

## **STUDIEORDNING 2014-2016**

### **MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN**

**Erhvervsakademiuddannelsen (AK) inden for international handel og  
markedsføring**

**Markedsføringsøkonomuddannelsen  
Erhvervsakademi MidtVest  
August 2014**

## Indhold

### Fælles del 1 – 11

### Institutionsdel 12 – 22.

1.	1. Uddannelsen .....	4
1.1.	Formål.....	4
1.2.	Omfang .....	4
1.3.	Mål for læringsudbytte .....	4
1.4.	Titulatur .....	5
2.	2. Uddannelsens indhold og struktur.....	6
3.	3. Læringsmål for kerneområderne.....	8
3.1.	International markedsføring og salg (30 ECTS) .....	8
3.2.	Økonomi (20 ECTS).....	8
3.3.	Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS) .....	9
3.4.	Erhvervsret (10 ECTS).....	11
4.	Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer: .....	13
5.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester.....	13
	Tema: Virksomhedens strategiske situation.....	13
5.1	International markedsføring og salg (10 ECTS).....	13
5.2	Økonomi (5 ECTS) .....	14
5.3	Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS).....	15
5.4	Erhvervsret (5 ECTS) .....	17
6.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester .....	18
6.1	International markedsføring og salg (10 ECTS).....	18
6.2	Økonomi (5 ECTS) .....	19
6.3	Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS).....	20
6.4	Erhvervsret (5 ECTS).....	22
7.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester .....	23
7.1	International markedsføring og salg (10 ECTS).....	23
7.2	Økonomi (10 ECTS) .....	24
7.3	Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS).....	25
8.	Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer .....	26
8.1	Statistik - 2. semester (5 ECTS).....	26
8.2	Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS).....	27
9.	Praktik og afsluttende eksamensprojekt .....	28
9.1	Praktik (15 ECTS).....	28
9.2	Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS) .....	29
10.	Eksaminer.....	30
10.1	Oversigt over eksaminer .....	33
10.2	Obligatoriske prøver og eksaminer.....	34
	Eksamen i valgfri uddannelseselementer .....	36
11.	Indstilling til eksamen .....	37
12.	Valgfri Uddannelseselementer .....	38
13.	Regler for praktikkens gennemførelse.....	43
14.	Eksamen i valgfri uddannelseselementer .....	44
15.	Internationalisering.....	45

---

16.	Krav til skriftlige opgaver og projekter .....	45
16.1	Projekter og opgaver .....	45
16.2	Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS) .....	48
17.	Anvendte undervisnings og arbejdsformer.....	48
18.	Regler om merit .....	50
19.	Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen .....	51
20.	Krav om læsning af tekster på fremmedsprog. ....	51
21.	Ikrafttrædelsesbestemmelser .....	51
22.	Henvisninger til gældende retsregler.....	51

---

# Fælles del

## 1. 1. Uddannelsen

### 1.1. Formål

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

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

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

### 1.2. Omfang

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

### 1.3. Mål for læringsudbytte

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå på uddannelsen, jf. BEK nr. 689 af 03/07/2009:

#### Viden

Den uddannede har viden om

- 1) Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering,
- 2) Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) Salgets gennemførelse,
- 4) Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- 5) Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

---

## Færdigheder

Den uddannede kan

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

## Kompetencer

Den uddannede kan:

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

### **1.4. Titulatur og varighed**

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

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

Erhvervsakademigraden er i henhold til Kvalifikationsrammen for livslang læring indplaceret på niveau 5.

Uddannelsen er normeret til 120 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til ét års fuldtidsstudie, jf. § 9 i BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Uddannelser, der har en varighed på op til 120 ECTS-point, skal senest være afsluttet inden for det antal år, der svarer til det dobbelte af den normerede studietid, jf. BEK nr. 1521 § 5, stk. 2. Det vil sige, at den maksimale studietid for uddannelsen er i alt fire år. Institutionen kan dispensere fra seneste afslutningstidspunkt, når det er begrundet i usædvanlige forhold.

Denne studieordning træder i kraft d. 1. august 2014 og har virkning for studerende, som optages på uddannelsen fra og med efteråret 2014.

## 2. 2. Uddannelsens indhold og struktur

Uddannelsen består af 4 semestre der tilsammen giver den færdige markedsføringsøkonom den kompetenceprofil, der er nævnt under afsnit 1. Samtidig udgør hvert semester et samlet læringsforløb. Det er muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalerende læring fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Ligeledes kan udenlandske studerende gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

Uddannelsen består af 4 kerneområder, 2 valgfri uddannelseselementer, praktik og afsluttende eksamensprojekt. Uddannelsens indhold og ECTS omfang opdelt på kerneområder fremgår af tabellen på følgende side.

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

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer svarende til 95 ECTS obligatoriske uddannelseselementer, 10 ECTS valgfri uddannelseselementer, 15 ECTS praktik og et afsluttende projekt på 15 ECTS.

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

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

	<b>International Markedsføring og Salg</b>	<b>Økonomi</b>	<b>Kommunikation, organisation og ledelse</b>	<b>Erhvervsret</b>	<b>Valgfag</b>
<b>1. semester: Virksomhedens strategiske situation</b>	<b>10 ECTS</b> A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik 1	<b>5 ECTS</b> A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	<b>10 ECTS</b> A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Innovation D: Opbygning og analyse af supply chain	<b>5 ECTS</b> A: Retskilder B: Aftaleret C: Kreditsikring D: Virksomhedens retlige forhold	
<b>2. semester: Strategiformulering</b>	<b>10 ECTS</b> A: Markedsanalyse B: Grundlæggende statistik 2 C: Vækststrategi D: Internationalisering E: Segmentering, målgruppevalg og positionering	<b>5 ECTS</b> A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	<b>5 ECTS</b> A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse	<b>5 ECTS</b> A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	<b>5 ECTS</b> A: Statistik el. B: Valgfag el. C: Valgfag
<b>3. semester: Strategi- implementering</b>	<b>10 ECTS</b> A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlingsteknik	<b>10 ECTS</b> A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameteroptimering	<b>5 ECTS</b> A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		<b>5 ECTS</b> A: Driftsøkonomi el. B: Valgfag
<b>4. semester:</b>	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

**Uddannelsens struktur fremgår af nedenstående model**

### 3. 3. Læringsmål for kerneområderne

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

#### 3.1. *International markedsføring og salg (30 ECTS)*

##### Indhold

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

##### Den studerende skal have viden om

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

##### Den studerende skal have færdigheder i at

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

##### Den studerende skal opnå kompetencer til at

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

#### 3.2. *Økonomi (20 ECTS)*

##### Indhold

- Virksomhedsanalyse
- Mikroøkonomi
- Investering og finansiering
- Beskrivende økonomi og handelsteori



