

Maj 2008

**Studieordning for
Akademiuddannelse (AU) i
Oplevelsesøkonomi
(Merkantil VVU)**

Udarbejdet af landets
Erhvervsakademier

Indholdsfortegnelse

Forord	1
1. Indledning	2
2. Fælles regler og retningslinjer for merkantile akademiuddannelser	2
2.1. Uddannelsernes formål og omfang	2
2.2. Uddannelsernes opbygning	3
2.2.1. Akademiuddannelse som profilforløb	3
2.2.2. Akademiuddannelse uden profilforløb	4
2.2.3. Merkonomuddannelse	4
2.2.4. Akademiuddannelse som fleksibel efter- og videreuddannelse	4
2.3. Dimittendernes titel.....	5
2.4. Adgangsbetingelser	5
2.5. Indledende kurser	5
2.6. Undervisnings- og arbejdsformer	6
2.7. Eksamen og bedømmelse	6
2.8. Kvalitetssikring	7
3. Akademiuddannelse i Oplevelsesøkonomi	7
3.1. Formål	7
3.2. Struktur.....	7
3.3. Beskrivelser af de obligatoriske fagmoduler.....	9
3.4. Specialeforløb	21
3.5. Afgangsprojekt.....	22
4. Overgangsordninger og merit	24

Bilag

Bilag 1: Oversigt over love og bekendtgørelser

Bilag 2: Fagmoduler inden for det merkantile område

Bilag 3: Indledende kurser til det merkantile område

Forord

Lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (lov nr. 488 af 31. maj 2000) blev vedtaget med virkning fra den 1. januar 2001, med det formål at sikre voksne en mulighed for at forbedre såvel erhvervskompetencen som den personlige kompetence gennem videreuddannelse.

Videreuddannelsessystemet er således rammen om løbende kompetenceudvikling på et niveau, der modsvarer de eksisterende niveauer i det ordinære uddannelsessystem.

Hovedformålene har været dels at skabe en klar struktur og sammenhæng i voksenuddannelsessystemet uden blindgyder og dels at sikre rammen for livslang læring med udgangspunkt i den enkeltes konkrete erhvervs erfaring.

Videregående voksenuddannelser (VVU) er deltidsuddannelser, der sammen med 2 års relevant erhvervs erfaring har samme niveau som de korte videregående uddannelser (KVU), som er heltidsstudier.

De uddannelser, som primært retter sig mod det private erhvervsliv, udbydes af landets handels- og tekniske skoler, der arbejder sammen i erhvervsakademier om udbud og kvalitetssikring. Derfor betegnes uddannelserne også som akademiuddannelser, forkortet AU. Det er den betegnelse, som vil blive anvendt i resten af studieordningen.

Denne studieordning er udarbejdet i henhold til bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december, 2005 om videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område samt bekendtgørelse nr. 766 af 26. juni, 2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser. Den omfatter dels fælles regler og retningslinjer, som gælder for alle uddannelser, som afvikles i henhold til de to bekendtgørelser, dels regler og retningslinjer for Akademiuddannelsen i Oplevelsesøkonomi.

Studieordningen er landsdækkende og omfatter alle institutioner, som udbyder Akademiuddannelsen i Oplevelsesøkonomi. Studieordningen er gældende fra studieårets begyndelse 15. august 2008. Den til enhver tid gældende studieordning er tilgængelig på udbyderens hjemmeside.

Maj 2008

Erhvervsakademierne

1. Indledning

Denne studieordning for Akademiuddannelse i Oplevelsesøkonomi (VVU) er udarbejdet i fællesskab af landets erhvervsakademier efter retningslinjerne i bekendtgørelse nr.1336 af 14. december, 2005 om videregående voksenuddannelse inden for det merkantile område samt bekendtgørelse nr. 766 af 26. juni, 2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser. Samarbejdet skal blandt andet sikre, at de færdiguddannede opnår landsdækkende kompetence både i forhold til arbejdsmarkedet og i forhold til mulighederne for at benytte videregående uddannelses tilbud.

Derudover skal den fælles studieordning sikre, at de studerende ved studie- eller institutionsskift godskrives de beståede fag, der ækvivalerer tilsvarende fag ved andre studier eller institutioner.

Den enkelte institution kan, når det er begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i den fælles studieordning, der alene er fastsat af akademierne.

Studieordningen har til formål at give den studerende en overordnet orientering om uddannelsens indhold og de regler, der gælder for optagelse, gennemførelse og evaluering m.v. Reglerne fremgår dels af ovennævnte bekendtgørelse om videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område dels af de bekendtgørelser, der fastsætter eksamensregler, kvalitetskrav, udbudsbetingelser m.v. I bilag 1 er anført de love og bekendtgørelser, der har været relevante for udformningen af nærværende studieordning.

I vejledningen af den studerende står studieordningen og bekendtgørelserne ikke alene, men suppleres inden for den givne ramme af andre uddannelses- og institutionsspecifikke regler og vejledninger, fx eksamensreglement, vejledning i projektskrivning, specialeforløb m.m.

2. Fælles regler og retningslinjer for merkantile akademiuddannelser

2.1. Uddannelsernes formål og omfang

Akademiuddannelserne inden for det merkantile område skal kvalificere voksne til på et fagligt og metodisk grundlag at kunne analysere og vurdere praksisnære problemstillinger samt varetage funktioner på specialist- og mellemliderniveau.

Endvidere skal uddannelserne bidrage til at udvikle den studerendes selvstændighed, samarbejdsevne, evne til at skabe fornyelse og skærpe interessen for iværksætter- og selvstændighedskultur samt etablering af egen virksomhed.

Det merkantile område omfatter i henhold til bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december 2005 handel og økonomi samt discipliner og emner, der uddannelsesmæssigt relaterer hertil.

Hver uddannelse udgør et selvstændigt afrundet uddannelsesforløb, der sammen med 2 års relevant erhvervs erfaring giver et afgangsniveau svarende til en kort videregående uddannelse (KVU).

Uddannelserne er normeret til et studenterårsværk, dvs. en heltidsstuderendes arbejde i et år og svarer til 60 point i European Credit Transfer System (ECTS-point).

Alle uddannelser tilrettelægges som fagligt afgrænsede moduler, der består af 6 moduler á 10 ECTS-point og tilrettelægges således, at de kan afsluttes inden for 3 år.

2.2. Uddannelsernes opbygning

En merkantil akademiuddannelse omfatter:

- 4 fagmoduler á 10 ECTS-point
- Specialeforløb svarende til 10 ECTS-point.
- Afgangsprojekt svarende til 10 ECTS-point

De 4 fagmoduler består af egentlige fag. Et eller flere af fagmodulerne kan være obligatoriske, mens andre kan være valgfrie. Fordelingen mellem obligatoriske og valgfrie moduler afhænger for det første af, om man vælger en uddannelse med eller uden profil. For det andet afhænger det af valget af profilretning.

Specialeforløbet giver mulighed for perspektivering og fordybelse inden for et eller flere fagmoduler, som den studerende har gennemført, eller i relation til uddannelsernes overordnede formål.

Afgangsprojektet afslutter uddannelsen. Den studerende skal her kunne dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for uddannelsens overordnede formål eller inden for den uddannelsesmæssige profil, som den studerende evt. har valgt. De studerende skal gennemføre det afsluttende afgangsprojekt inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet.

2.2.1. Akademiuddannelse som profilforløb

Akademierne har sammen med arbejdsmarkedets parter og organisationer på arbejdsmarkedet sammensat en række moduler, der tilsammen danner en faglig profil. Her er et eller flere fagmoduler obligatoriske. Inden for det merkantile område findes der i øjeblikket følgende uddannelser med profil:

- Finansiell rådgivning (Financial Counselling)
- Informationsteknologi (Information & Communication Technology)
- International handel og markedsføring (International Marketing)
- International transport og logistik (International Transportation and Logistics)
- Kommunikation og formidling (Business Communication)
- Ledelse (Leadership & Management)
- Økonomi og ressourcestyring (Business Economics)
- Retail
- Oplevelsesøkonomi

Hvor der er valgmuligheder tilstede, kan den studerende enten vælge mellem fagmoduler, som er specielt udviklet til profilen, og som toner uddannelsen i en bestemt retning, eller også vælge andre fagmoduler inden for det merkantile område. Institutionen kan også godkende valg af et fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt. Reglerne vil fremgå af studieordningerne for den enkelte profiluddannelse.

