

## Rettelsesblad til: Valgfagskataloget 2019 markedsføringsøkonom (AK)

Rettet d. 16. juni 2020 af uddannelsesleder Pernille Hallum Lykkegaard.

### **Ikrafttrædelse**

Dette rettelsesblad til valgfagskataloget for markedsføringsøkonomuddannelsen gælder for de studerende, der skal vælge valgfag til efteråret 2020.

### **Ændringer til valgfagskataloget**

Ændringerne vedrører afsnit 4.6 *E-mail marketing* - 5 ECTS. Ændringerne går på prøveform og tilrettelæggelse herunder formkrav for eksamenen i valgfaget e-mail marketing.

### **Oprindelig formulering:**

#### **Indhold**

Valgfaget arbejdes 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 og forståelse

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

- 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 skal have færdigheder i at:

- 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 får kompetencer til at:

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

### **Prøveform og tilrettelæggelse herunder evt. formkrav**

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

### **Bedømmelseskriterier og censurtype**

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, e-mail marketing. 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.

### **Ændres til:**

### **Indhold**

Valgfaget arbejdes 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 og forståelse



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

- 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 skal have færdigheder i at:

- 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 får kompetencer til at:

- Selvstændigt kunne analysere, planlægge og udføre opgaver i forbindelse med e-mail markedsføring
- Kunne 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. 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 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 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 afleveres i eksamensrummet via WISEflow på afleveringsdagen.

*Den individuelle mundtlige prøve*

Den mundtlige eksamination tager udgangspunkt i produktet og de positionen. Der afsættes 30 minutter pr. eksaminand inkl. votering.

Den mundtlige eksaminationstid har følgende fordeling:

- 1/4 til et mundtligt oplæg
- 2/4 til eksaminationssamtale
- 1/4 til votering og tilbagemelding til den studerende

**Bedømmelseskriterier og censurtype**

Bedømmelseskriterierne for prøven er lig med læringsmålene for det valgfrie element, e-mail marketing. 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.