

**STUDIEORDNING 2005**

# International Virksom- hedskommunikation

**KANDIDATUDDANNELSEN MED SPECIALISERING I ENTEN DANSK,  
ENGELSK, FRANSK, SPANSK ELLER TYSK**

UDDANNELSEN ER UDBUDT AF STUDIENÆVN FOR INTERNATIONAL  
VIRKSOMHEDSKOMMUNIKATION, SOM HØRER UNDER DET HUMANISTISKE FAKULTET

**ODENSE**

[WWW.SDU.DK](http://WWW.SDU.DK)

# Indholdsfortegnelse

## Faglig del

<b>I. Bestemmelser for kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation</b> .....	3
A. Mål og forudsætninger .....	3
B. Forløbsmodel og eksamensoversigt .....	5
Forløbsmodel .....	5
Eksamensoversigt .....	7
C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget .....	9
<b>II. Beskrivelse af kandidatuddannelsens discipliner</b> .....	11
Fællesfag: .....	11
Organisation og Kulturanalyse .....	11
Fællesfag: Markedskommunikation .....	13
Fællesfag: Global Kommunikation .....	14
Specialiseringsfag i dansk: .....	16
Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering .....	16
Dansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning .....	17
Integreret Virksomhedskommunikation i Dansk .....	18
Specialiseringsfag i engelsk: .....	21
Engelsk Virksomhedskommunikation og Kultur .....	21
Engelsk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning .....	23
Integreret Virksomhedskommunikation i Engelsk .....	25
Specialiseringsfag i fransk: .....	28
Fransk Virksomhedskommunikation og Kultur .....	28
Fransk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning .....	30
Integreret Virksomhedskommunikation i Fransk .....	32
Specialiseringsfag i spansk: .....	35
Spansk Virksomhedskommunikation og Kultur .....	35
Spansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning .....	37
Integreret Virksomhedskommunikation i Spansk .....	39
Specialiseringsfag i tysk: .....	42
Tysk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering .....	42
Tysk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning .....	43
Integreret Virksomhedskommunikation i Tysk .....	44
Valgfag .....	47
Kandidatspeciale .....	48

<b>III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser .....</b>	<b>49</b>
<b>Almen del .....</b>	<b>51</b>
<b>IV. Fællesbestemmelser .....</b>	<b>51</b>

## Faglig del

# I. Bestemmelser for kandidatuddannelsen International Virksomhedskommunikation

I henhold til bekendtgørelse nr. 338 af 6. maj 2004 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne udbydes kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation.

## A. Mål og forudsætninger

### § 1

Kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation er et 2-årigt humanistisk fuldtidsstudium, der udgør 120 ECTS.

Formålet med humanistiske kandidatuddannelser generelt er at give den studerende en række fagspecifikke og fagrelaterede kompetencer, herunder fælles humanistiske kompetencer.

Formålet med kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation specifikt er at give den studerende kompetencer til på et reflekteret videnskabeligt grundlag og ud fra en dybdegående viden om organisation, marketing, kommunikation, sprog, internationalisering og globalisering at kunne analysere, tilrettelægge og løse alle typer af kommunikationsopgaver for alle typer af virksomheder på et af følgende sprog: dansk, engelsk, tysk, fransk, spansk eller tysk.

Kandidatuddannelsen repræsenterer den fulde faglige udbygning af den studerendes samlede studieforløb. Den færdige kandidat vil have opnået faglige og erhvervsmæssige kompetencer, der kvalificerer den studerende til at varetage et bredt spektrum af erhvervsfunktioner. Enhver kandidatuddannelse giver desuden adgang til at søge ind på en ph.d.-uddannelse.

I kandidatuddannelsen indgår 'særfag' og 'åbne fag'. 'Særfag' er undervisningsfag, hvis nærmere indhold er nærmere bestemt i studieordningen. 'Åbne fag' er undervisningsfag, som studienævnet kan godkende som understøttende den faglige profil, og/eller som kan give kandidatuddannelsen en særlig toning.

Den 2-årige kandidatuddannelse i International Virksomhedskommunikation består af:

- Konstituerende fag på 70 ECTS. Heraf udgør særfag 70 ECTS, som er fordelt på:
  - fællesfag for alle studerende på kandidatuddannelsen (40 ECTS), og
  - specialiseringsfag i enten dansk, engelsk, fransk, spansk eller tysk virksomhedskommunikation (30 ECTS)
- Valgfag på 20 ECTS, som består af åbne fag.
- Kandidatspeciale på 30 ECTS.

## § 2

Hovedadgangskravet til uddannelsen er en akademisk bacheloruddannelse.