Ansøgere, som har bestået en merkonomuddannelse efter nuværende eller tidligere regler, kan gennemføre et profilforløb hvis de optages på en påbygningsforløb bestående af Specialeforløb og Afgangsprojekt. De skal i forbindelse med deres merkonomuddannelse tillige have bestået fag, som tilsammen ækvivalerer de obligatoriske fagmoduler, som indgår i profilforløbet.

2.2.2. Akademiuddannelse uden profilforløb

Her kan den studerende under hensyntagen til eventuelle faglige bindinger mellem fagene selv sammensætte sin uddannelse af de fag, som falder ind under det merkantile fagområde, som det er afgrænset ovenfor. I bilag 2 er vist en samlet oversigt over de fag, som er omfattet af det merkantile fagområde.

Endvidere kan institutionen godkende, at den studerende i sin sammensætning af moduler kan vælge ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

Ønsker en studerende at gennemføre en akademiuddannelse uden profilforløb, vælger han eller hun i forbindelse med specialeforløbet selv emne inden for det eller de fagmoduler, som man ønsker at fordybe sig i.

Den studerende skal gennemføre sit afgangsprøve inden for centrale problemstillinger i den uddannelse, som der er sammensat, herunder specialeforløbet. Der stilles de samme metodemæssige krav til afgangsprøvet som ovenfor omtalt.

2.2.3. Merkonomuddannelse

En merkonomuddannelse efter nuværende ordning omfatter 4 fagmoduler inden for det merkantile område. I bilag 2 er vist en oversigt over fagmoduler, som er omfattet af det merkantile område. Det er dog også muligt at vælge ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

En merkonomuddannelse kan også helt eller delvist bestå af fagmoduler, som er bestået efter tidligere studieordninger inden for det merkantile område.

En merkonomuddannelse efter nuværende og tidligere ordninger giver endvidere adgang til at gennemføre en akademiuddannelse ved at bestå et påbygningsforløb, der består af Specialeforløb og Afgangsprojekt, jf. omtalen i afsnit 3.2.

For at blive optaget på påbygningsforløbet skal den studerende samtidigt opfylde adgangskravene til akademiuddannelsen, jf. afsnit 3.4. Relevant erhvervs erfaring, der er opnået før eller sideløbende med uddannelsen til merkonom, medregnes ved optagelse i påbygningsforløbet.

2.2.4. Akademiuddannelse som fleksibel efter- og videreuddannelse

De enkelte fagmoduler i akademiuddannelserne kan også bruges som fleksibel uddannelse, der på et relativt højt niveau kan imødekomme aktuelle behov for efter- eller videreuddannelse inden for mange forskellige fagområder.

Som studerende behøver man ikke at sigte mod at gennemføre enten en merkonomuddannelse eller en akademiuddannelse. Man kan vælge at følge undervisningen og gå til eksamen i enkeltstående fagmoduler.

2.3. Dimittendernes titel

Titlen merkonom opnås som nævnt i afsnit 2.2.3 ved at bestå 4 fagmoduler. Betegnelsen på engelsk er Academy Foundation (AF) Degree in Business.

En bestået akademiuddannelse giver adgang til titlen AU efterfulgt af evt. profilbetegnelse, jf. oversigten over de danske og engelske profilbetegnelser i afsnit 2.2.1. AU står for akademiuddannet. Betegnelsen på engelsk er Academy Profession (AP) Degree in Business.

2.4. Adgangsbetingelser

Adgangskravene til et fagmodul er en adgangsgivende uddannelse eller erhvervserfaring af mindst 2 års varighed.

En adgangsgivende uddannelse kan i henhold til § 4 i bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december, 2005 være:

1. En relevant erhvervsuddannelse
2. En relevant grunduddannelse for voksne (GVU)
3. En gymnasial uddannelse
4. En anden relevant uddannelse på mindst samme niveau som nr. 1-3.

Institutionen kan ud fra en konkret vurdering af uddannelsesmæssige forudsætninger optage ansøgere med uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles med ovennævnte uddannelsesmæssige adgangskrav.

Ansøgere, der har gennemført 4 fagmoduler eller afsluttet uddannelsen til merkonom efter tidligere regler herom, kan optages i et påbygningsforløb, hvis de opfylder adgangskravene til en merkantil akademiuddannelse. Dog kan relevant erhvervserfaring, der er opnået før eller sideløbende med uddannelsen til merkonom, medregnes ved optagelse i påbygningsforløbet.

For at gennemføre en akademiuddannelse som profilforløb skal den gennemførte merkonomuddannelse indeholde fag, som tilsammen ækvivalerer det eller de obligatoriske fag i den pågældende profil. De nærmere regler er medtaget under omtalen af overgangsregler og merit i de respektive studieordninger.

2.5. Indledende kurser

Indledende kurser kan tilbydes uddannelsessøgende, der ønsker optagelse eller er optaget på et fagmodul. Der er tale om studieforberedende kurser, der har til formål at forbedre grundlaget for at gennemføre et eller flere fagmoduler. De indledende kurser har alle et omfang af 1/12 årsværk.

Kurserne anbefales til studerende, der enten ikke i deres tidligere uddannelse har beskæftiget sig med det pågældende emneområde, eller som har behov for ajourføring.

De indledende kurser tager alle udgangspunkt i deltagersammensætningen og det faglige niveau ved kursernes begyndelse. Undervisnings- og arbejdsformer er afpasset efter mål og indhold i det enkelte kursus.

Kurserne afsluttes ikke med en prøve, men der kan udstedes et kursusbevis.

Ved link via institutionens hjemmeside kan man få en samlet oversigt over mål og indhold i de indledende kurser.

I bilag 3 er vist en oversigt over de indledende kurser inden for det merkantile område.

2.6. Undervisnings- og arbejdsformer

Fælles for alle modulforløb ved akademiuddannelserne er, at de er anvendelsesorienterede, dvs. at der er et relativt tæt samspil mellem den studerendes praktiske erhvervs erfaring og det teoretiske indhold. Der lægges således vægt på, at lærerne har praktisk erfaring inden for fagområdet, og at den studerendes erfaring inddrages i undervisningen.

Udviklingen af faglige og personlige kvalifikationer integreres i undervisningen, dvs. at fagligheden primært tilegnes gennem pædagogiske arbejdsformer, som udvikler og understøtter personlige kvalifikationer som selvstændighed, initiativ, kritisk sans, kreativitet, samarbejdsevne og iværksætterlyst.

I undervisningen indgår der derfor faglige diskussioner, erfaringsudveksling, gæsteforelæsninger, casebehandling og projektarbejde, der er med til at sikre en personlig udvikling, faglig fordybelse og forbindelsen mellem teori og praksis.

For at understøtte indlæringen og vurdere udbyttet af undervisningen stilles der en række opgaver til aflevering. For fag med skriftlig eksamen er formålet med opgaveløsningen endvidere at forberede sig til eksamen. Her vil antallet af opgaver normalt være større end i fag uden skriftlig eksamen.

Der lægges endvidere vægt på, at den studerende kan opsøge, vurdere og anvende information. Det er kundskaber, som er helt grundlæggende for, at man kan tilegne sig nye kvalifikationer som led i en livslang læring og udvikling.

2.7. Eksamen og bedømmelse

Vilkårene for afholdelse og tilrettelæggelse af eksamen er fastlagt i nedenstående bekendtgørelser:

- Bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december, 2005 videregående voksenuddannelser inden for det merkantile område (Merkonom og AU)
- Bekendtgørelse nr. 766 af 26. juni, 2007 om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser (Eksamensbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse nr. 262 af 20. marts 2007, som angiver bedømmelsesgrundlag og –metode for prøvers og eksameners vedkommende (Ka-

rakterbekendtgørelsen)

På baggrund af rammerne i ovennævnte bekendtgørelser har hver enkelt udbyder et eksamensreglement, der skitserer de generelle eksamensregler, retningslinjerne i forbindelse med sygdom, de specielle eksamensregler i hvert enkelt fag, følgerne af ikke at overholde reglerne om eksamen, muligheden for at klage over eksamen samt mulighederne og reglerne for brug af pc ved eksamen m.v.

