

STUDIEORDNING 2012-2014

MARKEDSFØRINGSØKONOMUDDANNELSEN

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

**Markedsføringsøkonomuddannelsen
Erhvervsakademi MidtVest
August 2012**

Indhold

Fælles del:

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)	10
4.	Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:	12
5.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester	12
Tema:	Virksomhedens strategiske situation	12
5.1	International markedsføring og salg (10 ECTS)	12
5.2	Økonomi (5 ECTS)	13
5.3	Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)	14
5.4	Erhvervsret (5 ECTS)	16
6.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester	17
6.1	International markedsføring og salg (10 ECTS)	17
6.2	Økonomi (5 ECTS)	18
6.3	Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	19
6.4	Erhvervsret (5 ECTS)	20
7.	Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester	21
7.1	International markedsføring og salg (10 ECTS)	21
7.2	Økonomi (10 ECTS)	22
7.3	Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	23
8.	Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer	24
8.1	Statistik - 2. semester (5 ECTS)	24
8.2	Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)	24
9.	Praktik og afsluttende eksamensprojekt	26
9.1	Praktik (15 ECTS)	26
9.2	Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)	27
10.	Prøver	27
10.1	Oversigt over prøver og eksaminer	28
10.2	Obligatoriske prøver og eksaminer	28
Prøver i valgfri uddannelseselementer	30	
11.	Indstilling til eksamen	30
12.	Indstilling til eksamen	31
13.	Valgfri Uddannelseselementer	31
14.	Regler for praktikkens gennemførelse	36
15.	Prøver i valgfri uddannelseselementer	37
16.	Internationalisering	38

17.	Krav til skriftlige opgaver og projekter	38
17.1	Projekter og opgaver	38
17.2	Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)	38
18.	Anvendte undervisnings og arbejdsformer.....	39
19.	Regler om merit	39
20.	Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen	40
21.	Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.	40
22.	Ikrafttrædelsesbestemmelser	40
23.	Henvisninger til gældende retsregler.....	40

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. bekendtgørelsen

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

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.

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.

Uddannelsens struktur fremgår af nedenstående model

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

3. 3. Læringsmål for kerneområderne

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
- 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:

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

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 markedsanalyzedata 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

5.2 Økonomi (5 ECTS)

Indhold:

- Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse 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

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 forsyningskæders 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

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
 - Kautio
 - 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
- Kautio
- 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 konkursordenen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om

- Prioritetsordenen
- Sikringsakter
- Gyldighedsvirkningen
- Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

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

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

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

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 forbrugerkøb

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 salgstillæg
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- kunne arbejde i internationale teams/grupper

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.

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

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 salgpris 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 krediters 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 er placeret på 4. semester af uddannelsen, og forbinder undervisningen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt.

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.

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

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 nævnt på s. 5. Som hovedregel tager projektet udgangspunkt i konkrete problemstillinger fra en virksomhed.

Udover uddannelsens læringsmål er læringsmålene for eksamensprojekt :

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 uddannelsesstedets vejledning herom.

10. Prøver

Uddannelsens læringsudbytte dokumenteres undervejs ved prøver, der kan bestå i mundtlige og skriftlige eksaminer, bedømmelse af opgaver og projekter, deltagelse i seminarer, øvelsesrækker m.v.

Prøverne er enten eksterne eller interne. Ved de eksterne prøver medvirker en censor beskikket af undervisningsministeriet. Ved de interne prøver foretages bedømmelsen af en eller flere lærere, udpeget af uddannelsesinstitutionen. Af eksamensbestemmelserne for de enkelte prøver fremgår, hvorvidt prøven er intern eller ekstern, og hvem der medvirker ved bedømmelsen.

Alle prøver skal bestås.

10.1 Oversigt over prøver og eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

Eksamensprøver	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
Årsprøve bestående af: – test i alle fagområder – Casebaseret skriftlig eksamen (1. eksterne eksamen)		Maj/Juni Skriftlig		
Prøve i valgfag (1. interne eksamen)		Maj/Juni Skr. eller mdt.		
Prøve i obligatoriske fag. (2. interne eksamen)			Dec./Jan. Skr. og mdt	
Prøve i valgfag (3. interne eksamen)			Dec./Jan. Skr. eller mdt.	
Prøve i praktikforløb (4. interne eksamen)				Forår Skr./mdt.
Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (2. eksterne eksamen)				Juni Skriftlig og mundtlig

10.2 Obligatoriske prøver og eksaminer

Årsprøve (1. eksterne prøve)

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

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

Den elektroniske test 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.

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 elektroniske test 1/3. Delprøverne skal bestås enkeltvis og påføres eksamensbeviset.

3.semester eksamen (2. interne prøve)

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 skal både indeholde en problemformulering og et metodeafsnit og må max. have et omfang af 10 normalsider (en normalside er 2400 karakterer inkl. mellemrum, fodnoter, tekstbokse og slutnoter).

