurdere og udvælge de rette nyhedsmedier samt skrive en historie, der passer til mediet ud fra nyhedskriterierne
- Formidle en historie til journalister med henblik på redaktionel omtale
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge PR-aktiviteter og relatere til den overordnede markedsføringsplan.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Deltage i udviklingen af en PR-strategi
- Deltage i den praktiske udførelse af daglige PR-opgaver
- Deltage i arbejdet med at integrere PR i virksomhedens øvrige kommunikation.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes et skriftligt oplæg (max. 8.400 anslag) til en PR-strategi og konkrete aktiviteter for en virksomhed. Analysen udarbejdes i grupper af 2-3 studerende. Faget afsluttes med en individuel 30 minutters mundtlig eksamen med udgangspunkt i oplægget. Der eksamineres bredt i fagets læringsmål og der kan således komme spørgsmål til andre dele af læringsmålene end dem, det skriftlige oplæg lægger op til

Forudsætninger for at gå til eksamen

Det er en forudsætning for at gå til den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret det skriftlige oplæg, som udgør en del af eksaminations- og bedømmelsesgrundlaget. Oplægget skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt afleveret (se 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.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Public Relations (PR). Der gives en samlet individuel karakter efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsesgrundlaget er en samlet helhedsvurdering af det skriftlige oplæg og den mundtlige, individuelle præstation.

Fuldførelse af prøven

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

4.5. E-mail marketing – 5 ECTS

Indhold

Valgfaget arbejder med e-mail markedsføring og de udfordringer og muligheder, en virksomhed har med dette medie. Du bliver i stand til at planlægge og udføre en lang række af de opgaver, der er inden for dette felt – både teknisk og kreativt.

Du får indblik i, hvordan du etablerer og udvider din e-mail-base og hvordan du bruger den til at udføre effektiv og målrettet salg og markedsføring. Herunder arbejdes med mailchimp og automatisering af udsendelser, skabelse af relevant indhold og efterfølgende effektmåling, alt sammen under hensyn til juridiske retningslinjer på området.

Faget klæder dig med andre ord på til at kunne arbejde professionelt med e-mail markedsføring.

Formålet med faget er, at den studerende bliver i stand til selvstændigt at udføre professionel e-mail markedsføring i praksis.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Centrale begreber om e-mail markedsføring
- E-mail markedsføringsstrategi
- E-mailens markedsføringsmæssige indhold
- Tekniske muligheder med e-mail platforme
- Relevant jura ved e-mail markedsføring.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Udarbejde relevant indhold til e-mail markedsføring
- Opbygge en e-mail base
- Udføre målrettet e-mail markedsføring
- Oprette og håndtere automatisering af e-mail udsendelser
- Udføre test og effektmåling af e-mail udsendelser
- Anvende e-mail marketing software.

Kompetencer

Den studerende kan

- Selvstændigt analysere, planlægge og udføre opgaver i forbindelse med e-mail markedsføring
- Håndtere og tilpasse e-mail markedsføring ift. en virksomheds samlede digitale markedsføring.

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Faget afsluttes med en 30 minutters individuel mundtlig eksamen baseret på et praktisk produkt og en disposition.

Med udgangspunkt i centrale modeller og værktøjer fra faget udarbejdes et praktisk produkt samt en disposition. Den studerende har 48 timer til at lave en disposition på baggrund af en udleveret case. Casen udleveres i WISEflow.

Formkrav til det praktiske produkt

Et praktisk produkt er kendetegnet ved:

- At den studerende gennem det praktiske produkt viser sine evner til at omsætte teori til et praktisk produkt
- At den studerende præsenterer sin løsning, som f.eks. kan være et en opførelse, en udstilling, en praktisk øvelse, resultatet af en programmeringsopgave, en videopræsentation eller lignende
- At det sammen med dispositionen danner grundlag for den mundtlige eksamination.

Formkrav til en disposition

En disposition er kendetegnet ved:

- At den studerende gennem det praktiske produkt viser sine evner til at omsætte teori til et praktisk produkt
- At den har et omfang på maksimum én A4-side og desuden er vedhæftet en litteraturliste
- At den i stikordsform angiver det teoretiske grundlag for det praktiske produkt
- At den sammen med det praktiske produkt danner grundlag for den mundtlige eksamination.

Dispositionen skal have et omfang på max. 2.100 anslag (1 normalside), samt en litteraturliste.

Den mundtlige prøve

Den individuelle mundtlige prøve tager udgangspunkt i dispositionen og det praktiske produkt. Eksaminationstiden er 30 minutter pr. studerende, inkl. votering. Til eksaminationen forbereder den studerende en præsentation på max. 7-10 min. Herefter er der eksamination af den studerende i ca. 20-23 minutter (inkl. votering).