Alle fagmoduler og afgangprojektet afsluttes med eksterne prøver, medens specialeforløbet afsluttes med en intern prøve. Alle prøver bedømmes individuelt.

I alle fagmoduler og i specialeforløbet finder eksamen normalt sted i december/januar og maj/juni måned, medens eksamen i afgangprojektet ofte aftales individuelt. Der henvises til institutionens eksamensplan.

2.8. Kvalitetssikring

Uddannelsens kvalitet og løbende kvalitetsudvikling sikres i henhold til Bekendtgørelse om kvalitetsudvikling og kvalitetskontrol i erhvervsakademiuddannelserne, bekendtgørelse nr. 635 af 30. juni 2000 (Kvalitetsbekendtgørelsen). Den enkelte udbyder eller det landsdækkende uddannelsesnet har et kvalitetssystem til kvalitetsudvikling af uddannelsen, der inddrager de studerende og aftagerne i den fortsatte kvalitetsudvikling. Aftagerkontakten skal sikre, at udbyderne samarbejder med erhvervslivet om den konkrete uddannelse.

3. Akademiuddannelse i Oplevelsesøkonomi

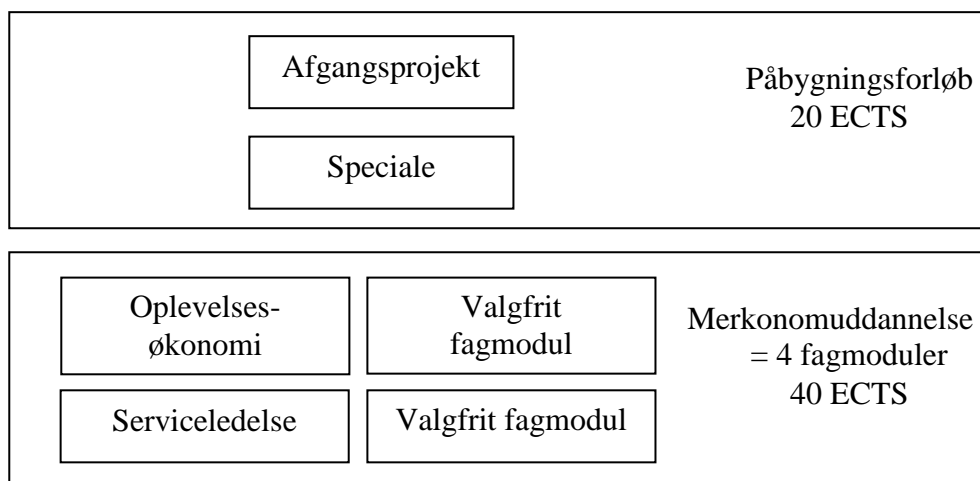
Denne del af studieordningen beskæftiger sig med de overordnede regler og retningslinjer for afvikling af uddannelsen i Oplevelsesøkonomi. Endvidere er der en beskrivelse af de moduler, der indgår som en obligatorisk del af uddannelsen samt et anbefalet valgfag. For en oversigt over de øvrige valgfrie fagmoduler henvises der til institutionens hjemmeside.

3.1. Formål

Formålet med uddannelsen i Oplevelsesøkonomi er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at kunne varetage opgaver med at analysere, planlægge og gennemføre løsninger, hvor der tænkes og ageres i helheder fra udvikling over produktion til levering af oplevelser for kunden. Den uddannede skal desuden kunne lede og motivere i arbejdet med at udvikle og vedligeholde serviceniveauet i virksomheden samt kunne brande og markedsføre virksomheden eller projektet overfor omverden.

3.2. Struktur

Nedenfor er vist, hvordan akademiuddannelsen i Oplevelsesøkonomi er opbygget.



Uddannelsen består, som vist, af

- 4 fagmoduler á 10 ECTS-point
- Specialeforløb – 10 ECTS-point
- Afgangsprojekt – 10 ECTS-point

Fagmodulerne omfatter 2 obligatoriske og 2 valgfrie fagmoduler:

- 1) Oplevelsesøkonomi
- 2) Serviceledelse
- 3) Et valgfrit fagmodul
- 4) Et valgfrit fagmodul

De valgfrie fagmoduler kunne naturligt være at finde blandt følgende: Event Management (anbefales), Innovation, Entrepreneurship, Ledelse i praksis, Projektstyring, Erhvervsøkonomi, Afsætning, Markedsføring, Global Kommunikation, fagmoduler inden for IT og tekniske fagmoduler (se også bilag 2). Institutionen kan godkende, at der kan vælges ét fagmodul uden for det merkantile område, når det overordnede formål er opfyldt.

Ovennævnte obligatoriske fagmoduler samt det anbefalede fagmodul inden for Oplevelsesøkonomi er beskrevet på de følgende sider i denne studieordning.

Specialeforløbet i Oplevelsesøkonomi skal give den studerende mulighed for yderligere at profilere sin uddannelse gennem fordybelse og perspektivering inden for et eller flere af de moduler, den studerende har gennemført. Institutionen tilrettelægger specialeforløbet ved enten at udbyde et eller flere forløb, hvor man beskæftiger sig med centrale og aktuelle emner inden for Oplevelsesøkonomi eller ved at lade de studerende selv vælge emne inden for uddannelsens overordnede formål. I afsnit 3.4 er der en uddybende omtale af kravene til specialeforløbet. Sideløbende med den faglige fordybelse er der i specialeforløbet indlagt undervisning i videnskabsteori og metodelære. For en mere detaljeret redegørelse vedr. tilrettelæggelse og afvikling af specialeforløbet henvises der til institutionens vejledning.

Afgangsprojektet afslutter uddannelsen. Den studerende skal her dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for Oplevelsesøkonomi. Den studerende skal gennemføre afgangsprojektet inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet. Afgangsprojektet består af en skriftlig pro-

jektrapport og et mundtligt forsvar af denne. Der henvises til en uddybende beskrivelse af kravene til afgangsprojektet i afsnit 4.6 samt til institutionens vejledning for tilrettelæggelse og afvikling af afgangsprojektet.

3.3. Beskrivelse af de obligatoriske fagmoduler

Nedenfor følger en beskrivelse af emnerne i de obligatoriske fagmoduler inden for Oplevelsesøkonomi – Oplevelsesøkonomi og Serviceledelse.

Oplevelsesøkonomi

Omfang: 10 ECTS-point

Eksamensform: Mundtlig eksamen med udgangspunkt i skriftlig rapport

Særlige adgangsforsudsætninger: Ingen

Formål:

Modulets formål er at kvalificere den studerende til professionelt at kunne:

- Analysere og forstå oplevelsesøkonomiens karakteristika samt de forhold der er væsentlige for ledelse indenfor den oplevelsesøkonomiske kontekst. Herunder forstå og analysere servicevirksomhedens position og samfundets påvirkning herpå indenfor det oplevelsesøkonomiske felt. Endvidere skal den studerende kunne anvende økonomiske, sociologiske, etnografiske og kommercielle værktøjer til at analysere oplevelsesøkonomiens betydning for servicevirksomheden og samfundet.
- Vurdere anvendeligheden af forskellige former for ledelse og markedsføringsmæssige samt kommunikative elementer og teorier i relation til oplevelsesøkonomi. Herunder viden om konceptudvikling og implementering af nye koncepter i forretningsmæssig forstand. Viden om faglige koncepter indenfor oplevelsesøkonomien og analytiske færdigheder i forhold hertil, som den studerende får indenfor ledelsesområdet, vil primært rette sig mod den operationelle og taktiske ledelse indenfor oplevelsesøkonomi.

