

Rettelsesblad til studieordningens institutionsdel 2017-2019 for markedsføringsøkonomuddannelsen

Markedsføringsøkonom (AK)

Rettet d. 15. marts 2018 af Lars Grøndahl Schou

Ikrafttrædelse

Dette rettelsesblad for institutionsdelen af studieordningen 2017-2019 gælder for studerende med studiestart pr. 28. august 2017 og har virkning for alle studerende, som optages på uddannelsen den nævnte dato eller senere.

Ændringer til studieordningens institutionsdel 2017

Vedr. afsnit 8.4 Internationalisering, 2. interne (3. semester eksamen) – 2. interne prøve.

Oprindelig formulering:

Prøven består af en 4 timer individuel tværfaglig skriftlig prøve i de obligatoriske uddannelseselementer på 3. semester.

Den skriftlige prøve tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Caseoplægget udleveres elektronisk 24 timer før den skriftlige prøve.

Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om:

- Virksomhed og produktområder
- Diverse kilder

Opgaven består i 2 delspørgsmål og tager udgangspunkt i læringsmålene for 3. semesters obligatoriske uddannelseselement "Internationalisering" (jf. studieordningens fællesdel).

Ændres til:

Internationalisering – 2. interne (3. semester eksamen)

Prøven består af en 2 + 2 timer individuel tværfaglig skriftlig prøve i det obligatoriske uddannelseselement Internationalisering på 3. semester.

Den skriftlige prøve i Internationalisering er delt op i to delprøver i henholdsvis økonomi og international markedsføring, og tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Caseoplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve. Der udprøves først i økonomifaget og efterfølgende i international markedsføring. Der er en times pause mellem de to prøver.

Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om:

- Virksomhed og produktområder
- Diverse kilder

Læringsmål for prøven

Læringsmålene for 2. interne udgøres af læringsmålene fra obligatorisk uddannelseselement: Internationalisering. Læringsmålene fremgår i den fælles del af studieordningen, afsnit 3.

Prøvens form og tilrettelæggelse

2. interne prøve er delt op i to 2 timers monofaglige individuelle skriftlige prøver i det obligatoriske uddannelseselement Internationalisering på 3. semester.

Den skriftlige prøve i internationalisering er delt op i to delprøver i henholdsvis økonomi og international markedsføring, og tager udgangspunkt i et caseoplæg om en konkret virksomhed, hvor den studerende skal arbejde med internationalisering. Der udprøves først i økonomifaget og efterfølgende i international markedsføring. Der er en times pause mellem de to prøver. Caseoplægget udleveres 24 timer før den skriftlige prøve. Caseoplægget er et scenarie for en virksomhed/branche, som indeholder informationer om:

- Virksomhed og produktområder
- Diverse kilder

Delprøve 1:

Delprøve 1 indeholder læringsmålene for økonomi på 3. semester. Se bilag 1.

Delprøve 2:

Delprøve 2 indeholder læringsmålene for international markedsføring på 3. semester. Se bilag 2.

Tidsmæssig placering

3. semester.

Bedømmelseskriterier

Prøven bedømmes efter 7-trinsskalaen, og der er intern censur. Begge delprøver skal enkeltvist bestås med minimum karakteren 02. Den samlede karakter for 2. interne er et gennemsnit af karaktererne i de to delprøver, hvor hver delprøve vægter 50 %. På eksamensbeviset vil delkaraktererne og den samlede karakter fremgå.

Fuldførelse af prøven

I hver prøve skal man minimum opnå karakteren 02. Opnås karakteren 02 eller derover ikke i den ene eller begge dele, skal man til reeksamen i den/de del(e), hvor minimum karakteren 02 ikke blev opnået. For syge- og reeksamen henvises til institutionsdelens afsnit 8.10 vedrørende syge- og omprøver.

ECTS-omfang

2. interne vægter samlet set 10 ECTS.

Godkendelse

Rettelsesbladet er vedtaget og godkendt af Erhvervsakademiet Lillebælt den 15. marts 2018.

Bilag 1

Læringsmål Økonomi

Viden

Den studerende har viden om og kan forstå:

- sammenhæng mellem vækst og investering
- investeringsteori og –metoder
- finansieringsmuligheder herunder egenkapital såvel som fremmedkapital
- klassiske og nyere handelsteorier
- udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer
- inflationsårsager og konsekvenser af disse
- valutakursdannelse
- konjunkturteori

Færdigheder

Den studerende kan:

- vurdere og opstille forudsætninger for en investering og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- opstille relevante flerperiode pengestrømme ud fra bl.a. estimerede budget af planlagte markedsføringstiltag
- vurdere og sammenligne påtænkte tiltag på baggrund af beregning af kapitalværdi, internt afkast samt følsomhed. Beregning og vurdering af effektiv rente.
- opstille, beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på eksportmarkedsvurdering

Kompetencer

Den studerende kan:

- deltage i vurderingen af makroøkonomiske politikker.
- deltage i udarbejdelse af virksomhedens internationale vækststrategier under hensyntagen til økonomiske konsekvenser af makroøkonomiske tiltag på virksomhedens økonomi.

Bilag 2

Læringsmål International Markedsføring

Viden

Den studerende har viden om og kan forstå:

- forskellige vækststrategier
- internationaliseringsteorier, markedsudvælgelse samt etableringsformer
- international parameterstrategi
- dansk og engelsk terminologi vedrørende det obligatoriske uddannelseselements emner

Færdigheder

Den studerende kan:

- opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- anvende international parameterstrategi

Kompetencer

Den studerende kan:

- deltage i udarbejdelse af virksomhedens internationale vækst- og markedsføringsstrategier.
- håndtere markedsføringsplanlægningen for virksomheden herunder de økonomiske implikationer af denne.