Forudsætninger for at gå til eksamen

Det er en forudsætning for deltagelse i den mundtlige del af prøven, at den studerende har afleveret sin disposition (via WISEflow). Dispositionen skal opfylde formalia og være korrekt og rettidigt

afleveret (se 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.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, e-mail marketing. Der gives en samlet karakter på baggrund af en helhedsvurdering af det praktiske produkt, dispositionen og den mundtlige præstation. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

Hvis prøven ikke består, skal den studerende til omprøve. Omprøven har samme prøveform som ordinær eksamen. Ved omprøven skal der afleveres en ny disposition og et nyt praktisk produkt ud fra en ny case. Dette gælder dog ikke ved sygeeksamen.

4.6. Google Ads /Search Engine Advertising (SEA) – 5 ECTS

Indhold

Annoncering på Googles netværk er en af de største og vigtigste indtjeningskilder for mange virksomheder. Denne annonceringsform er i dag en enorm del af de fleste marketingafdelinger. Medarbejdere, der mestrer Google Ads, kan ofte med det samme lave omsætning, der kan holde en virksomhed kørende. Med dette fag bliver du klædt på, så du kan varetage og udvikle Google Ads kampagner, så du kan tjene penge til virksomheden. Du kommer til at sætte kampagner op til Google's Søgenetværk, display netværk og Google Shopping. Du vil få en god forståelse for optimering, dataanalyse og godt købmandsskab i dette fag. Du vil desuden stifte bekendtskab med Bing Ads og Adwords Editor. Den studerende skal kunne analysere aspekterne inden for betalt annoncering på Google og Bing og herefter udarbejde strategier til eksekvering.

Faget er praktisk funderet og lægger derfor op til, at du i samarbejde med en virksomhed kan administrere en Google konto, som du kan bruge i undervisningen.

Læringsmål

Viden og forståelse

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

- Centrale begreber inden for betalt annoncering på søgemaskinerne (SEA)
- Centrale primære og sekundære dataindsamlingsmetoder i relation til arbejdet med SEA
- Hvad der skal til for at få maksimal effekt af SEA på Google

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg via SEA
- Anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til områdets praksis
- Opstille KPI'er for virksomhedens digitale strategi

- Anvende webstatistikker og behandle data, og på den baggrund uddrage konsekvenserne for markedsføringsindsatsen
- Opsætte og vedligeholde kampagner.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Selvstændigt analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med SEA
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation

Prøveform og tilrettelæggelse - herunder evt. formkrav

Faget afsluttes med en 30 minutters individuel mundtlig eksamen (inkl. votering) 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 hele valgfagets læringsmål.

Bedømmelseskriterier og censurtype

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, Google Ads/SEA. Der gives karakter på baggrund af den mundtlige præstation. Bedømmelse sker efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur.

Fuldførelse af prøven

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

4.7. Internationale sommerskoler – 5 ECTS

Placering: Sommerferie inden opstart af 3. semester

Indhold

Formålet med den internationale sommerskole er at opnå kompetencer til at indgå i multikulturelle teams i en faglig sammenhæng. De faglige emner i de enkelte sommerskoler varierer, dog alle med det fælles træk, at der indgår innovation, og der skal løses en større opgave i samarbejde med lokale studerende. Læs mere om sommerskolerne på Studieupdate – Rejs Ud.

Studerende, som vælger ”Sommerskole” som valgfag på 3. semester, oplyses om endelige valgmuligheder og betingelser inden 1/3 2021.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

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

Færdigheder

Den studerende kan:

- Arbejde tværfagligt og tværkulturelt
- Arbejde projektorienteret i et multikulturelt miljø
- Engelsk business sprog
- Tilegne sig ny teoretisk viden om kulturteori og forretningskultur.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Arbejde tværkulturelt under andre og udfordrende omgivelser
- Præsentere og sælge af ideer
- Indgå i internationalt arbejde
- Arbejde sammen med mennesker, der er anderledes - både fagligt og kulturelt
- Indgå i uvante situationer
- Anvende ny viden om en fremmed kultur og marked.

Prøveform og tilrettelæggelse

Eksamensformen afhænger af den enkelte sommerskole. Den studerende eksamineres i forbindelse med sommerskolen.

Fuldførelse af prøven

Afhænger af den enkelte sommerskole.

5. Anvendelse af hjælpemidler

Under prøverne er anvendelse af hjælpemidler, herunder elektroniske hjælpemidler, tilladt, medmindre der i bekendtgørelsen eller studieordningen for den enkelte uddannelse er fastsat begrænsninger i anvendelsen.

Eventuelle regler for indskrænkning af brug af hjælpemidler vil fremgå af beskrivelsen af den enkelte prøve.

6. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget træder i kraft den 01.03.2021 og har virkning for de studerende, som skal vælge valgfag til efteråret 2021.

Samtidig ophæves valgfagskataloget for efterår 2020.