Indhold:

Indholdets hovedelementer med vejledende vægt i procent:

- Oplevelsesøkonomien set fra et makroperspektiv: Oplevelsesøkonomiens betydning i samfundet og oplevelsesøkonomi som megatrend. Oplevelsesøkonomiens anvendelse samt potentialer for brancher, regioner og samfund.
33 %
- Oplevelsesøkonomien set fra et mikroperspektiv: Udvikling af oplevelseskoncepter og iscenesættelse af oplevelser inkl. involvering af kunderne. Ledelse af oplevelses-virksomheder og oplevelsesøkonomi i forskellige værdikæder. Markedsføring af oplevelser inkl. oplevelsesbaseret kommunikation, storytelling og oplevelser som ekstra værdiskaber.
67 %

Mål for fagmodulet opdelt ud fra de 3 niveauer: Viden, færdigheder og kompetencer:

Den studerende skal have viden om:

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et makroperspektiv”:

- Forhold og faktorer der kendetegner oplevelsesøkonomi fra et makroperspektiv:
 - Oplevelsesøkonomi i generel forstand – hvad er oplevelsesøkonomi, hvordan er begrebet opstået, og hvor kan vi forvente, at det vil bevæge imod i fremtiden?
 - Oplevelsesøkonomi som en funktion af samfundstendenserne.
 - Oplevelsesøkonomiens rolle i det globale samfund.
 - Økonomiske, sociologiske, etnografiske og kommercielle effekter af oplevelsesøkonomien.
 - Oplevelsesøkonomi i relation til kulturskabelse.
 - Kohæsionen mellem medier og oplevelsesøkonomi.
 - Kohæsionen mellem teknologi og oplevelsesøkonomi.
 - Kohæsionen mellem uddannelse og oplevelsesøkonomi.
 - Oplevelsesøkonomien som vækstfaktor.
 - Kohæsionen mellem turisme- og bymæssig udvikling samt oplevelsesøkonomien.
 - Kohæsionen mellem regional, national, og global udvikling samt oplevelsesøkonomien.
 - Kohæsionen mellem branchespecifik udvikling og oplevelsesøkonomien.

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et mikroperspektiv”:

- Modeller og teorier for konceptudvikling med vægten lagt på oplevelsesøkonomiske aspekter. Viden om idégenerering, kreativitetsprocesser, projektledelse og beslutningsprocesser.
- Modeller og teorier for markedsføring af oplevelser med udgangspunkt i oplevelsesbaseret kommunikation, herunder bl.a. viden om:
 - Oplevelsen som differentiator.
 - Oplevelsen som medie (f.eks. symbolhandlinger).
 - Viral marketing (modtagerstyrede medier: f.eks. anvendelse af Internettet og networking)
 - Sponsorering og fundraising.
 - Branding og identifikation (f.eks. corporate social responsibility og corporate citizenship).
- Iscenesættelse af oplevelser inkl. involvering af kunderne.
 - Involvering af gæsterne/kunderne med fokus på at appellere til alle sanser (”experiential marketing”).
 - Oplevelse, indlevelse og medlevelse.
 - Sansning og perception.
 - Co-creation.
 - Edutainment via fokus på læring og forståelse (kohæsionen mellem ”motion”, motivation og ”emotion”).
- Storytelling
 - Brand management fra en kommunikativ vinkel.
 - Storytelling som kommunikationsværktøj og ledelsesværktøj.
 - Emotionel branding (give et brand mening, visuel identitet og personlighed).
- Oplevelsesøkonomi i forskellige værdikæder.
 - Stakeholder management (f.eks. strategiske alliancer for at skabe synergieffekter vedr. produktionen af oplevelsesbaserede produkter).
 - CRM

- Oplevelser som ekstra værdiskaber.
 - Oplevelser som strategisk parameter (f.eks. som middel til bedre investeringsmæssige afkast).
 - Betydningen af innovation for en oplevelsesøkonomisk virksomheds bæredygtighed.
- Ledelse af oplevelsesvirksomheder.
 - Implementering af service- og oplevelsesbaserede strategier.
 - Organisationsudvikling og forandringsledelse.
 - Service- og oplevelsesbaseret kvalitetsledelse.
 - Projektbaseret ledelse.
 - Balanced scorecard som metode til optimering af ledelsen af oplevelsesvirksomheden.

Den studerende skal have færdigheder til:

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et makroperspektiv”:

- At kunne vurdere, analysere og formidle oplevelsesøkonomiens signifikante betydning på lokalt, regionalt, nationalt og globalt niveau ud fra økonomiske, sociologiske, etnografiske, kommercielle og empiriske metoder, modeller og teorier.
- At kunne formidle nytteværdien af den stigende efterspørgsel efter oplevelser i samfundet og trække paralleller til anvendelse af denne på mikroniveau (f.eks. popkulturen).
- At kunne analysere, vurdere og formidle aspekter ved oplevelsesbaseret forbrug.
- At opstille oplevelsesbaserede problemstillinger med basis i udviklingen på makroniveau, som kan udnyttes på mikroniveau.
- At analysere kohæsionen mellem oplevelsesøkonomi og forskellige brancher samt at anvende denne færdighed til at skabe fundamentet for potentielle samarbejds muligheder mellem disse brancher.
- At analysere mediernes og teknologiens betydning for oplevelsesøkonomien, således at der skabes en platform for at kunne formidle fordele og ulemper herved samt udnytte disse problemstillinger på mikroniveau.

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et mikroperspektiv”:

- At kunne formidle og løse problemstillinger vedr. produkter og services med fokus på oplevelsesbaserede dimensioner.
- At kunne analysere produktudviklings- samt kreativitetsprocessen vedr. udvikling af oplevelseskoncepter.
- At kunne vurdere effekten af et oplevelseskoncept og evaluere potentielle problemstillinger i forbindelse hermed.
- At kunne analysere og vurdere, hvilke marketingteknikker og -strategier, der er relevante at anvende i relation til problemstillinger for organisationer, som fokuserer på at levere oplevelser.

- At kunne analysere, vurdere og formidle aspekter omkring sponsorering, fundraising og branding.
- At formå ved hjælp af kreative og analytiske færdigheder at formidle og vurdere essensen af oplevelsesbaseret kommunikation.
- At analysere sig frem til betydningen af storytelling for en organisations samlede strategi og forretningsaktiviteter. Herunder at vurdere de kreative aspekter ved et godt budskab set i forhold til storytelling.
- At kunne analysere og vurdere organisationens forhold til sine kunder og interessenter.
- At kunne analysere og vurdere, hvordan organisationen kan anvende oplevelser som innovation og dermed strategisk parameter til at skabe øget indtjening.

Den studerende skal have kompetencer i:

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et makroperspektiv”:

- At kunne udvikle ideer til fornyelser og ændringer for organisationer med udgangspunkt i udviklingstendenserne indenfor oplevelsesøkonomien.
- At kunne sammensætte processer, der sikrer kontinuerlig tilegnelse af ny viden og deling heraf omkring udviklingstendenserne indenfor oplevelsesøkonomien. Herunder at sikre at denne viden danner baggrund for tværfaglige synergieffekter i relation til konceptudvikling og organisationsudvikling på mikroniveau.
- At tilegne sig forståelse for værdibaseret forbrug i sammenhæng med oplevelser samt anvende denne viden og disse færdigheder til at kunne udvikle nye tiltag, der matcher efterspørgslen fra ”prosumers”.

Indenfor området ”Oplevelsesøkonomien set fra et mikroperspektiv”:

- At opstille konkrete forslag til udvikling af oplevelseskoncepter, som kan anvendes i forbindelse med strategisk udvikling af en virksomhed eller af samarbejdet mellem flere virksomheder indenfor en branche eller på tværs af brancher.
- På operationelt og taktisk ledelsesniveau at være i stand til at anvende de værktøjer, der fungerer som kritiske analyseredskaber vedr. implementering af service- og oplevelsesbaserede strategier.
- At tilegne sig ny viden og færdigheder, der kan bidrage til at kunne starte en oplevelsesbaseret virksomhed med fokus på at etablere forretningsplaner for nye oplevelsesbaserede koncepter.
- At kunne identificere sponsor- og fundraisingmuligheder og –behov samt udvikle sponsor- og fundraisingplaner i relation til oplevelsesbaserede projekter og tiltag.