For at kunne læse specialisering i enten engelsk, tysk, fransk, spansk eller tysk virksomhedskommunikation kræves særligt enten en humanistisk bacheloruddannelse med grundfag/centralfag i det ønskede sprog, en erhvervsproglig bacheloruddannelse med det ønskede sprog, en negot bacheloruddannelse med hovedsprog i det ønskede sprog eller en anden akademisk bacheloruddannelse med minimum 60 ECTS i det ønskede sprog.

Ansøgere med udenlandsk adgangsgivende eksamen skal have bestået studieprøven i dansk eller kunne dokumentere tilsvarende danskkundskaber for at kunne læse specialiseringen i dansk.

Ansøgere, der ikke opfylder disse hovedbetingelser, kan optages, hvis ansøgeren ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles med hovedbetingelserne.

## § 3

Kandidatuddannelsen giver ret til titlen cand. mag. (candidatus/candidata magisteri) i International Virksomhedskommunikation/ Master of Arts in International Business Communication.

# Forløbsmodel og eksamensoversigt

## § 4 Forløbsmodel: Placering af undervisning og eksamen

Undervisningsfag			Undervisningens placering				Eksamens placering	ECTS
Titel på undervisningsfag	Disciplinansvar	§	1. sem.	2. sem.	3. sem.	4. sem.	Semester	
<b>Fællesfag</b>								
Organisation og Kulturanalyse	ISK	11	3	3			1. og 2.	20
Markedskommunikation	Institut for Marketing	12	3				1.	10
Global Kommunikation	ISK	13		3			2.	10
<b>Specialiseringsfag i dansk*</b>								
Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering	ISK	14	4				1.	10
Dansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	ISK	15		4			2.	10
Integreret Virksomhedskommunikation i Dansk	ISK	16			4		3.	10
<b>Specialiseringsfag i engelsk*</b>								
Engelsk Virksomhedskommunikation og Kultur		17					1.	10
- Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode	ISK		2					
- Delkursus 2: Kultur og Identitet	ISK		2					
Engelsk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning		18					2.	10
- Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer	ISK			2				
- Delkursus 2: Engelsk Tekstforfatning	ISK			2				
Integreret Virksomhedskommunikation i Engelsk	ISK	19			4		3.	10
<b>Specialiseringsfag i fransk*</b>								
Fransk Virksomhedskommunikation og Kultur		20					1.	10
- Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode	ISK		2					
- Delkursus 2: Kultur og Identitet	ISK		2					
Fransk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning		21					2.	10
- Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer	ISK			2				
- Delkursus 2: Fransk Tekstforfatning	ISK			2				

Integreret Virksomhedskommunikation i Fransk	ISK	22			4		3.	10
<b>Specialiseringsfag i spansk*</b>								
Spansk Virksomhedskommunikation og Kultur		23					1.	10
- Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode	ISK		2					
- Delkursus 2: Kultur og Identitet	ISK		2					
Spansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning		24					2.	10
- Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer	ISK			2				
- Delkursus 2: Spansk Tekstforfatning	ISK			2				
Integreret Virksomhedskommunikation i Spansk	ISK	25			4		3.	10
<b>Specialiseringsfag i tysk*</b>								
Tysk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering	ISK	26	4				1.	10
Tysk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	ISK	27		4			2.	10
Integreret Virksomhedskommunikation i Tysk	ISK	28			4		3.	10
<b>Valgfag</b>		29			x		3.	20
<b>Kandidatspeciale</b>		30				x	4.	30

\* Der læses specialiseringsfag i enten dansk, engelsk, fransk, spansk eller tysk.

## § 5 Eksamensoversigt

Titel på undervisningsfag	Prøveform	Censur	Prøvens varighed	Vurdering	ECTS	§
<b>Fællesfag</b>						
Organisation og Kulturanalyse I	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	11
Organisation og Kulturanalyse II	Mundtlig	Intern	40 min.	13-sk.	10	11
Markedskommunikation	Bunden hjemmeopgave	Intern	3 døgn	13-sk.	10	12
Global Kommunikation	Bunden hjemmeopgave	Intern	3 døgn	13-sk.	10	13
<b>Specialiseringsfag i dansk</b>						
Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	14
Dansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	Bunden hjemmeopgave	Ekstern	14 dage	13-sk.	10	15
Integreret Virksomhedskommunikation i Dansk	Fri hjemmeopgave + mundtligt forsvar	Ekstern	- / 40 min.	13-sk.	10	16
<b>Specialiseringsfag i engelsk</b>						
Engelsk Virksomhedskommunikation og Kultur	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	17
Engelsk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	Bunden hjemmeopgave	Ekstern	14 dage	13-sk.	10	18
Integreret Virksomhedskommunikation i Engelsk	Fri hjemmeopgave + mundtligt forsvar	Ekstern	- / 40 min.	13-sk.	10	19
<b>Specialiseringsfag fransk</b>						
Fransk Virksomhedskommunikation og Kultur	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	20
Fransk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	Bunden hjemmeopgave	Ekstern	14 dage	13-sk.	10	21
Integreret Virksomhedskommunikation i Fransk	Fri hjemmeopgave + mundtligt forsvar	Ekstern	- / 40 min.	13-sk.	10	22
<b>Specialiseringsfag spansk</b>						
Spansk Virksomhedskommunikation og Kultur	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	23
Spansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	Bunden hjemmeopgave	Ekstern	14 dage	13-sk.	10	24
Integreret Virksomhedskommunikation i Spansk	Fri hjemmeopgave + mundtligt forsvar	Ekstern	- / 40 min.	13-sk.	10	25