- Makroøkonomi
- Budgettering og parameteroptimering

#### **Den studerende skal have viden om**

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

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

### **3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)**

#### **Indhold**

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

#### **Den studerende skal have viden om**

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

### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM
- Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

### **Den studerende skal opnå kompetence til**

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

---

### 3.4. Erhvervsret (10 ECTS)

#### Indhold

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

#### Den studerende skal have viden om

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

#### Den studerende skal have færdigheder i at

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder produktansvar
- E-handel
- Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, navnlig funktionærret
- Tvangsfuldbyrdelse og konkurs
- Ejendomsforbehold
- Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

#### Den studerende skal opnå kompetencer til

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2010



## 4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer, der har et samlet omfang på 95 ECTS-point, valgfri uddannelseselementer, der har et omfang på 10 ECTS-point samt et afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS-point. Fordelingen er således:

<p><b>1. semester:</b> <b>Virksomhedens strategiske situation</b></p> <p><b>Obligatoriske uddannelseselementer:</b> International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS)</p>	<p><b>2. semester:</b> <b>Strategiformulering</b></p> <p><b>Obligatoriske uddannelseselementer:</b> International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS) <i>Valgfri uddannelseselement</i> (5 ECTS)</p>
<p><b>3. semester:</b> <b>Strategiimplementering</b></p> <p><b>Obligatoriske uddannelseselementer:</b> International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (10 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) <i>Valgfri uddannelseselement</i> (5 ECTS)</p>	<p><b>4. semester:</b></p> <p>Obligatorisk praktik (15 ECTS) Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)</p>

## 5. Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester

**Tema: Virksomhedens strategiske situation**

### 5.1 *International markedsføring og salg (10 ECTS)*

**Indhold:**

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik 1

**Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om:**

- marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk.
- og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation

**Den studerende skal have færdigheder i at**

- 
- Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier.
  - Kunne vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer.
  - Identificere virksomhedens stakeholders og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd.
  - Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden.
  - Formidle virksomhedens stærke og svage sider og trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere.
  - Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet
  - Udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
  - Behandle markedsanalysedata ved brug af statistiske værktøjer.

### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

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

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

## **5.2 Økonomi (5 ECTS)**

### **Indhold:**

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

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- Virksomhedens omkostningsforløb herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- Virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- Virksomheders økonomiske styringsområder herunder målsætning og opgaver
- Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- Virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra.
- Virksomhedens pengestrømme

- 
- Virksomheders supplerende rapporteringsformer herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
  - Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
  - Pris- og indkomstelasticiteters betydning
  - Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
  - eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

### **5.3 *Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)***

#### **Indhold:**

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskædernes opbygning

- 
- Kommunikationsformer og strategier (gennemføres på engelsk)
  - Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge (gennemføres på engelsk)

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om**

- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Teorier og metoder til implementering af innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsmodeller og teorier
- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer indenfor Supply Chain Management
- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier
- Grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- at kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- At kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ideudvikling og innovation som konkurrenceparameter.



- 
- Kunne analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
  - at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
  - at kunne præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
  - at kunne tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
  - At præsentere materiale skriftlig og mundtligt

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

## 5.4 *Erhvervsret (5 ECTS)*

### Indhold:

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

### Mål for læringsudbyttet:

#### **Den studerende skal have viden om**

- Retskilderne
- Domstolssystemet
- Konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse, samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- Ugyldighed og fortrydelsesret
- Ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- Rekonstruktion og frivillig akkord
- Kaution
- Pant i løsøre herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter

- 
- Mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældslovens regler om sikringsakter.

### **Den studerende skal have færdigheder i at**

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Aftaleret, herunder
  - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
  - Fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
- Individual- og universalforfølgning, herunder
  - Trangsbeneficiet
  - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordningen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
  - Prioritetsordningen
  - Sikringsakter
  - Gyldighedsvirkningen
  - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

## **6. Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester**

### **Tema: Strategiformulering**

#### **6.1 *International markedsføring og salg (10 ECTS)***

##### **Indhold:**

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

##### **Mål for læringsudbyttet:**

**Den studerende skal have viden om**

- 
- Og forståelse for og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
  - Og forståelse for segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
  - Og forståelse for forskellige vækststrategier
  - Og forståelse for internationaliseringsteorier, modeller og strategier
  - Dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner
  - De grundlæggende teorier om gruppedannelse og teamarbejde

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Anvende forskellige markedsanalyse-metoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- Anvende statistiske færdigheder til vurdering af markedsanalysens validitet og reliabilitet
  - Udarbejde test for goodness of fit
  - Udarbejde test for uafhængighed i antalstabeller
  - Håndtere en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer.
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- 

#### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

- Håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- Vurdere selvstændigt statistisk bearbejdet markedsanalyse.
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

## **6.2 Økonomi (5 ETCS)**

### **Indhold:**

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

### **Mål for læringsudbyttet:**

### **Den studerende skal have viden om**

- Metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- Metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- Kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- Kriterier for valg af finansieringsform
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Sammenligne forskellige finansieringsformer
- Beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- Vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- Beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- Beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- Vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

## **6.3 *Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)***

### **Indhold:**

- Ledelse af forsyningskæden
- Kulturanalyse – nationale og internationale kulturelle værdier og forskelle.
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster

### **Mål for læringsudbyttet:**

---

**Den studerende skal have viden om**

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

**Den studerende skal have færdigheder i at**

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

**Den studerende skal opnå kompetence til**

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- At kunne foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne
- At tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

---

## 6.4 Erhvervsret (5 ECTS)

### Indhold:

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

### Mål for læringsudbyttet:

#### **Den studerende skal have viden om**

- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Lovvalg og værneting i internationale konflikter
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- Designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder
  - Erstatningsbetingelserne
  - Arbejdsgiveransvar
  - Produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- E-handel

#### **Den studerende skal opnå kompetence til**

At håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder
  - Risikoovergang
  - Levering
  - Misligholdelse
  - Misligholdelse i danske forbruger køb
  - Incoterms 2010

Udprøves: Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering efter første studieår.