Serviceledelse

Omfang: 10 ECTS-point

Eksamensform: Mundtlig eksamen med udgangspunkt i projektprojekt

Særlige forudsætninger: Ingen

Formål:

Modulets formål er at kvalificere den studerende til professionelt at kunne:

- Analysere og forstå servicevirksomhedens karakteristika samt de forhold der er væsentlige for ledelsen af denne. Herunder servicevirksomhedens interne forhold og samspillet mellem elementerne i virksomhedens servicemanagement system, der defineres som værende:
 - o Virksomhedens servicekoncept, virksomhedens serviceleverancesystem, virksomhedens kultur, virksomhedens kunder og disses forventninger.
- Vurdere anvendeligheden af forskellige ledelsesformer og teorier indenfor serviceledelsen. Herunder at kunne arbejde med kommunikative forhold i relation til samspillet mellem virksomhedens servicemedarbejdere og kunder. De færdigheder, som den studerende får indenfor ledelsesområdet, vil primært rette sig mod den operationelle og taktiske ledelse i servicevirksomheden.

Indhold:

Indholdets hovedelementer med vejledende vægt i procent:

- Service-managementsystem og serviceteori: Servicekoncept og serviceleverancesystem. Kundens adfærd og forventninger. Servicekvalitet, kundens rolle i serviceleverancen, og kunden som medproducent. Service Gap analyse.
40%
- Serviceledelse og kommunikation: Situationsbestemt ledelse, medarbejertilpasset ledelse, menneskesyn, kultur og værdier, lederroller og ledergitter, behovs- og motivationsteori. Kommunikation med fokus på transaktionsanalyse og coaching.
60%

Mål for fagmodulet opdelt ud fra de 3 niveauer: Viden, færdigheder og kompetencer:

Den studerende skal have viden om:

Indenfor området ”Service-managementsystem og serviceteori”:

- Forhold og faktorer der kendetegner en service:
 - o Uhåndgribelighed.
 - o Service som en proces af aktiviteter.
 - o Service produceres og forbruges simultant.
 - o Kunden deltager i serviceproduktionsprocessen.
 - o Vigtigheden af det såkaldte ”Sandhedens” øjeblik.
 - o Service kan ikke lægges på lager.
- Kohæsionen mellem servicevirksomhedens servicekoncept, serviceleverancesystem, kultur og image.

- Servicekoncept/servicepakke. Herunder samspillet mellem kerneydelse og typer af periferiydelser. Dette set i forhold til benchmarking, konkurrencemæssige fordele og prisen på serviceydelser.
- Serviceleverancesystem. Herunder samspillet mellem kunden, servicemedarbejderen og de fysiske hjælpemidler/teknologi. Kunden som medproducent og kundens rolle i serviceleverancen. Serviceleverancen set som et teater med roller, manuskripter og scener som styringsredskaber.
- Forholdet mellem virksomhedens "front" og "back office" i relation til det konkrete "service blue print" hvor scener, kontaktpunkter og ventetider i serviceleverancen skitseres i en "flow chart" tankegang.
- Betydningen af de fysiske omgivelser og fysiske hjælpemidlers udtryk set i forhold til den serviceoplevelse, som virksomheden ønsker at levere. Herunder betydningen af servicefaciliteternes beliggenhed.
- Kundens adfærd herunder forhold der påvirker denne, f.eks. kulturelle, sociale og personlige/psykologiske forhold.
- Kundens forventninger og tilpasningen af virksomhedens servicekvalitet i forhold til disse.
 - Fokus på hvordan servicevirksomheden skaber loyale kunder, f.eks. ud fra en CRM-tankegang.
 - Psykologien i at kunden venter. Kendskab til forskellige køhåndteringsmodeller.
 - Reklamationshåndtering og konfliktledelse.
- Samspillet mellem kunde og medarbejder ud fra "service profit chain" tankegangen.
- Forholdet mellem servicevirksomhedens efterspørgsel og kapacitet ud fra en "yield management" betragtning.

Indenfor området "Serviceledelse og kommunikation":

- Ledelsesformer med udgangspunkt i situationsbestemt ledelse og medarbejdertilpasset ledelse.
- Lederens holdninger og menneskesyn.
- Virksomhedskultur. Virksomhedskulturens betydning for servicevirksomheden og serviceledelsen. Ledelsesfilosofien i relation til værdier og normer i kulturen. Herunder hvorledes man gennemfører en kulturanalyse. Mangfoldighedsledelse/"diversity management" og betydningen heraf for virksomhedskulturen.
- Lederroller.
- Ledergitteret og anvendelsen af dette.
- Behovs- og motivationsteori. Herunder vigtigheden af motivation af servicemedarbejdere og betydningen af dette i forhold til leveringen af service.
- Kommunikation ud fra transaktionsanalysen. Identifikation af mennesketyper i relation til forskellige kommunikationssituationer.
- Forhold som empati og betydningen af nonverbal kommunikation.

- Coaching-begrebet, hvad det indeholder, samt hvorledes det kan anvendes som redskab i serviceledelsen. Coaching som udgangspunkt for udvikling, træning og uddannelse af servicemedarbejdere.
- Salgspsykologi i relation til servicemedarbejderens rolle i salgssituationen.

Den studerende skal have færdigheder til:

Indenfor området ”Servicemanagementsystem og serviceteori”:

- Som udgangspunkt for strategiudvikling at kunne analysere samspillet mellem servicekoncept og -leverancesystem sat i relation til virksomhedens kultur, image, ledelsesstil, målgruppe og målgruppens opfattelse af den leverede service.
- At kunne anvende service gap-modeller til identifikation af servicegaps i en konkret servicevirksomhed.
- At kunne analysere kundens adfærd ud fra relevante kriterier.
- At anvende kendskab til kundens adfærd i relation til virksomhedens serviceleverancesystem og servicekoncept.
- At kunne inddrage kunden som medproducent i serviceleverancen.
- At tilpasse serviceproduktet til kundens forventninger om oplevet servicekvalitet.

Indenfor området ”Serviceledelse og kommunikation”:

- At anvende motivationsteorier indenfor serviceledelsen.
- At kunne analysere og vurdere servicevirksomhedens ledelsesmæssige problemstillinger.
- At analysere forskellige ledelsesopgaver, ledelsesformer og ledertyper og vurdere, hvilken ledelsesform, der i en given situation vil være mest hensigtsmæssig.
- At udarbejde en kulturanalyse.
- At analysere kommunikationsrelaterede problemstillinger i interaktionen mellem kunde og servicemedarbejder.

Den studerende skal have kompetencer i:

Indenfor området ”Servicemanagementsystem og serviceteori”:

- At kunne udvikle ideer til fornyelser og ændringer i virksomhedens servicemanagementsystem.
- At samarbejde fagligt og tværfagligt omkring planlægningen af elementerne i virksomhedens servicemanagementsystem.
- At tilegne sig ny viden og færdigheder i relation til at forbedre serviceoplevelsen for kunderne.

Indenfor området ”Serviceledelse og kommunikation”:

- At opstille konkrete forslag til løsning af kommunikationsproblemstillinger, der retter sig både internt mod medarbejdere og eksternt mod servicevirksomhedens kunder.
- På operationelt og taktisk ledelsesniveau at være med til at udvikle en ønsket servicekultur.
- Med udgangspunkt i behovs- og motivationsteori at kunne udvikle ”best practices” i forbindelse med ledelse af servicevirksomhedens medarbejdere.

3.4. Beskrivelse af valgfag

Nedenfor følger en beskrivelse af emnerne i valgfaget Event Management. Øvrige valgfag fremgår af listen i bilag 2 og institutionernes hjemmeside.

Event Management

Omfang: 10 ECTS-point

Eksamensform: Mundtlig eksamen med udgangspunkt i projektprojekt

Særlige forudsætninger: Ingen

Fagmodulet er valgfrit

Formål:

Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at kunne:

- Analysere og forstå karakteristika ved event management samt de forhold der er væsentlige for ledelse heraf. Herunder forstå og analysere planlægnings, opbygnings-, gennemførelses- og evalueringsfasen vedrørende events lige fra mindre endagsarrangementer til større events, der strækker sig over en længere periode. Yderligere indsigt i, forståelse for samt viden om nationale og internationale events og analytiske redskaber i relation hertil.
- Opstille klare mål for afholdelse af events og via event management processen at kunne nå disse mål. Vurdere anvendeligheden af forskellige modeller og værktøjer i forbindelse med afholdelse af events. Endvidere sikre at den studerende får ledelseskompetencer til anvendelse for så vidt angår ledelse af designprocessen for events, d.v.s. kompetencer indenfor analyse, planlægning, budgetlægning, finansiering, indkøb og skabelse af det visuelle i forbindelse med afholdelse af events.