<b>Specialiseringsfag tysk</b>						
Tysk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering	Deltagelse i undervisning	Ingen	-	B/IB	10	26
Tysk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning	Bunden hjemmeopgave	Ekstern	14 dage	13-sk.	10	27
Integreret Virksomhedskommunikation i Tysk	Fri hjemmeopgave + mundtligt forsvar	Ekstern	- / 40 min.	13-sk.	10	28
<b>Valgfag</b>	Afhænger af fag	Intern	-	B/IB el. 13-sk.	20	29
<b>Kandidatspeciale</b>	Fri hjemmeopgave	Ekstern	-	13-sk.	30	30

## C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget

### § 6

I fællesbestemmelserne for de humanistiske uddannelser, jf. studieordningens afsnit IV, findes definitioner af:

- ECTS (§ 26)
- Normalsider (§ 27)
- Typeenheder (§ 28)

Endvidere er der bl.a. fastsat regler om:

- Kandidatspeciale (§ 16)
- Gruppeprøver og individuelle prøver (§ 10)
- Interne og eksterne prøver (§ 6)
- Stave- og formuleringsevne (§ 9)
- Eksamenssprog (§ 11)
- Webhenvisninger (§ 18)
- Regler for afholdelse af sygeeksamen (§ 13)

### § 7

En række eksaminer på uddannelsen kan valgfrit gennemføres som individuelle prøver eller som gruppeprøver, jf. del II. Ved gruppeprøver kan en gruppe maks. bestå af 3 studerende.

Ved skriftlige gruppeopgaver skal den enkelte deltagers bidrag til opgaven angives, og ved mundtlige eksaminer skal indgå eksamination af hver enkelt studerende, så det sikres, at individuel bedømmelse kan finde sted. Ønske om gruppeeksamen med opgivelse af gruppens medlemmer skal anmeldes til den prøveansvarlige underviser senest på en dato, som opgives af den prøveansvarlige underviser.

### § 8

Prøver, der aflægges ved undervisningsdeltagelse, forudsætter aktiv, regelmæssig og tilfredsstillende deltagelse i den pågældende undervisning. Ved aktiv forstås, at man deltager i de med undervisningen forbundne aktiviteter (almindelig forberedelse, mundtlige oplæg, mindre skriftlige opgaver etc.) Underviseren specificerer ved undervisningens start, hvad der forstås ved aktiv deltagelse, herunder hvor mange opgaver der skal udarbejdes. Med

regelmæssig forstås deltagelse i mindst 80 % af de udbudte timer. Med tilfredsstillende forstås, at de skriftlige oplæg og opgaver bedømmes til bestået.

## § 9

Der er mulighed for merit for uddannelsens valgfag på baggrund af et projektorienteret forløb (praktikophold).

Reglerne for meritoverførsel er følgende:

Studerende, der har skaffet sig en praktikplads, kan søge studienævnet om at få meritoverført praktikopholdet. Det skal klart fremgå af ansøgningen, hvad det faglige indhold er, og hvilken relevans dette indhold har for uddannelsens overordnede formål. Det skal endvidere fremgå, at virksomheden har godkendt forløbet.

Der indgås en praktikaftale mellem studienævnet, den studerende og praktikstedet. Der udpeges blandt fagets videnskabelige personale en praktikvejleder, som er fagligt tilsynsførende.

Praktikvejlederen skal i rimeligt omfang (dette afgøres af studienævnet) vejlede den pågældende studerende i forbindelse med det projektorienterede forløb (praktikforløbet). Praktikvejlederen vil typisk også være eksaminator for den studerendes praktikopgave. Studienævnet kan i særlige tilfælde og efter konkret vurdering dispensere fra ovenstående.

Den studerende skal ved afslutning af det projektorienterede forløb aflevere en rapport på 20-25 sider til studienævnet. Opgaven skal dokumentere, at det faglige indhold, som den studerende har påberåbt sig i ansøgning om praktikforløbet, har været tilfredsstillende. Studienævnet udpeger en eksaminator til at bedømme rapporten. Rapporten bedømmes bestået/ ikke bestået. Såfremt rapporten bedømmes til ikke bestået, kan det projektorienterede forløb ikke meritoverføres.