---

## 7. Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester

### Tema: Strategiimplementering

#### 7.1 *International markedsføring og salg (10 ECTS)*

##### Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

##### Mål for læringsudbyttet:

###### **Den studerende skal have viden om**

- Designbriefets struktur og indhold
- Og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- Og forståelse for markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- Marketing- og salgsbudgetter
- Og forståelse for forskellige salgsstrategier
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Betydningen af internationale kompetencer

###### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

###### **Den studerende skal opnå kompetence til at**

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden

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

Udprøves: Eksamen i strategiformulering efter tredje semester.

## 7.2 Økonomi (10 ECTS)

### Indhold:

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

### Mål for læringsudbyttet:

#### **Den studerende skal have viden om**

- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- Grundlæggende budgetkontrol
- Arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- Det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- Forskellige former for økonomisk politik
- Forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager.
- Rente- og valutakursdannelsen
- Det monetære samarbejde indenfor EU
- Forskellige økonomiske teoris opfattelse af konjunktursvingninger.

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- Vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats  
Udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- Redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- Udarbejde et balancebudget
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- Anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger



- 
- Analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
  - Analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
  - Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til**

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

Udprøves: Eksamen i strategiformulering efter tredje semester.

### **7.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)**

#### **Indhold:**

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om**

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

##### **Den studerende skal have færdigheder i at**

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

##### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- at planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter

- 
- at kunne vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
  - at kunne analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse
  - at etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
  - at tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

Udprøves: Eksamen i strategiformulering efter tredje semester.

## 8. Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer

De valgfri elementer ligger på 2. og 3. Semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje. De valgfrie uddannelseselementer består af 2 fag, der udbydes fælles på alle udbudssteder og beskrives i studieordningens fællesdel samt øvrige valgfri uddannelseselementer, der udvikles og udbydes af de enkelte akademier og beskrives i studieordningens institutionsdel.

### 8.1 *Statistik - 2. semester (5 ECTS)*

#### **Indhold:**

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om:**

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

##### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

- 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

---

**Den studerende opnår kompetence til:**

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

## 8.2 *Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)*

**Indhold:**

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer
- 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.

**Mål for læringsudbyttet:****Den studerende skal have viden om**

- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser
- Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitets-baseret - omkostningssystemer (ABC-costing)
- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og – udskiftningstidspunkt ifm. investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

**Den studerende skal have færdigheder i at:**

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold

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

#### **Den studerende skal opnå kompetencer til:**

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

## **9. Praktik og afsluttende eksamensprojekt**

### **9.1 *Praktik (15 ECTS)***

Praktikken varer 3 måneder og er placeret på 4. semester af uddannelsen, og forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt. Praktikken kan gennemføres i Danmark eller internationalt.

Uddannelsens praktik skal skabe sammenhæng mellem den indlærte teori og praksis og understøtte, at den studerende kan anvende viden og færdigheder i forbindelse med løsning af konkrete arbejdsopgaver. Praktikken skal understøtte udviklingen af faglige og personlige kompetencer mod det selvstændigt udøvende.

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Den studerende er under praktikken tilknyttet en eller flere private eller offentlige virksomheder. Praktikopholdet er ulønnet. Den studerende søger selv aktivt praktikplads, og Erhvervsakademi MidtVest sikrer rammerne om praktikforløbet.

Den studerende skal inden praktikken udarbejde og aflevere en målbeskrivelse (læringsmål) for praktikken, som tager udgangspunkt i nedenstående læringsmål.

#### **Mål for læringsudbyttet**

##### **Viden**

- Detailkendskab til virksomhedens produkter og arbejdsgange inkl. viden om anvendt teori og metode.
- have erfaringer fra deltagelse i løsningen af praktiske arbejdsopgaver

### Færdigheder

- Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Selvstændigt at kunne indsamle viden til løsning af en arbejdsopgave
- Skal kunne vurdere praksisnære arbejdsopgaver/problemstillinger, opstille løsningsmuligheder og formidle disse
- Skal kunne kommunikere professionelt med kunder og/eller andre interessenter

### Kompetencer

- Forholde sig selvstændigt til anvendelse af teori i praksis
- Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet.
- Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder i praksis

Udprøves: Praktikeksamen.

## 9.2 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er at den studerende på et metodisk grundlag udarbejder en selvstændig tværfaglig og praksisnær opgave, der demonstrerer viden, færdigheder og kompetencer, der tager udgangspunkt i de generelle læringsmål for uddannelsen, som indledningsvis er nævnt i denne studieordning. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed. Problemstillingen, der skal være central for uddannelsen og erhvervet, formuleres af den studerende, eventuelt i samarbejde med en privat eller offentlig virksomhed. Erhvervsakademi MidtVest godkender problemstillingen.

Eksamen i det afsluttende projekt afvikles som en ekstern prøve, som sammen med prøven efter praktikken og uddannelsens øvrige prøver skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Prøven består af det afsluttende eksamensprojekt og en mundtlig del, hvor der gives én samlet karakter. Prøven kan først finde sted efter at afsluttende prøve i praktikken og uddannelsens øvrige prøver er bestået.

Udover uddannelsens læringsmål er læringsmålene for eksamensprojektet :

### Viden

- 
- Den studerende skal have viden om de vigtigste anvendte teorier og metoder inden for fagområdet

### **Færdigheder**

- Den studerende skal kunne anvende og kombinere færdigheder, der knytter sig uddannelsens centrale fagområder.
- Den studerende skal kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle og analysere information i relation til en praksisnær problemstilling.

### **Kompetencer**

- Den studerende skal kunne indgå i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser.
- Den studerende skal kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger.
- Den studerende skal kunne opstille og formidle løsninger og begrunde de valgte handlinger og løsninger.

Regler om omfang, aflevering og krav til projektet findes i afsnit 10.2 i nærværende studieordning samt i manual, der udleveres til de studerende.

## **10. Eksaminer**

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

Der arbejdes i studieordningen med i alt 3 forskellige eksamensformer:

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

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

Den studerende har ret til 3 eksamensforsøg pr. eksamen.

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

### **Afmelding**

---

Såfremt rettidig afmelding ikke foreligger, betragtes eksamen, med hensyn til antallet af eksamensforsøg, som påbegyndt. En eksamen kan rettidigt afmeldes 4 uger før eksamen påbegyndes eller eksamensopgave/eksamens projekt afleveres.

### Sygeprøve

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

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

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

### Hjælpemidler til eksamen

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

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

- bluetooth
- mobiltelefon
- øvrigt datakommunikationsudstyr, der gør, at man kan kommunikere med andre.