Indhold:

Indholdets hovedelementer med vejledende vægt i procent:

- Event management – generel del: Konzeptudvikling, projektledelse indenfor event management, økonomistyring af events.
67 %
- Event management - temadel: Iscenesættelse & drama, oplevelsesdesign & –produktion.
33 %

Mål for fagmodulet opdelt ud fra de 3 niveauer: Viden, færdigheder og kompetencer:

Den studerende skal have viden om:

Indenfor området "Event management – generel del":

- Forhold og faktorer der kendetegner event management i generel forstand:
 - Event management i generel forstand. Hvad er event management, hvordan er begrebet opstået, og hvor kan vi forvente, at det vil bevæge imod i fremtiden?
 - Forståelse for event management som en funktion af samfundstendenserne, jf. en stigende efterspørgsel efter samt fokus på events. Hvilken rolle har events og event management i det globale samfund samt forståelse for hvad er det for nogle tendenser, der har skabt den økonomiske og kommercielle basis for events.
 - Produkt- og konceptudvikling af events som en integreret del af virksomhedens strategiske planlægning.
 - Forståelse for hvilken produktlivscyklus, der kendetegner events.
 - Kohæsionen mellem produktlivscyklus for events og bæredygtigheden af denne.
 - Forståelse for event planlægningsprocessen samt refleksion af, hvordan branchen kan anvende denne proces med fordel. Herunder formål, succeskriterier, målsætning (f.eks. SMART-modellen),
 - konceptudvikling, feasibility, event planlægning, implementering, "handover", evaluering & effekt, feedback.
 - Forståelse for forretningsplanlægning i forbindelse med konceptudvikling samt en refleksion over, hvordan denne kombination kan anvendes med fordel i relation til event afholdelse (f.eks. 11-step modellen, kohæsionen mellem forretningsplanlægning og handlingsplaner samt kohæsionen mellem leverandørvalg og supply chain management).
 - Hvordan adskiller projektledelse i forbindelse med events sig fra ledelse i forhold til daglige forretningsaktiviteter (f.eks. forskelle i afklarings-, planlægnings- og implementeringsfaserne)?
 - Idégenerering og beslutningsprocesser i relation til projektledelse.
 - Brainstormingprocessen.
 - Opnåelse af fælles forståelse og konsensus i gruppeprocesser.
 - Modeller for beslutningsprocesser, (f.eks. "Garbage can", "Rational", "Bounded rationality" modeller).
 - Interessentledelse.
 - Projektstyring (f.eks. Gantt-kort, PERT-teori, vidensdeling og -ledelse, tids- og ansvarsfordeling).
 - Økonomistyring.
 - Skellet mellem traditionel økonomistyring og økonomistyring i forhold til events.
 - Fordele ved risiko- og cost/benefit-analyser.
 - Feasibilityanalyser.
 - Hvad skal undersøges inden en event gennemføres?
 - Hvad er den økonomiske dimension af at kaste sig ud i denne event?
 - Effektanalyser.
 - Hvad er effekten af afholdelsen af en specifik event i økonomisk forstand?

Indenfor området ”Event management – temadel”:

- Modeller og teorier for ”visual” og ”corporate identity” med fokus på at skabe forbedrede oplevelsestilbud for kunderne.
 - Forståelse for at kunne appellere til samtlige sanser hos kunderne (f.eks. viden om strategiske erfaringsmæssige moduler, jf. SEMs/”strategic experiential modules”).
- Hvad er design?
 - Forståelse for mangfoldigheden af designbegrebet.
 - Hvordan ledes design for at virke som et parameter for innovation og forandring?
- Oplevelsesdesign som et tværfagligt felt.
 - Edutainment.
 - Kreativitetsprocesser.
 - Kohæsionen mellem oplevelser og formidling.
 - Design management i forhold til faktorer som henholdsvis produktet, omgivelserne, information og corporate identity.
- Evaluering af tidligere events.
 - ”Feed back loop”.
 - Hvilke materialer anvendes ved forskellige events (f.eks. hvordan kan en praktisk anvendelig værktøjskasse gavne planlægningen, afholdelsen og evalueringen af events)?
- Hvordan skabes der et godt storyboard til en event, og hvad stiller det af krav til HR-planlægningen?
 - Forståelse for networking og kvalitativ dataindsamling for at kunne skabe et godt storyboard og opnå det rette personalemix.
- Rollespil for at skabe empatisk forståelse og øget indlevelse samt engagement fra forbrugerne i forbindelse med event.
 - Forståelse for henholdsvis passiv, aktiv eller social deltagelse i events.
 - Forståelse for henholdsvis oplevelse, indlevelse eller medlevelse angående deltagelse i events.
- Rollespil som et organisationsudviklingsværktøj for at skabe bedre oplevelser for kunderne.
- Forståelse for hvad formidling betyder for iscenesættelsen af events.
- Forståelse for forholdet mellem selvscenesættelse og corporate iscenesættelse som en nutidig trend (f.eks. hvilke konsekvenser har personlige og organisatoriske valg i den henseende samt hvad betyder det at skulle leve med sine valg?)

Den studerende skal have færdigheder til:

Indenfor området ”Event management – generel del”:

- At kunne vurdere, analysere og formidle signifikansen ved event management i vores moderne økonomi på forskellige niveauer.
- At kunne vurdere, analysere og formidle de tendenser, som har givet en økonomisk og kommerciel basis for event management.

- At kunne vurdere samt opstille problemstillinger i relation til konceptudvikling indenfor event management og opstille løsningsforslag for disse samt formidle resultatet heraf til relevante interessenter.
- At kunne vurdere, analysere og formidle produktlivscyklussen for en specifik event i relation til eventens bæredygtighed og levetid.
- At kunne vurdere, analysere og formidle essensen af en event ud fra event planlægningsprocessen (f.eks. via "the event planning process" modellen af Guy Masterman).
- At kunne opstille en forretningsplan for en event.
- At kunne vurdere, analysere og formidle det essentielle ved at have gode leverandører og en optimal supply chain management vedr. afholdelse af events.
- At kunne anvende projektstyringsværktøjer såsom Gantt-kort og PERT-teknik til at optimere tids- og ansvarsfordelingen samt vidensdelingen og -ledelse i forbindelse med afholdelse af events.
- At kunne redegøre for forskelle mellem traditionel økonomistyring og økonomistyring i forhold til events.
 - At kunne opstille økonomiske problemstillinger vedr. events ved at anvende teknikker fra risikoanalyse samt cost/benefitanalyser, budgettering og finansiering samt herved at kunne frembringe mulige løsningsforslag til problemstillingerne.
 - At kunne anvende feasibility- og effektanalyseteknikker i forhold til planlægningen, afholdelsen og evalueringen af en specifik event.
 - At kunne formidle ekstrakten af disse økonomistyringsmæssige aspekter til diverse interessenter.

Indenfor området "Event management – temadel":

- At kunne vurdere, analysere og formidle, hvordan "visual" og "corporate identity" spiller ind på forbrugeradfærd i forbindelse med events og herunder oplevelsestilbud.
 - Hvilke problemstillinger kan der opstilles vedr. det at appellere til diverse sanser, og hvordan kan disse løses vedr. event management.
- At kunne vurdere, analysere og formidle, hvordan design og design management kan skabe grobund for innovation og forandring. Herunder at kunne vurdere, analysere og formidle hvordan design og design management kan anvendes til at skabe bedre kundeservice og -oplevelser på den ene side og til at skabe bedre effektivitet og mindre ressourceafhængighed på den anden side.
- At kunne vurdere, analysere og formidle vigtigheden af oplevelsesdesign som tværfagligt felt. Herunder at kunne redegøre for, hvordan der kan skabes et optimalt design via krydsfeltet mellem underholdning og oplevelser (f.eks. ved at anvende teknikker og kreative færdigheder indenfor feltet "edutainment").
- At kunne vurdere, analysere og formidle hvordan tidligere events og evaluering heraf kan danne et solidt fundament for vidensgenerering til anvendelse til design af nye events.
- At kunne opstille problemstillinger i forbindelse med anvendelsen af story-boards samt kunne komme med løsningsforslag hertil (f.eks. ved at anvende teknikker fra kvalitativ dataindsamling og networking til at styre HR-planlægningen og udformningen af story-boards).
- At kunne redegøre for integrationen af rollespil.