## § 10

Alle skriftlige eksaminer kan afholdes på computer. For disse gælder »Det Humanistiske Fakultets regelsæt for skriftlige eksaminer med anvendelse af de studerendes egne computere«.

## II. Beskrivelse af kandidatuddannelsens discipliner

### **Fællesfag**

#### **§ 11 Organisation og Kulturanalyse (Organization and Culture Analysis)**

a. *Undervisningens omfang:*  
3 ugentlige timer i 1. og 2. semester. Vægtning: 20 ECTS.

b. *Mål og indhold:*  
Målet er på grundlag af en forskningsbaseret viden om organisations-teori, organisationskultur og organisationsudvikling, herunder organi-sationsstrukturers og -kulturers betydning for en organisations kom-munikation, at sætte de studerende i stand til at kunne analysere en organisations formelle og uformelle strukturer, at kunne foretage en kulturanalyse ud fra forskellige teoretiske og metodiske perspektiver samt at kunne foreslå og diskutere mulig organisationsudvikling på både organisations-, gruppe- og individniveau.

Indholdsmæssigt behandler disciplinen fire emneområder:

(1) Organisationsteori, hvor man ud fra en kritisk og reflekteret gen-nemgang af forskellige organisationsteoretiske tilgange fokuserer på spørgsmål som: hvad er en organisation, organisationstyper, organisa-tioners interesser, organisationers formelle og uformelle strukturer, ledelse, planlægning i organisationer, beslutningsprocesser i organisa-tioner og fornyelse og udvikling af organisationer.

(2) Organisationskultur, hvor man med udgangspunkt i en diskussion af kulturbegrebet og organisationskulturbegrebet gennemgår, diskute-rer og afprøver de centrale teorier om og metoder til analyse af orga-nisationers kultur.

(3) Organisationsudvikling, hvor man gennemgår, diskuterer og af-prøver en række af de teorier og metoder til organisationsudvikling, som aktuelt har størst betydning.

(4) Kommunikation og organisationsudvikling, hvor man med udgangspunkt i en dialogisk forståelse af kommunikationsbegrebet analyserer og diskuterer, hvordan kommunikation er det mest afgørende parameter i organisationsudvikling på både individniveau, gruppeniveau og på organisationsniveau.

1. semester koncentrerer om emneområde (1) og (2) og 2. semester om emneområde (3) og (4).

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, casegennemgang, øvelser, diskussion og e-læring. Cases indgår som et centralt element i disciplinen, og der forventes betydelig aktivitet fra de studerendes side med hensyn til forberedelse, fremlæggelse og diskussion af cases. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen. Undervisningen foregår på dansk.

d. *Eksamen:*

Der holdes to prøver i disciplinen: Organisation og Kulturanalyse I, som omfatter 1. semester, og Organisation og Kulturanalyse II, som omfatter 2. semester.

e. *Eksamensfordringer Organisation og Kulturanalyse I:*

Der kræves, at man på grundlag af relevant organisationsteori samt relevante teorier og metoder om organisationskultur kan analysere en organisationscase samt kritisk kan diskutere teorier og metoder. Litteraturopgivelser: ca. 1.000 sider.

f. *Eksamensbestemmelser Organisation og Kulturanalyse I:*

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden case:

Prøveform: Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn  
Varighed: 5 timer  
Hjælpemidler: Alle hjælpemidler tilladt  
Computer: Tilladt  
Censur: Intern censur  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

- g. *Eksamensforordringer Organisation og Kulturanalyse II:*  
Der kræves, at man ud fra en ukendt case og på grundlag af en kritisk og reflekteret diskussion og brug af relevante teori- og metodedannelser inden for organisationsteori, organisationskultur, organisationsudvikling og kommunikation kan analysere en organisations formelle og uformelle strukturer, kan foretage en analyse af organisationens kultur samt diskutere og foreslå mulig organisations- og kommunikationsudvikling på organisations-, gruppe- og individniveau. Litteraturopgivelser: ca. 1.600 sider, som skal dække disciplinen bredt, og hvoraf maksimalt 800 sider må gå igen fra opgivelserne i Organisation og Kulturanalyse I.
- h. *Eksamensbestemmelser Organisation og Kulturanalyse II:*  
Organisationskarakteristik, organisationskulturanalyse samt diskussion af organisations- og kommunikationsudvikling ud fra en ukendt case.