Såfremt man som studerende under eksamen gør ulovlig brug af ovenstående medfører det øjeblikkelig bortvisning fra eksamen.

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

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

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

### Det anvendte sprog ved eksamen

---

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

### Særlige prøvevilkår

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

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

### Eksamenssnyd

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

Under skærpende omstændigheder kan der bortvises fra uddannelsesinstitutionen.

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

### Brug af egne og andres arbejde - plagiat

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

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

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

### Klage

I forbindelse med eksamen er det muligt at klage over:

1. prøvegrundlaget, herunder prøvespørgsmål, opgaver og lignende
2. prøveforløbet
3. bedømmelsen



#### 4. retlige forhold

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

#### Deltagelsespligt

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

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

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

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

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

### 10.1 Oversigt over eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende eksamener fordelt på semestre.

Eksamen	Censur	Grundlaget	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
	Intern/ekstern	Fælles/institutions-specifik				
Eksamen i virksomhedens strategiske situation og strategiformulering – Digital eksamen – Casebaseret skriftlig eksamen (1. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles		Maj/Juni Skriftlig		
Eksamen i valgfag (1. interne eksamen)				Maj/Juni Skr. eller mdt.		
Eksamen i strategiimplementering (2. interne eksamen)	Intern	Fælles			Dec./Jan. Skr. og mdt	
Eksamen i valgfag	Intern	Institutions			Dec./Jan.	

(3. interne eksamen)		specifik			Skr. eller mdt.	
Eksamen i praktikforløb (4. interne eksamen)	Intern	Fælles				Forår Skr./mdt.
Eksamen baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)	Ekstern	Fælles				Juni Skriftlig og mundtlig

## 10.2 Obligatoriske prøver og eksaminer

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

Årsprøven består af 2 deleksamener og afholdes ved udgangen af 2. semester. Prøven består af:

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

Den digitale eksamen afprøver bredt læringsmål for viden og færdigheder indenfor

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

Den tværfaglige caseeksamen er en 4 timers eksamen, som gennemføres efter 24 timers forberedelse. Caseeksamen skal bredt afprøve læringsmålene for de obligatoriske fag på 1. år, idet der lægges stor vægt på, at den studerende på et metodisk grundlag kan anvende den indlærte teori i forbindelse med en konkret problemstilling.

Grundlaget for de 24 timers forberedelse er en kort opgavebeskrivelse som omfatter:

- Navnet på den virksomhed, som skal analyseres
- Det overordnede problemfelt, som skal afdækkes
- Nogle indledende link til information om virksomheden og/eller det relevante marked

På eksamensdagen vil den studerende blive stillet et eller flere spørgsmål, som på et metodisk grundlag skal besvares med udgangspunkt i den indsamlede information og evt. ekstra udleveret information på eksamensdagen. Bevarelsen må max. Have et omfang af 24.000 karakterer, inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

---

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

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

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

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

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

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

Besvarelsen skal udarbejdes og afleveres individuelt.

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

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

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

### **Prøve i praktikforløb (4. interne eksamen)**

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

- Den studerendes refleksion over og opnåelse af de konkrete læringsmål for faglig og personlig udvikling under praktikforløbet, som er opstillet i praktikaftalen.
- Den studerendes perspektivering af virksomhedspraktikken i forhold til det afsluttende projekt.

Ved den mundtlige del eksamineres den studerende i den skriftlige rapport og virksomhedspraktikkens læringsmål.

Eksamen vurderes efter 7-trins skalaen og der gives en samlet karakter, hvor såvel den skriftlige og mundtlige del indgår. Studiepraktikken skal bestå, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

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

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

### **Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)**

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

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3. Der oplyses ikke delkarakterer. Stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen af projektet.

Studerende med andet modersmål end dansk/engelsk kan søge dispensation fra kravet om, at stave- og formuleringsevne indgår i bedømmelsen. Ansøgningen sendes til uddannelsen senest 4 uger før prøvens afvikling.

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

Eksamensprojektet må maksimalt have et omfang af:

- 1 studerende: 100.000 anslag
- 2 studerende: 150.000 anslag
- 3 studerende: 200.000 anslag.

Anslag er inkl. mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag.

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

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt med en ny problemformulering evt. med udgangspunkt i den samme virksomhed for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.

Det afsluttende eksamensprojekt er beskrevet nærmere på uddannelsesstedets intranet.

### ***Eksamen i valgfri uddannelseselementer***

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

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

---

Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler er tilladt.

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

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

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

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

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Alle hjælpemidler er tilladt

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

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

Formatet for prøver i øvrigt fremgår af studieordningens institutionsdel.

## **11. Indstilling til eksamen**

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

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

Hvis du skal til en sygeeksamen/reeksamination skal du snarest muligt selv kontakte studiesekretæren og uddannelseslederen for at aftale nærmere om tidspunkt mv.

# Institutionsdel

---

## 12. Valgfri Uddannelseselementer

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer beskrevet i afsnit 4.4. Herudover udbyder institutionens valgfrie uddannelseselementer, som beskrevet nedenfor (der kan udbydes nye som i så fald vil blive beskrevet i et tillæg til denne studieordning!)

Valgfag er fag, der udbydes af Erhvervsakademi MidtVest (herefter benævnt EAMV). I god tid inden starten på 2. og 3. semester vil der blive orienteret om de fag, der udbydes.

Derefter vil alle studerende blive bedt om at udfylde en blanket, hvor ønskerne tilkendes. Hvilke fag, der endeligt oprettes afhænger af, hvor mange, der tilmelder sig de enkelte valgfag.

Alle studerende skal følge undervisningen i og bestå et valgfag på både 2. og 3. semester. Udover statistik og driftsøkonom udbydes der følgende valgfag ved EAMV:

### **Indkøb: 2. Semester (5 ECTS)**

Indhold.

Målet med faget indkøb er at give den studerende en forståelse for:

- de indkøbsværktøjer, der vil gøre det muligt at kunne effektivisere indkøbsarbejdet og dermed forbedre virksomhedens konkurrenceevne
- indkøbets styring på det strategiske niveau
- indkøbets styring på det taktiske niveau
- indkøbets gennemførelse på det udførende niveau

Faget retter sig både mod den daglige, praktiske gennemførelse af indkøbsarbejdet og den mere langsigtede styring på de strategiske, taktiske og operationelle niveauer, der udgør rammerne for det daglige indkøbsarbejde, og hvis resultat er en vigtig faktor for virksomhedens succes.