- At kunne vurdere, analysere og formidle problemstillinger ved henholdsvis passiv, aktiv eller social deltagelse af forbrugerne i events samt komme med løsningsforslag hertil.
- At kunne vurdere, analysere og formidle problemstillinger ved henholdsvis oplevelse, indlevelse eller medlevelse angående forbrugernes deltagelse i events samt komme med løsningsforslag hertil.
- At kunne vurdere, analysere og formidle hvordan rollespil kan anvendes som organisationsudviklingsværktøj til at tilvejebringe bedre oplevelser for kunderne.
- At kunne vurdere, analysere og formidle sammenhængen mellem formidling og iscenesættelsen af events.
- At kunne vurdere, analysere og formidle det fremtrædende ved forholdet mellem selviscenesættelse og corporate iscenesættelse som en nutidig trend.

Den studerende skal have kompetencer i:

Indenfor området ” Event management – generel del”:

- At kunne udvikle ideer til fornyelser og ændringer for organisationer, der beskæftiger sig med event management (f.eks. at deltage i relevant netværk såvel fagligt som tværfagligt for at kunne skabe grobund for udvikling af nye koncepter indenfor event management).
- At kunne sammensætte processer, der sikrer kontinuerlig tilegnelse af ny viden og deling heraf omkring udviklingstendenserne indenfor event management, således at denne viden danner baggrund for tværfaglige synergieffekter i relation til konceptudvikling og organisationsudvikling.
 - At kunne sammensætte en optimal projektgruppe, der kan danne grundlag for ”best practices” indenfor event management.
- At samarbejde fagligt og tværfagligt vedr. anvendelse af kritisk tankegang i tilknytning til, hvilke problemstillinger, der skal overkommes for at skabe unikke eller rentable events.
 - At kunne udvikle events, der baseres på de nyeste tendenser indenfor økonomistyring for event management, således at der frembringes events med større rentabilitet og effektivitet.
- At kunne tilegne sig nye færdigheder og viden omkring event management via et struktureret forarbejde i forbindelse med afholdelse af events.

Indenfor området ” Event management – temadel”:

- At opstille konkrete forslag til design af events med en oplevelsesmæssig dimension, som kan anvendes i forbindelse med strategisk udvikling af en virksomhed eller af samarbejdet mellem flere virksomheder indenfor en branche eller på tværs af brancher.
- At komme med forslag til udvikling af ”visual” eller ”corporate identity” med stor positiv effekt på forbrugeradfærd.
 - At kunne anvende de værktøjer, der fungerer som kritiske analyseredskaber angående innovation og forandring via design management.
 - At udvikle en praksis for, hvordan design kan anvendes som værktøj til at skabe bedre kundeservice og –oplevelser på den ene side og til at skabe bedre effektivitet og mindre ressourceafhængighed på den anden side.

- At kunne samarbejde fagligt og tværfagligt med diverse interessenter for derved at kunne optimere, hvordan design kan påvirke faktorer som produktet, omgivelserne, information og corporate identity.
- At kunne udvikle en praktisk anvendelig værktøjskasse via informationsindsamling, der giver indsigt i, hvad der kræves for at kunne designe forskellige former for events på en optimal måde.
- At kunne udvikle ny praksis for at sikre øget indlevelse og engagement fra såvel forbrugerne som medarbejderne, hvilket vil understøtte en produktion af gode kundeoplevelser vedr. event management.
- Via fagligt og tværfagligt samarbejde af kunne mønstre gode storyboards og optimale persona-lemix i relation til en organisations udbud af events.
- At kunne styre processen med at udvikle et optimalt mix mellem selviscenesættelse og corporate iscenesættelse, således at vi får en event management proces, der er kendetegnet ved, at medarbejderne i harmoni med forbrugerne kan stå inde for organisationens valg.

3.5. Specialeforløb

Specialeforløb

Modulet omfatter 10 ECTS-point

Modulet er obligatorisk

Særlige adgangsforsudsætninger: Gennemført alle obligatoriske og valgfrie modul

Eksamensform: Skriftligt specialeprojekt med mundtligt forsvar

Formål

Specialeforløbet skal give den studerende mulighed for perspektivering og fordybelse inden for et eller flere af de fagmoduler, som den studerende har gennemført.

Omfang

Et specialeforløb har et omfang af 10 ECTS-point svarende til en arbejdsbelastning på 240 - 280 arbejdstimer.

Former for specialeforløb

Akademiet udbyder et eller flere specialeforløb inden for uddannelsens overordnede formål og inden for formålet med de profilforløb, som akademiet udbyder.

Der udbydes to forskellige former for specialeforløb:

1. Fagspecifikke forløb
2. Selvvalgt emne

De fagspecifikke forløb er egentlige fag, som skal sikre den nødvendige fordybelse inden for bestemte områder. Denne form for specialeforløb anvendes fx inden for Finansrådgiveruddannelsen.

I de fleste andre uddannelser får de studerende selv mulighed for at vælge det emne, som de ønsker at fordybe sig i. Som det fremgår af formålsbeskrivelsen skal valg af emne ske inden for fagområder, som den studerende tidligere har gennemført.

Mål

At den studerende kan

- analysere og vurdere emnet i relation til profilens centrale fagområde samt i relation til andre relevante fagområder
- opsøge, analysere, vurdere og anvende relevante kilder og teoretiske modeller ud fra en metodekritisk angrebsvinkel
- præsentere en faglig problemstilling, dens løsning og konklusion i rapportform
- mundtligt kan præsentere og kritisk vurdere en faglig problemstilling, dens løsning og konklusion
- indgå i gruppeprocesser og her bidrage konstruktivt til gruppens resultat

Eksamen

Der udarbejdes som hovedregel en grupperapport, hvoraf det skal fremgå, hvad hver enkelt deltager har bidraget med. Hvor særlige forhold taler herfor, kan der gives tilladelse til at udarbejde et individuelt projekt. Projektrapporten omfatter typisk 30 – 40 normalsider eksklusiv bilag.

Eksamensformen er skriftligt projektrapport med mundtligt forsvar. Der er tale om en intern prøve, hvor institutionen selv udpeger censorer. Prøven varer ca. 30 minutter inklusiv votering.

Prøven er individuel og med individuel bedømmelse, selv om der eksamineres på grundlag af en grupperapport. Øvrige medforfattere på rapporten kan i henhold til eksamensbekendtgørelsen derfor ikke overvære eksaminationen, inden de selv har været til eksamen.

I bedømmelsen indgår projektrapporten med 2/3 og det mundtlige forsvar med 1/3. Bedømmelsen af projektrapporten sker primært på grundlag af de individuelle bidrag. I bedømmelsen tages der også hensyn til, hvordan man har behandlet fællesbidrag som fx problemformulering og konklusion. Bedømmelsen omfatter både det faglige indhold og den metodemæssige behandling af rapportens datagrundlag.

Der gives én samlet karakter efter 7-skalaen. For at bestå kræves minimum karakteren 02.

Der henvises til institutionens vejledning i afvikling af specialeforløbet.

3.6. Afgangprojekt

Afgangprojekt

Modulet omfatter 10 ECTS-point

Modulet er obligatorisk som afslutning på uddannelsen

Særlige adgangsforsudsætninger: For at indstille sig til eksamen i afgangprojekt skal alle fagmoduler og specialeforløb være bestået

Eksamensform: Skriftligt afgangprojekt med mundtligt forsvar

Formål

I afgangprojektet skal den studerende kunne dokumentere evne til på et metodisk og analytisk grundlag at kunne gennemføre en praksisnær og kompleks problemløsning inden for uddannelsens

overordnede formål eller inden for formålet for det profilforløb, som den studerende har gennemført. Den studerende skal gennemføre det afsluttende afgangsprøve inden for centrale problemstillinger i uddannelsen, herunder specialeforløbet.