Prøveform:	Mundtlig prøve
Varighed:	40 minutter pr. studerende inkl. censur
Forberedelse:	80 minutter pr. studerende
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler
Gruppeprøve:	Nej
Censur:	Intern
Bedømmelse:	13-skala
Vægtning:	10 ECTS

## § 12 Markedskommunikation (Marketing Communication)

- a. *Undervisningens omfang:*  
3 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Målet er på grundlag en forskningsbaseret viden om, hvorledes markedsrelateret kommunikation skabes, modtages og fortolkes af forskellige aktører i og omkring markedet, at bibringe de studerende en grundlæggende teoretisk og praktisk forståelse af kommunikationen i spændingsfeltet mellem virksomhed, marked og samfund og at gøre de studerende i stand til nuanceret og kritisk at kunne analysere og diskutere markedskommunikationens forudsætninger, dimensioner og virkninger.

I undervisningen præsenteres de studerende derfor for forskellige teoretiske og analytiske redskaber. Der introduceres til, hvorledes strategi, kreativitet og identitet kan analyseres, når forskellige sociale aktører søger at skabe mening og betydning gennem kommunikation og konsumtion, der gennemgås forskellige planlægningsmæssige aspekter af virksomhedens kommunikation med markedet, og de forskellige former for kommerciel kommunikation, blandt andet trykte medier, TV & Radio, internet, branding, prisfastsættelse samt corporate identity og image introduceres.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsning, diskussion, e-læring, studenterpræsentationer. Undervisningen foregår på dansk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
På grundlag af en teoretisk viden om markedskommunikation kræves, at man nuanceret og kritisk kan analysere og diskutere markedskommunikationens forudsætninger, dimensioner og virkninger, de relevante faktorer, der har indflydelse på løsningen af en specifik kommunikationsopgave, samt at man kan skitsere brugbare løsninger. Litteraturopgivelser: ca. 800 sider.
- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Analyse af et eller flere eksempler på markedskommunikation samt diskussion af anvendte og mulige løsninger på en eller flere specifikke kommunikationsopgaver.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 døgn
Omfang:	10-15 sider for en studerende. Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Censur:	Intern
Bedømmelse:	13-skala
Vægtning:	10 ECTS

### **§ 13 Global Kommunikation (Global Communication)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
3 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Globaliseringstendenser medfører en række kommunikative udfordringer i moderne organisationer. Formålet med dette modul er at give de studerende de nødvendige færdigheder til at kunne identificere områder af organisationens kommunikation, som kræver et globalt perspektiv. Eksempler på globale aspekter af organisationens kommunikation kan være: multikulturelle medarbejdere og samarbejdspartnere, globale markeder, international lovgivning m.m.

Centrale temaer i undervisningen kunne være: Sammenhæng mellem kommunikation og kultur, oversættelse og kultur, kommunikative normer og standarder, tilegnelse og anvendelse af fremmedsprog i organisationer samt interpersonelle relationer i global kommunikation.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, e-læring, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk.

d. *Eksamensfordringer:*

Den studerende skal kunne identificere og analysere områder af organisationens kommunikation, som kræver et globalt perspektiv. Litteraturopgivelser: ca. 600 sider.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Analyse og diskussion af et eller flere eksempler på kommunikationsopgaver, der kræver et globalt perspektiv.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 døgn
Omfang:	10-15 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven kan valgfrit besvares på dansk eller engelsk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Censur:	Intern
Bedømmelse:	13-skala
Vægtning:	10 ECTS



## Specialiseringsfag i dansk

### § 14 Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering (Danish Language Description and Text Evaluation)

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Målet er på grundlag af en forskningsbaseret indføring i den systemisk funktionelle udforskning af dansk sprog væsentligt at udvide de studerendes bevidsthed om og kendskab til det danske sprog for ud fra en detaljeret sprogbeskrivelse at kunne vurdere tekster og bedømme disses egnethed i forhold til brug i specifikke kommunikationssituationer.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til systemisk funktionel lingvistik og denne teoris placering i det lingvistiske og kommunikationsteoretiske univers samt en specifik introduktion til strata (kontekst, semantik og leksikogrammatik) og metafunktioner (interpersonel, ideationel og tekstuel), gives i undervisningen en detaljeret forskningsbaseret indføring i dansk sprogbeskrivelse på et systemisk funktionelt grundlag. Denne indføring munder ud i opstilling af en model til systemisk funktionel tekstanalyse og -vurdering, som afprøves på analyse og vurdering af en række virksomhedskommunikative tekster. Undervejs i kurset foretages der relevante sammenligninger med andre sprog- og kommunikationsteorier.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, øvelsesgennemgang, holddiskussion og e-læring. Uden for undervisningen forudsættes udover den teoretiske læsning et betydeligt arbejde med øvelser. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen.
- d. *Eksamensfordringer:*  
De studerende skal kunne gennemføre en dybdegående og reflekteret systemisk funktionel sprogbeskrivelse og tekstvurdering af virksomhedskommunikative tekster. Litteraturopgivelser: ca. 400 sider.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden analyseopgave:

Prøveform: Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn  
Varighed: 5 timer  
Hjælpemidler: Alle hjælpemidler tilladt  
Computer: Tilladt  
Sprog: Opgaven skal besvares på dansk  
Censur: Intern censur  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