### **Mål for læringsudbyttet:**

#### **Den studerende skal have viden om:**

- Indkøbsfunktionens organisation og placering samt samspil med andre funktioner
- Strategiske muligheder indenfor Supply Chain Management
- Indkøbspolitik
- Indkøbsimpulser
- Leverandørstyring
- Udvælgelse af leverandør/udvælgelse af tilbud

#### **Den studerende skal have færdigheder i at**

- analysere og vurdere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- analysere og vurdere virksomhedens forsyningsituation med henblik på opstilling af forslag til en samlet forsyningsstrategi for virksomheden
- analysere og vurdere praksisnære, indkøbsmæssige problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag

- 
- foretage leverandørvurderinger og udarbejde ABC-analyser
  - etablere kontakt til relevante samarbejdspartnere

### **Den studerende skal opnå kompetence til**

- at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- at kunne etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at kunne tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- at håndtere indkøbsprocessen

### **Tysk 2. Fremmedsprog: 2. Semester (5 ECTS)**

#### **Forhandlings – og eksportsprog – tysk. Udvidet niveau**

##### Indhold

- forhandlingsøvelser inden for salgets og købets forskellige faser
- skriftlige opgaver til indøvelse af relevant forretningsterminologi
- tekster og øvelser til at illustrere forskellen på dansk forretningskultur og forretningskulturen i det pågældende sprogområde
- tekster, der beskriver de aktuelle forhold i det pågældende sprogområde
- indsamling af information til at kunne vurdere mulighederne på det tyske marked for danske varer og/eller firmaer

##### Mål for læringsudbyttet

##### Den studerende skal have viden om

- forhandlingsterminologi på tysk
- terminologi i enkle skriftlige meddelelser på tysk i forbindelse med salg og køb
- markedsføringsterminologi på tysk
- terminologi til beskrivelse af samfundsforhold, virksomheder og markedsforhold i Tyskland
- tyske normer og omgangsformer
- erhvervsmæssige, samfundsmæssige og kulturelle forhold i Tyskland

##### Den studerende skal have færdigheder i at

- forhandle i praksisnære situationer om køb og salg, rabatter, betalings – og leveringsbetingelser og reklamationer på tysk
- udfærdige enkle praksisnære skriftlige meddelelser angående køb og salg, rabatter, betalings – og leveringsbetingelser og reklamationer
- anvende erhvervet viden om normer og omgangsformer i Tyskland i mundtlig og skriftlig kommunikation
- fremskaffe og udvælge information om virksomheder i Tyskland
- fremskaffe og udvælge information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold og politiske forhold
- analysere og vurdere information om virksomheder i Tyskland

- 
- analysere og vurdere information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold og politiske forhold
  - præsentere information om virksomheder i Tyskland på fremmedsproget
  - præsentere information om markedsforhold, konkurrenceforhold, økonomiske forhold, demografiske forhold og politiske forhold mm. på tysk
  - beskrive, vurdere og præsentere et produkts afsætningsmuligheder og strategierne herfor i tyskland på tysk

Den studerende opnår kompetence i

- at kunne deltage i mundtlig og skriftlig fremmedsproglige kommunikationsopgaver i forbindelse med markedsføring og salg i en international agerende virksomhed
- at kunne deltage i metodiske overvejelser om konkrete markedsføringsopgaver
- at kunne indgå i et samarbejde med kunder og leverandører med anden sproglig og kulturel baggrund
- at kunne deltage i beslutninger om udvikling af nye markeder og nye forretningsforbindelser.

### **Markedskommunikation: 3. semester (5 ECTS)**

Indhold:

Målet med undervisningen i faget markedskommunikation er at:

- Give den studerende forståelse for virksomhedens samlede kommunikation som en strategisk funktion i forhold til virksomhedens interne og eksterne interessenter
- Sætte den studerende i stand til at medvirke i virksomhedens kommunikationsproces på strategisk, taktisk og operationelt niveau
- Den studerende i forhold til den konkrete kommunikationsopgave opnår en forståelse for sammenhængen mellem virksomhedens idegrundlag, budskabets udformning og målgruppen samt den kommunikative kontekst.
- Arbejde med sprogbrug og kommunikation
- Arbejde med markedskommunikation
- Arbejde med den kulturelle kontekst.

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om

- Forskellige kommunikationsteorier og modeller som udgangspunkt for markedskommunikationen
- Grundlæggende markedskommunikative genrer som udgangspunkt for markedskommunikationen (f.eks. reklame, pressemeddelelse, direct mail) og journalistiske genrer (f.eks. artikel, portræt, feature)
- Ukonventionel kommunikation
- De forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed
- Retoriske midler og strategier



- 
- Den kulturelle kontekst
  - Storytelling

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere og vurdere de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed
- Kunne analysere og vurdere retoriske virkemidler
- Kunne analysere betydningen af den kulturelle kontekst

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Deltage i udarbejdelsen af virksomhedens markedskommunikation
- Planlægge en kommunikationsstrategi, der er afstemt efter virksomhedens idégrundlag, kommunikationens budskab og målgruppe
- Vælge sproglig strategi
- Udlede betydningen af den kulturelle kontekst.

### **Ledelse & Human Resources, 3. semester (5 ECTS)**

#### **Indhold**

- Ledelsesteori og udvikling af personlig lederstil
- Kommunikation
- Konflikt håndtering
- Læringsteori
- Tiltrækning af medarbejdere
- Udvikling og fastholdelse af medarbejdere
- Afvikling af medarbejdere
- Employer Branding

Formålet med faget Ledelse & Human Resources er at kvalificere den studerende til professionelt at kunne varetage ledelsesmæssige funktioner og at kunne løse typiske Human Ressource opgaver

#### **Mål for læringsudbyttet:**

##### **Den studerende skal have viden om:**

- Generelle ledelsesopgaver
- Elementerne i Employer Branding
- Forskellige teoretiske tilgange til forståelse af læring

##### **Den studerende skal have færdigheder i at:**

- Analysere og vurdere egen ledelsesadfærd i forhold til udvikling af medarbejdere
- Analysere og vurdere forskellige kommunikationssituationer
- Analysere og vurdere konflikters udvikling og mulige løsning
- Opstille, analysere og vurdere planer for tiltrækning, udvikling, fastholdelse og afvikling af medarbejdere

**Den studerende skal opnå kompetence til**

- at kunne håndtere ledelsesmæssige opgaver ud fra en forståelse af medarbejdernes situation
- at kunne gennemføre nogle typiske Human Ressource opgaver (fx ansættelsessamtale, udviklingssamtale og afviklingssamtale).