Omfang

Afgangsprøvet har et omfang af 10 ECTS-point svarende til en arbejdsbelastning på 240-280 arbejdstimer.

Form

Den studerende skal arbejde med et relevant, praktisk problem, som normalt er hentet fra egen jobfunktion, virksomheden eller branchen. Der kan også være tale om, at den studerende etablerer kontakt med en anden virksomhed. Men det er under alle omstændigheder den studerendes opgave og ansvar at tilvejebringe det nødvendige praktiske grundlag for udarbejdelse af afgangsprøvet.

Mål

At den studerende kan

- anvende teorier, metoder og modeller på løsning af en kompleks, praktisk problemstilling
- kan formulere og afgrænse problemstillingen inden for det valgte opgavefelt
- kan vurdere, vælge og anvende relevant faglig metode
- kan præsentere problemstilling, metode, problemløsning og konklusion i rapportform
- kan mundtligt præsentere og forsvare hovedresultaterne i den skriftlige rapport samt kan indgå i en kvalificeret dialog omkring valg af problemstilling, metodemæssige overvejelser, løsningsforslag og konklusion

Eksamen

Det afsluttende eksamensprojekt består af en skriftlig projektrapport, der typisk har et omfang af 50 normalsider eksklusiv bilag, samt et mundtligt forsvar af denne. Projektet løses som hovedregel individuelt.

Hvor særlige forhold taler herfor, kan der gives tilladelse til at gennemføre et gruppeprojekt med flere opgaveløbere. Hvis flere personer skriver sammen, skal problemformuleringen og opgavebesvarelsen afspejle den grundigere og dybere behandling af emnet, som kan godtgøre, at de hver især har ydet en arbejdsindsats i den fælles opgaveløsning, som modsvarer den arbejdsindsats, en studerende yder ved at udarbejde projektet individuelt.

Der stilles endvidere krav om, at man af projektrapporten skal kunne se, hvad hver enkelt deltager har bidraget med.

Der er tale om en ekstern prøve med beskikket censorer. Prøven er individuel og varer ca. 45 minutter inklusiv votering. I bedømmelsen indgår projektrapporten med 2/3 og det mundtlige forsvar med 1/3. Der gives én samlet karakter efter 7-skalaen. For at bestå kræves minimum karakteren 02.

Bedømmelsen af grupperapport sker primært på grundlag af de individuelle bidrag. I bedømmelsen tages der også hensyn til, hvordan man har behandlet fællesbidrag som fx problemformulering og konklusion. Ved en grupperapport kan eksaminationen i henhold til eksamensbekendtgørelsen ikke overværes af de øvrige medforfattere, inden de selv har været til eksamen.

Der henvises til institutionens vejledning i afvikling af afgangsprøvet.

4. Overgangsordninger og merit

En studerende, der har påbegyndt uddannelsen efter tidligere regler, kan afslutte uddannelsen efter disse regler. Uddannelsen skal dog være afsluttet senest 1. august 2009.

Beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk uddannelse kan træde i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af bekendtgørelsen for det merkantile område. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering af ækvivalensen mellem de berørte uddannelseselementer.

En merkonomuddannelse efter den nuværende ordning omfatter 4 fagmoduler svarende til 40 ECTS-point, jf. omtalen i afsnit 2.2.3.

Merkonomer efter tidligere ordninger kan optages på Specialeforløb, når de samtidigt opfylder adgangskravene til akademiuddannelsen, jf. omtalen i afsnit 2.4.

Som målestok for omfanget af alle nye uddannelser benytter man i dag ECTS-point, der er et fælles, europæisk system for kvantitativ sammenligning af uddannelser. Et studieår svarer til et arbejdsår og udgør 60 ECTS-point, jf. omtalen i afsnit 3.1.

Et 45-timers fag i den tidligere merkonom- og teknomuddannelse udgør 6 ECTS-point
Et 90-timers fag i den tidligere merkonom- og teknomuddannelse udgør 12 ECTS-point

Da alle moduler på akademiuddannelsen udgør 10 ECTS-point, skal man enten have bestået to 45-timers fag eller et 90-timers fag for at opnå fritagelse for et fagmodul.

Fritagelse for "gamle" merkonom- og teknomfag

Beståede fag på merkonom- eller teknomuddannelsen før 1998 meriteres først til de respektive ordninger, der var gældende i perioden 1998 – 2005, hvorefter der sker fritagelse i henhold til ovenstående regler.

Der kan uanset tidligere uddannelser ikke gives fritagelse for Specialeforløb og Afgangsprojekt.

For en uddybende studievejledning henvises til institutionen.

Det er et krav for den studerende, at beståede fag ved studieskift kan godskrives på den modtagende institution.

Merit til HD 2. del

Der arbejdes løbende med afklaring af mulighederne for merit til andre uddannelsesinstitutioner. Det anbefales derfor at kontakte studievejledningen vedrørende nye meriteringsmuligheder samt ændringer i de eksisterende ordninger.

Oversigt over Love og bekendtgørelser

Nedenfor er en oversigt over love og bekendtgørelser, som har dannet grundlag for udformningen af studieordningen.

- Lovbekendtgørelse nr. 956 af 28. november 2003 om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse)
- Lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne, Lov nr. 488 af 31. maj 2000 (VfV-loven)
- Bekendtgørelse om videregående voksenuddannelse inden for det merkantile område, bekendtgørelse nr. 1336 af 14. december 2005 (Merkonom og AU)
- Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser, bek. nr. 766 af 26. juni 2007 (Eksamensbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse, bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 (Karakterbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse om kvalitetsudvikling og kvalitetskontrol i erhvervsakademiuddannelserne, bekendtgørelse nr. 635 af 30. juni 2000 (Kvalitetsbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse af lov om Danmarks Evalueringsinstitut, bekendtgørelse nr. 775 af 10. august 2005

Oversigt over Fagmoduler inden for det merkantile område

I nedenstående oversigt er fagene rubriceres efter deres naturlige fagområde. Ved link via institutionens hjemmeside har man mulighed for at se indholdet i de enkelte fagmoduler.

Finansiell rådgivning:

- Samfundsøkonomi
- Erhvervsjura i den finansielle sektor
- Rådgivning og kommunikation
- Omsætning og finansiering af fast ejendom

Informationsteknologi:

- Softwarekonstruktion
- Informationsteknologi i kontekst
- Programmeringsteknologi
- Databaseteknologi
- Internet og distribueret programmering
- Netværk og IT-teknologi
- Spilteknologi
- Multimedieteknologi og interaktionsdesign
- IT-projektstyring
- IT-sikkerhed

International handel og markedsføring:

- Afsætning
- Markedsføring
- Erhvervsret

International transport og logistik:

- Logistik
- Transport, distribution og transportjura
- International transport og logistik

Kommunikation og formidling:

- IT og kommunikation
- Global kommunikation
- Viden og forandring
- Virksomhedskommunikation
- Kommunikation i praksis

Ledelse:

- Organisation
- Ledelse i praksis
- Lederskab
- Human Resources
- Kultur og filosofi
- Personalejura

- Projektstyring
- Lean ledelse i praksis

Økonomi- og ressourcestyring:

- Erhvervsøkonomi
- Global økonomi
- IT og økonomi
- Statistik
- Økonomistyring

Retail:

- Konceptstyring i detailhandelen
- Det personlige lederskab
- Salgsledelse
- Optimering af butiks- og kædedrift

Oplevelsesøkonomi:

- Oplevelsesøkonomi
- Serviceledelse
- Event Management

Se også www.merkonom-au.dk for en opdateret oversigt.

Oversigt over Indledende kurser til det merkantile fagområde

Nedenfor er der en kort oversigt over de indledende kurser. Hvert fag har et omfang af 1/12 årsværk. Via link til institutionens hjemmeside vil man kunne se indholdet af de enkelte kurser.

- Indledende erhvervsjura
- Indledende erhvervsøkonomi
- Indledende økonomisk matematik
- Indledende kommunikation
- Introduktion til ejendomsadministration