**§ 15 Dansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning  
(Danish Business Communication and Copy Writing)**

a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Målet er på grundlag af en forskningsbaseret viden om virksomheders interne og eksterne kommunikation på dansk samt om kommunikationsplanlægning, herunder en grundig indføring i målgruppe- og medievalg, at sætte de studerende i stand til på et videnskabeligt grundlag at kunne planlægge løsningen af kommunikationsopgaver samt at kunne tilrettelægge og producere alle typer af tekster, der kan indgå i en virksomheds interne og eksterne kommunikation.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til virksomheders interne og eksterne kommunikation, målgruppe- og medievalg samt forskellige metoder og modeller til kommunikationsplanlægning gives i undervisningen en detaljeret forskningsbaseret indføring i dansksproget tekstforfatning ud fra bl.a. det systemisk funktionelle teorigrundlag, som er introduceret i Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering. Der arbejdes med en række centrale kommunikations- og teksttyper – både trykte og elektroniske, fx annoncering, direct marketing, public re-

lation, elektronisk marketing, ledelseskommunikation, forandringskommunikation og finansiel kommunikation.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion, øvelser og e-læring. Der forventes betydelig aktivitet fra de studerendes side med hensyn til forberedelse, fremlæggelse og diskussion af tekstforslag. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen.

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på et videnskabeligt grundlag kan analysere og planlægge løsningen af en intern og/eller ekstern kommunikationsopgave, herunder foretage et teoretisk begrundet valg af målgrupper og medier, samt at man kan tilrettelægge, producere og begrunde udformningen af tekster til løsning af opgaven på grundlag af den systemisk funktionelle lingvistik og eventuel anden relevant sprog- og kommunikationsteori. Litteraturopgivelser: ca. 1.200 sider.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Der udleveres en case, hvori der beskrives en kommunikationsopgave, som man skal løse. I løsningen skal indgå produktion af tekster samt teoretisk baseret argumentation for udformningen af disse

Prøveform: Bunden hjemmeopgave

Varighed: 2 uger

Omfang: 20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende

Sprog: Opgaven skal besvares på dansk

Gruppeprøve: Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe

Censur: Ekstern

Bedømmelse: 13-skala

Vægtning: 10 ECTS

## **§ 16 Integreret Virksomhedskommunikation i Dansk (Integrated Business Communication in Danish)**

a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 3. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Målet er ud fra et integreret syn på virksomhedskommunikation, på grundlag af teorier og metoder fra samtlige obligatoriske discipliner

på uddannelsen samt viden om aktuelle forskningsmæssige problemstillinger i virksomhedskommunikationsfaget at sætte de studerende i stand til at kunne applicere uddannelsens teoretiske og metodiske viden på analyse, tilrettelæggelse og løsning af en kommunikationsopgave for en virksomhed.

Indledningsvis gives en grundig indføring i empirisk projektarbejde, herunder relevante undersøgelsesmetoder som observation, spørgeskemaer og interviews. Videre diskuteres, hvordan viden og teorier fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen kan forenes i et integreret syn på virksomhedskommunikation med henblik på at gøre de studerende i stand til at kunne bruge og selektere blandt samtlige teorier og metoder på uddannelsen i forbindelse med løsningen af kommunikationsopgaven i projektet. Perspektivet udvides ved at inddrage forskellige aktuelle problemstillinger, som forskningsmæssigt diskuteres inden for virksomhedskommunikationsfaget. En væsentlig del af undervisningen afsættes til at behandle problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Der indgår projektarbejde i en virksomhed uden for universitetet, og der gives individuel vejledning på projekterne uden for undervisningen.

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på et videnskabeligt grundlag kan analysere, tilrettelægge og gennemføre en kommunikationsopgave for en virksomhed uden for universitetet, herunder at man kritisk kan diskutere og vurdere fagets teorier og metoder. Litteraturopgivelser: ca. 2.000 sider, hvoraf minimum 800 sider ikke tidligere må have været opgivet.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Den samlede eksamen (skriftlig opgave + mundtligt forsvar) vurderes på fire delområder, som vægtes ligeligt: (i) empirisk arbejde, (ii) teoretisk og metodisk indsigt samt analyser, (iii) tekster og andre løsningsforslag, (iv) skriftlig og mundtlig formidling

Prøveform:	Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar
Omfang:	30-40 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende

Sprog:	Opgave og mundtlig eksamen skal besvares på dansk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Den mundtlige prøves varighed:	40 minutter pr. studerende
Forberedelse:	Ugedagen før den mundtlige prøve udleverer eksaminator nogle af de problemstillinger og spørgsmål, som ønskes drøftet ved den mundtlige eksamen
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Der gives efter den mundtlige prøve én samlet bedømmelse
Vægtning:	10 ECTS

## Specialiseringsfag i engelsk

### § 17 Engelsk Virksomhedskommunikation og Kultur (English Business Communication and Culture)

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner inden for emnerne kommunikation og kultur indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Virksomhedskommunikation, Teori og Metode, samt (ii) Kultur og Identitet (med fokus på amerikansk eller britisk kultur). Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.
- c. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II.