**Iværksætter i praksis 2. semester (10 ECTS). Da dette valgfag er på 10 ECTS kan det dække valgfagene på såvel 2. og på 3. semester.**

**INDHOLD:**

- Iværksætter og innovation
- Forretningsideen og produktet
- Ideudvikling og kreativ tænkning
- Forretningsplanen
- Immaterialret
- Moms og skatteforhold
- Finansiering og økonomi
- Salg og kundeforståelse
- Rollen som selvstændig
- Markedsføring og visuel identitet

**Mål for læringsudbyttet:****Den studerende skal have viden om:**

- Den studerende skal have en forståelse for relevant Lovgivning i forbindelse med start af egen virksomhed
- Den studerende skal have kendskab til lovgivning herunder selskabsformer, moms og skatteforhold, immaterialret samt finansieringsmuligheder for iværksætteren.
- Den studerende skal kende til rollen som selvstændig herunder hvordan man benytter sig af rådgivere og etablere et netværk.
- Den studerende skal have et viden om betydningen af iværksætterens visuelle identitet.
- Den studerende skal have viden om koncepttyper og forretningsmodeller.
- Den studerende skal have en viden om innovationsbegreber herunder innovationstyper og selve innovationsprocessen.
- Den studerende skal have en viden om hvilke krav der stiles til opbygningen af en hjemmeside, domæne og søgeoptimering.
- Den studerende skal have et kendskab til hvordan man opbygger simpelt markedsføringsmateriale såsom flyers, logo, visitkort og anden grafisk identitet.

### **Den studerende skal have færdigheder i:**

- Selvstændigt kunne udarbejde en mindre kunde- og markedsanalyse.
- Den studerende skal have færdigheder til at gennemføre et salg af virksomhedens produkter.
- Den studerende skal udvikle færdigheder i at anvende grundlæggende idegenereringsmetoder.
- Den studerende skal kunne anvende og vurdere en forretningsplan herunder udarbejde resultat og likviditetsbudget for sin virksomhed.
- Den studerende skal have en færdighed i at opbygge et netværk i forbindelse med start af egen virksomhed.
- Den studerende skal kunne vurdere forskellige former for markedsføringsmaterialer der er relevant for en lille virksomhed.

### **Den studerende opnår kompetencer i:**

- At kunne udvælge forskellige forretningskoncepter som kan skabe fremtidig vækst for iværksætteren.
- Selvstændigt kunne vurdere et kunde- og markedspotential, herunder udarbejde en levedygtig forretningsmodel.
- Selvstændigt være i stand til at etablere en virksomhed.
- At kunne reflektere forløbet med etablering af egen virksomheden som gør det studerende i stand til løbende af forbedre og optimere sin virksomhed.

Faget Iværksætteri i praksis udbydes på tværs af uddannelserne på Erhvervsakademi MidtVest, Herning. Faget kan gøre det ud for et eller evt. 2 valgfag eller kan også tages som noget ekstra (noget, som ikke er en del af markedsføringsøkonomuddannelsen men som et enkeltfag.)

## **13.Regler for praktikkens gennemførelse**

I virksomhedspraktikken har den studerende en praktikvejleder fra uddannelsen og en kontaktperson i virksomheden. Den studerende og vejlederen fastlægger i fællesskab mål for den studerendes læringsudbytte af praktikperioden, som efterfølgende er retningsgivende for virksomhedens tilrettelæggelse af den studerendes arbejde.

Praktikperioden kan tilrettelægges fleksibelt og differentieret og skal kunne danne grundlaget for den studerendes afgangsprøve. De overordnede rammer for

---

praktikforløbet fastlægges på forhånd i en praktikaftale, som godkendes af EAMV og underskrives af virksomheden.

Praktikperioden, som omfangsmæssigt udgør halvdelen af semesteret og som minimum har en varighed på 12 uger, afsluttes med 4. interne eksamen, som både omfatter en skriftlig og en mundtlig del. Denne bedømmes efter 7-trinsskalaen og skal bestås inden den studerende kan eksamineres i det afsluttende eksamensprojekt.

Op til 3 studerende kan være i praktik i samme funktion og samme virksomhed.

Virksomhedspraktikken er at sidestille med et fuldtidsjob med de krav til arbejdstid, indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede markedsføringsøkonom må forventes at møde i sit første job. Praktikperioden er SU-berettigende.

Nærmere oplysninger om praktikforløbet gives mundtlig af uddannelsens praktikpladstovholder og beskrives i en praktikpladsmanual, som lægges ud til de studerende. Dette sker i slutningen af 2. semester.

## 14. Eksamen i valgfri uddannelseselementer

### **Eksamen i valgfag (1. interne eksamen)**

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

#### **Indkøb**

30 minutters mundtlig eksamen med 1 times forberedelse.

#### **Tysk**

30 minutters mundtlig prøve, inkl. en kort skriftlig meddelelse. 1 times forberedelse.

#### **Iværksætter i praksis**

30 min. mundtlig eksamen med udgangspunkt i en forretningsplan.

Se endvidere omtale af prøve i valgfaget statistik i 10.2.

### **Eksamen i valgfag (3. interne eksamen)**

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

#### **Markedskommunikation**

Individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i en skriftlig synopsis.

#### **Ledelse og Human Resources**

30 minutters mundtlig eksamen med udgangspunkt i projekt.

Se endvidere omtale af prøve i valgfaget driftsøkonomi i afsnit 10.2.

## **Deltagelsespligt som forudsætningskrav til eksamen i valgfag**

Der er knyttet obligatoriske aktiviteter med deltagelsespligt til eksamen i valgfag. Disse aktiviteter fremgår af studieordningens 16.1.

## **15. Internationalisering**

På samtlige EAMV's uddannelser arbejdes med et internationalt aspekt med det formål at styrke den studerendes kompetencer til at kunne begå sig i internationale miljøer på såvel det danske som det udenlandske uddannelses- og arbejdsmarked. Inden for uddannelsens faglige felt er der i undervisningens tilrettelæggelse indarbejdet internationale læringselementer, som skal bidrage til at ruste og motivere den studerende til at løse relevante problemstillinger og evt. søge yderligere internationalt rettede udfordringer som element i uddannelsen.

Som en del af studiet er der mulighed for arbejde med internationale projekter og problemstillinger, ligesom der er mulighed for at gennemføre en del af studiet i udlandet. I starten af uddannelsesforløbet vil de studerende blive vejledt i de forskellige tilbud og muligheder, der er i forbindelse med uddannelsen.