Besvarelsen 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 vægter ligeligt 50.

Prøve i praktikforløb (4. interne eksamen)

Forløbet afprøves skriftligt eller mundtligt. Prøven vurderes til bestået/ikke bestået. Formatet omkring prøven 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.

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.

Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve 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.

Prøve 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.

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.

Institutionsdel

12. Indstilling til eksamen

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. Der kan dog dispenseres for ovenstående, hvis særlige hensyn gør sig gældende.

Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

13. Valgfri Uddannelseselementer

Institutionen udbyder de valgfrie uddannelseselementer beskrevet i afsnit 4.4. Herudover udbyder institutionens valgfrie uddannelseselementer, som beskrevet nedenfor.

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
- erhvervmæssige, 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 løsninger
- 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 Resource opgaver (fx ansættelsessamtale, udviklingssamtale og afviklingssamtale).

Iværksætter i praksis 2. semester (10 ECTS)

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 markedspotentiale, 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.

14. 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 en skriftlig rapport. Ud fra denne vurderes den

studerendes læringsudbytte af praktikken holdt op mod de opstillede mål. Den studerendes læringsudbytte skal godkendes, for at vedkommende kan indstilles til eksamen.

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.

15. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. 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.

Se endvidere omtale af prøve i valgfaget statistik i 10.2.

Prøve i valgfag (4. 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.

Iværksætter i praksis

Mundtlig eksamen med udgangspunkt i en erhvervs-case med ekstern censur. 30 min. mundtlig eksamen ud fra resumé af forretningsplan.

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

16. Internationalisering

EAMV vil løbende gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen. Det være sig fx i form af at dele af uddannelsen foregår på engelsk samt ved, at der benyttes en del engelsk litteratur.

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 uddannelsesstilbud hos udenlandske udbydere, der ækvivalerer læringsmålene for Markedsføringsøkonomuddannelsen. Praktikforløbet kan endvidere gennemføres i udlandet.

17. Krav til skriftlige opgaver og projekter

17.1 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 og D 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 i slutningen af 1. semester og omhandler det pensum, som du er blevet undervist i indtil da.

Projekt B er placeret på 2. semester, og omhandler primært det pensum, som du er blevet undervist i på 1. semester og – indtil da – på 2. semester.

Projekt C er placeret senere på 2. semester og omhandler det pensum, som du er blevet undervist i på 1. semester og på dette semester. Projekt D er placeret på 3. semester og centrerer sig om dette semesters stofområder, men kan også inddrage stof fra det første studieår.

Udover de 4 projekter er der sidst på 1. semester en prøveeksamen, der skal tjene som en generalprøve i forhold til årsprøven efter 2. semester. Det er også obligatorisk at deltage i denne prøveeksamen.

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-test. Ligeledes er det obligatorisk at deltage i en innovationscamp.

17.2 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 projekteksamen, skal den studerende have bestået samtlige eksaminer 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.

18. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

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

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

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.

19. 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".

20. Regler om de studerendes pligt til at deltage i undervisningen

Der er mødepligt i henhold til beskrivelserne i afsnittet om krav til skriftlige opgaver og projekter. Se afsnit 17.1 om obligatoriske opgaver.

Normalt er der ellers ikke mødepligt til den daglige undervisning, men der kan være perioder med fx projektarbejde, informationsmøder og lignende, hvor det er nødvendigt, at du er til stede. Hvis du fx i en projektperiode er fraværende – fx på grund af sygdom – kan der blive tale om, at du skal udarbejde og aflevere en afløsningsopgave.

21. 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.

22. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 27. august 2012.

23. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

- **Loven:** Lov nr. 882 af 8. august 2011. Lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- **Hovedbekendtgørelsen:** BEK nr. 636 af 29. juni 2009. Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- **Uddannelsesbekendtgørelsen:** Bekendtgørelse nr. 689 af 3. juli 2009 om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)
- **Eksamensbekendtgørelsen:** BEK nr. 714 af 27. juni 2012. Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser.

- **Karakterbekendtgørelsen:** BEK nr. 262 af 20. marts 2007. Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- **Adgangsbekendtgørelsen:** BEK nr. 214 af 21. februar 2012. Bekendtgørelse om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser
- **Åben uddannelse (ÅU-loven):** LBK nr. 952 af 2. oktober 2009. Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
- **Kvalitetsbekendtgørelsen:** BEK nr. 1146 af 1. oktober 2010. Bekendtgørelse om kvalitetssikring af erhvervsrettet videregående uddannelse
- **Akkrediteringsbekendtgørelsen:** BEK nr. 684 af 27. juni 2008. Bekendtgørelse om akkreditering og godkendelse af erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser mv.

Lovene og bekendtgørelserne er tilgængelige på internetadressen www.retsinfo.dk