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået. Kurset er kun bestået, hvis kravet om undervisningsdeltagelse er opfyldt i begge delkurser  
Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden opgave, der rummer spørgsmål fra begge delkurser.

Prøveform: Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn  
Varighed: 5 timer  
Hjælpemidler: Alle hjælpemidler tilladt  
Computer: Tilladt  
Sprog: Opgaven skal besvares på engelsk  
Censur: Intern censur  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

## **Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode (Part 1: Business Communication, Theory and Method)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 1. semester
- b. *Mål og indhold:*  
Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til almen kommunikationsteori, og med inddragelse af elementer fra fx pragmatik, retorik og semiotik kan forskellige teoretiske hovedområder som fx kritisk diskursanalyse, socialkonstruktivisme og socialpsykologi anvendes som grundlag for analyse af organisationens kommunikation.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
De studerende skal demonstrere kendskab til teorier og metoder, evne til kritisk analyse samt kendskab til relevant faglitteratur. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

## **Delkursus 2: Kultur og Identitet(Amerikansk eller Britisk) (Part 2: Culture and Identity (American or British))**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 1. semester
- b. *Mål og indhold:*  
Målet med kurset er at give de studerende indsigt i områdets kultur og samfundsforhold, samt at give de studerende en viden om og forståelse for områdets virksomheds- og forbrugerkultur.

Undervisningen omhandler emner, der er relateret til spørgsmål om kultur og identitet. Faget introducerer kulturhistoriske aspekter af

amerikansk/britisk kultur og samfundsforhold, der spiller en væsentlig rolle i amerikanernes/briternes forhold til arbejde og forbrug. Ud fra et kulturhistorisk perspektiv kan der fokuseres på emner som; hvorfor arbejder amerikanerne så meget? Hvorfor forbruger de så meget? Samt hvad er konsekvenserne af overarbejde og overforbrug for individet, familien, arbejdspladsen og samfundet? Det primære fokus vil være på nutidens USA/Storbritannien, men vil også inddrage historiske forhold, der har ført til disse tilstande.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves, at de studerende på baggrund af en viden om kulturelle og samfundsmæssige udviklingers indflydelse på områdets virksomheds- og forbrugerkultur kan forklare og diskutere emner og problemstillinger kendetegnende for området. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

## **§ 18 Engelsk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning (English Business Communication and Copy Writing)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner inden for emnerne virksomhedskommunikation og tekstforfatning indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Interkulturel Kommunikation i Organisationer samt (ii) Engelsk Tekstforfatning. Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.
- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II. Der udleveres en case, som omfatter begge delkurser, og hvori der beskrives en kommunikationsopgave, som man skal løse. I casen indgår en formidlingsopgave, man skal løse.

Prøveform: Bunden hjemmeopgave  
Varighed: 2 uger



Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven skal besvares på engelsk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Sprog og indhold vægtes med hver 50 %
Vægtning:	10 ECTS

### **Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer (Part 1: Intercultural Communication in Organizations)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 2. semester

- b. *Mål og indhold:*  
Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.

Kurset fokuserer på kultur og sprog i den internationale organisation. Centrale temaer kan være relationer imellem moderselskab og datterselskab, hvor fokus ligger på kommunikation på tværs af kultur- og sproggrænser i organisationen. Derudover arbejdes der med organisationens formidling af værdier og visioner internt i organisationen samt krisekommunikation.

Der arbejdes med forskellige kommunikationsformer, som fx årsregnskaber, imagebrochurer, hjemmesider, e-mails etc.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves at de studerende ved anvendelse af teoretiske analyseværktøjer kan identificere og analysere kommunikative problemstillinger i organisationer. Litteraturopgivelser: ca. 600 sider.

## **Delkursus 2: Engelsk Tekstforfatning (Part 2: English Copy Writing)**

a. *Undervisningens omfang:*

2 ugentlige timer i 2. semester

b. *Mål og indhold:*

Formålet med undervisningen er at styrke de studerendes kompetence til at formulere sig skriftligt på engelsk og at sætte de studerende i stand til at analysere, planlægge og udføre kommunikationsopgaver, som forekommer i internationale organisationers kommunikation.