For nærværende uddannelse er der tilrettelagt følgende internationale aktiviteter:

En del af undervisningen på MAK foregår på engelsk og der benyttes en del engelsk litteratur. Caseoplæg til eksamen og lignende vil også oftest være udformet på engelsk.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse et semester i udlandet. Ligeledes vil praktikopholdet på 4. semester kunne ske i udlandet.

EAMV støtter den studerende i at finde uddannelses tilbud hos udenlandske udbydere, der ækvivalerer læringsmålene for Markedsføringsøkonomuddannelsen. Praktikforløbet kan endvidere gennemføres i udlandet.

## **16. Krav til skriftlige opgaver og projekter**

### **16.1 Projekter og opgaver**

Obligatoriske opgaver:

Obligatoriske opgaver er aktiviteter, som du skal have godkendt før du kan indstille dig til en senere eksamen. På EAMV er deltagelse i projekterne A, B, C, D og E bundne forudsætninger. Dvs. at disse skal bestås, for at du kan indstilles til de eksaminer, som afslutter de enkelte semestre. Der kan dog dispenseres for denne regel.

---

Projekt A er placeret medio 1. semester og omhandler det pensum, som du er blevet undervist i indtil da.

Projekt B er placeret i slutningen af 1. semester, og omhandler det pensum, som du er blevet undervist i på 1. semester.

Projekt C er placeret medio 2. semester og omhandler det pensum, som du er blevet undervist i på 1. semester og indtil nu på 2. semester.

Projekt D er placeret i slutningen af 2. semester og centrerer sig om dette semesters stofområder, men kan også inddrage stof fra det første semester.

Projekt E er placeret medio 3. semester og omhandler det pensum, som der er undervist i på indeværende og forudgående semestre.

Udover de 5 projekter er der i slutningen af september på 1. semester en studiestartsprøve i form af en test, som vil indeholde opgaver på tværs af de fag, som er på 1. semester. Denne prøve skal du bestå for at kunne fortsætte på uddannelsen. Hvis ikke du består første gang, er der en reeksamination ca. 1 uge efter. Testen, som er udformet som en multiple choice, har spørgsmål fra fagene:

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

For at bestå skal du svare rigtigt på mindst 50 % af spørgsmålene. Testen varer 2 timer. Du skal bestå denne studiestartsprøve for at kunne fortsætte på markedsføringsøkonomuddannelsen.

Derudover er der sidst på 1. semester en prøveeksamen, som omhandler 1. semesters pensum men med samme struktur, som 1. eksterne. Det er også obligatorisk at deltage i denne prøveeksamen.

Ligeledes er der en prøveeksamen ved slutningen af 2. semester, som har karakter af at være en form for "generalprøve" på 1. eksterne. Det er også obligatorisk at deltage i denne prøveeksamen.

På 3. semester er der ligeledes en prøveeksamen, der ligner 2. interne. Denne er placeret medio/ultimo semesteret og her er det også obligatorisk at deltage.

Som et bidrag til at lære noget mere om de personlige kompetencer samt forståelse for samarbejdet i grupper er det obligatorisk at deltage i et forløb, hvor der bl.a. indgår en JTI-profil. Ligeledes er det obligatorisk at deltage i en innovationscamp.

Forudsætningskrav for 1. eksterne eksamen er således:

- Deltagelse i og godkendelse af studiestartsprøven
- Deltagelse i og godkendelse af projekterne A + B + C + D
- Deltagelse i og godkendelse af de 2 prøveeksaminer
- JTI – profil og deltagelse i innovationscamp.

Forudsætningskrav til 2. interne:

- 
- Deltagelse og godkendelse af projekt E
  - Deltagelse og godkendelse af prøveeksamen

Forudsætningskrav til 1. interne (afhænger af hvilket konkret valgfag, som der er tale om!):

- Aflevering af eksamensprojekt i indkøb
- Aflevering af forretningsplan i iværksætter i praksis
- Skriftlig aflevering af eksamenslignende opgave i statistik
- Skriftlig aflevering i tysk

Forudsætningskrav til 3. interne (afhænger af hvilket konkret valgfag, som der er tale om!)

- Aflevering af eksamensprojekt i markedskommunikation
- Aflevering af eksamensprojekt i ledelse og HR
- Skriftlig aflevering af eksamenslignende opgave i driftsøkonomi

Forudsætningskrav til 4. interne:

- Aflevering og godkendelse af logbog/praktikrapport, som skal dække hele praktikperioden.

### **Krav til eksaminer og praktik**

Der er på studiet en række obligatoriske aktiviteter, som du skal deltage i og bestå, før du kan indstille dig til eksamen.

Krav til at indgå i praktikforløb:

- Projekter, bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver på forudgående semester, projekter, prøveeksaminer m.v. skal være godkendt.

Krav praktikeksamen:

- Gennemført praktikophold
- Aflevering af praktiklogbog/praktikrapport

Krav afsluttende eksamensprojekt:

- Alle forudgående obligatoriske aktiviteter er gennemført og bestået.

Alle obligatoriske aktiviteter, som er nævnt ovenfor (og som ikke er egentlige eksaminer) skal bestås i højst to forsøg, for at du kan indstille dig til eksaminer og praktik.

### **Plagiatkontrol**

Alle eksamensprojekter bliver kontrolleret for plagiat/afskrift fra Internettet, faglitteratur og tidligere afleverede opgaver fra EAMV og andre uddannelsesinstitutioner. Ved konstateret plagiat/afskrift vil projektet blive afvist.

---

## 16.2 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

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

### Forudsætninger

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

### Indhold

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

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

### Forløb

EAMV udarbejder en projektbeskrivelse til hovedopgaveforløbet, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår. Denne præsenteres for de studerende inden de påbegynder 4. semester.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt, af to og af højst tre personer i fællesskab.

## 17. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

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

Erhvervsakademiuddannelserne er baseret på nyeste viden gennem arbejde med forsknings- og udvikling i tæt samarbejde med erhvervslivet. Dette arbejde har til formål at styrke undervisningen og sikre en fortsat høj faglighed, praksisnærhed og relevans på de forskellige uddannelser.

Erhvervsakademiuddannelserne fokuserer på anvendt forskning -og udvikling, og i den forbindelse arbejdes med vidensomsætning i relation til de studerende på samtlige EAMV's uddannelser og i relation til de virksomheder, erhverv og brancher, som EAMV's uddannelser retter sig imod. Forsknings- og udviklingsarbejdet sker desuden i et samspil med andre vidensinstitutioner, som f.eks. universiteter. I relation til undervisningen



---

arbejdes med evidens, således at undervisningen baseres på den bedste tilgængelige viden og praksisnærhed.

Således tilstræbes det, at undervisningen til stadighed inddrager nyeste viden med relevans for den studerende og for de aftagende virksomheder. På hvert semester arbejdes der med eksempler og projektopgaver fra erhvervslivet, og hvor det er hensigtsmæssigt inviteres oplægsholdere fra erhvervslivet, ligesom der i visse tilfælde arrangeres virksomhedsbesøg. På den måde sikrer EAMV en undervisning med tæt tilknytning til aktuel og ny viden meget tæt på praksis.

På EAMV er der fokus på en fortsat kapacitetsopbygning rettet mod at kvalificere undervisningen. Der arbejdes målrettet med udvikling af undervisernes pædagogiske og faglige kompetencer, så de på bedst mulige vis kan lede de studerendes læringsprocesser.

EAMV deltager i erhvervsakademisektorens udviklingsarbejde inden for forsknings- og udviklingsområdet, og bidrager på den måde til sektorens udvikling samtidig med, at vi kan trække de øvrige erhvervsakademiers viden og kompetencer.

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

Studerende med handicaps, som reducerer fx læse/skrivehastighed kan tilbydes specielle ordninger i forbindelse med undervisning, eksamen og lignende. Hvis du ønsker at undersøge mulighederne for en sådan ordning, er det vigtigt, at du henvender dig til studievejlederen og /eller til uddannelseskoordinatoren så tidligt i studiet som muligt.

### **JTI test på EAMV**

EAMV tilbyder samtlige studerende muligheden for at arbejde med profilværktøjet JTI (Jungiansk Type Index) i forbindelse med en uddannelse på akademiet. I forbindelse hermed testes alle studerendes JTI-profil.

Arbejdet med JTI på de enkelte uddannelser har til formål:

- 1) at effektivisere kommunikationen mellem mennesker med forskellige profiler og præferencer
- 2) at klæde den studerende på til at indgå i samarbejder
- 3) at den studerende bliver bevidst om egne og andres stærke og svage sider samt indsigt i ens egen måde at håndtere kommunikationen
- 4) at lære værdien af individuelle forskelle og ligheder for netop at kunne opnå forståelse for værdien af de præferencer, der er forskellige fra ens egne
- 5) at kende sine styrker og svagheder i forbindelse med teamarbejde, herunder hvilken rolle den studerende med fordel kan have i et team.

- 
- 6) at blive bevidstgjort om, hvad den studerende kan byde ind med, når der f.eks. arbejdes med kreative processer.
  - 7) at støtte konfliktløsning/forebyggelse af konflikter i samarbejdssituationer
  - 8) at bidrage til et godt uddannelsesforløb og at fastholde den studerende

På hver enkelt uddannelse beslutter det enkelte underviserteam, hvornår det er mest hensigtsmæssigt at sætte ind med JTI-værktøjet. JTI testen gennemføres som en elektronisk test, og tilbagemeldingen sker på klassen af en certificeret JTI konsulent.

### **InnoCamp på EAMV**

Formålet med InnoCamp er at arbejde med kreative processer, for der i gennem at styrke den studerendes innovative kompetencer. Deltagerne arbejder intensivt i tværfaglige grupper inden for en begrænset tidsramme på to dage. Samtlige fuldtidsstuderende på 1. år skal deltage i InnoCampen.

Det er målet, at de studerende skal trænes i at arbejde tværfagligt og løse en konkret opgave i grupper under et stort tidspres. Grupperne sammensættes med studerende med forskellig uddannelsesmæssig baggrund og evt. JTI profil. De bliver endvidere trænet i at generere nye idéer og arbejde med innovative løsninger på de stillede problemer. Et andet vigtigt delmål er at træne de studerende i lave en præsentation.

Eksterne deltagere, f.eks. erhvervsledere og eksperter deltager på forskellig vis med indlæg og dommerbedømmelser. Der stilles konkrete opgaver og problemer til hver gruppe. Det hele foregår i en samarbejdsorienteret og livlig atmosfære, hvor deltagerne arbejder under tidspres.

Underviserne deltager som facilitatorer. Deres hovedopgave er at lede grupperne gennem arbejdsprocessen - herunder at motivere grupperne til at løse opgaven i et konstruktivt ligeværdigt samarbejde.

## **18.Regler om merit**

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

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

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

Det er den studerendes eget ansvar at være studieaktiv. Studieaktivitet består på EAMV i at følge de planlagte undervisnings og projektføløb samt aflevere de skriftlige opgaver, der stilles krav om på studiet. Studieaktivitet er en forudsætning for at kunne indstille sig til eksamen.

Med skriftlige opgaver menes projekter, rapporter, skriftlige opgaver, bundne forudsætninger, obligatoriske opgaver m.v. Opgaverne skal afleveres i den form, i det omfang og til det tidspunkt, som underviserne definerer. Som en del af studieaktiviteten skal opgaverne bestås. Opgaver der afleveres for sent vil uden forudgående aftale ikke blive rettet/bedømt.

Hvis EAMV's undervisere vurderer, at den studerende ikke er studieaktiv, sender EAMV en skriftlig meddelelse om den konstaterede manglende studieaktivitet. Ved fortsat manglende studieaktivitet, og efter at EAMV har gjort rimelige bestræbelser på at påpege dette forhold, kan EAMV betragte den studerende som værende udmeldt. EAMV giver to skriftlige meddelelser om manglende studieaktivitet.

## **20. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.**

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

## **21. Ikrafttrædelsesbestemmelser**

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr 1. september 2014.

## **22. Henvisninger til gældende retsregler**

For uddannelsen gælder seneste version af følgende love og bekendtgørelser:

- LBK nr. 214 af 27/02/2013: Bekendtgørelse af lov om Erhvervsakademier for videregående uddannelser
- LBK nr. 467 af 08/05/2013: Bekendtgørelse af lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-loven).
- BEK nr. 1521 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (LEP-bekendtgørelsen).
- BEK nr. 1519 af 16/12/2013: Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser

- BEK nr. 223 af 11/03/2014: Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- BEK nr. 262 af 20/03/2007: Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- BEK nr. 689 af 03/07/2009: Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Bekendtgørelser og love kan findes på [www.retsinfo.dk](http://www.retsinfo.dk)