På baggrund af anvendte teorier og metoder som fx genreteori og/eller mediekundskab arbejdes der med en række forskellige genrer/teksttyper som fx pressemeddelelser, brochurer, virksomheds- og produktpræsentation samt hjemmesider. De valgte genrer analyseres og produceres ud fra fx en diskussion af genrekonventioner og tekststrukturelle træk og med fokus på formidling til forskellige engelsktalende målgrupper i og uden for virksomheden.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk.

d. *Eksamensforordninger:*

Det kræves at man kan planlægge og udføre konkrete kommunikationsopgaver inden for organisationen. Sproget indgår som et væsentligt element ved bedømmelsen, idet der tages hensyn til sproglig korrekthed samt genrebevidsthed. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

## **§ 19 Integreret Virksomhedskommunikation i Engelsk (Integrated Business Communication in English)**

a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 3. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Målet er ud fra et integreret syn på virksomhedskommunikation, på grundlag af teorier og metoder fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen samt viden om aktuelle forskningsmæssige problem-

stillinger i fagene Virksomhedskommunikation og Kultur samt Interkulturel Kommunikation i Organisationer at sætte de studerende i stand til at applicere uddannelsens teoretiske og metodiske viden på analyse og løsning af et kommunikationsproblem for en virksomhed.

Indledningsvis gives en grundig indføring i empirisk projektarbejde, herunder relevante undersøgelsesmetoder som observation, spørgeskemaer og interviews. Videre diskuteres, hvordan viden og teorier fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen kan forenes i et integreret syn på organisationens kommunikation med henblik på at sætte de studerende i stand til at bruge og selekttere blandt teorier og metoder på uddannelsen i forbindelse med løsningen af kommunikationsopgaven i projektet. Perspektivet udvides ved at inddrage forskellige aktuelle problemstillinger, som diskuteres inden for faget Interkulturel Kommunikation i Organisationer. En væsentlig del af undervisningen afsættes til at behandle problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på engelsk

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på baggrund af relevant teoretisk og metodisk tilgang kan analysere og planlægge løsningen af en intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave. Opgaven kan skrives i samarbejde med en virksomhed. Litteraturopgivelser: ca. 2.000 sider, hvoraf minimum 800 sider ikke tidligere må have været opgivet.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Analyse og planlægning af intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar
Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgave og mundtligeksamen skal besvares på engelsk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Den mundtlige prøves varighed:	40 minutter pr. studerende

Forberedelse:	Ugedagen før den mundtlige prøve udleverer eksaminator nogle af de problemstillinger og spørgsmål, som ønskes drøftet ved den mundtlige eksamen
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Der gives efter den mundtlige prøve én samlet bedømmelse
Vægtning:	10 ECTS

Prøven kan afvikles i forbindelse med et udlandsophold, i så fald bortfalder det mundtlige forsvar.

## Specialiseringsfag i fransk

### § 20 Fransk Virksomhedskommunikation og Kultur (French Business Communication and Culture)

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner inden for emnerne kommunikation og kultur indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Virksomhedskommunikation, Teori og Metode, samt (ii) Kultur og Identitet (med fokus på fransk kultur). Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.
- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II.

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået. Kurset er kun bestået, hvis kravet om undervisningsdeltagelse er opfyldt i begge delkurser  
Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden opgave, der rummer spørgsmål fra begge delkurser:

Prøveform: Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn  
Varighed: 5 timer  
Hjælpemidler: Alle hjælpemidler tilladt  
Computer: Tilladt  
Sprog: Opgaven skal besvares på fransk  
Censur: Intern censur  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

#### **Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode (Part 1: Business Communication, Theory and Method)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 1. semester

b. *Mål og indhold:*

Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til almen kommunikationsteori, og med inddragelse af elementer fra fx pragmatik, retorik og semiotik kan forskellige teoretiske hovedområder som fx kritisk diskursanalyse, socialkonstruktivisme, socialpsykologi, kognitiv lingvistik samt narratologi (storytelling) anvendes som grundlag for analyse af organisationens kommunikation.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på fransk.

d. *Eksamensfordringer:*

De studerende skal demonstrere kendskab til teorier og metoder, evne til kritisk analyse samt kendskab til relevant faglitteratur. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

**Delkursus 2: Kultur og Identitet  
(Part 2: Culture and Identity)**

a. *Undervisningens omfang:*

2 ugentlige timer i 1. semester

b. *Mål og indhold:*

Målet med kurset er at give de studerende indsigt i områdets kultur og samfundsforhold, samt at give de studerende en viden om og forståelse for områdets virksomheds- og forbrugerkultur.

Undervisningens geografiske genstandsområde er Frankrig samt evt. andre fransktalende områder.

Der sigtes mod at give de studerende en solid viden om fransk virksomheds- og forbrugerkultur og sidstnævntes indflydelse på virksomheders marketingstrategi. Desuden er formålet med undervisningen at sætte de studerende i stand til at drage tværkulturelle sammenlignin-

ger gennem en overvejende kontrastiv behandling af de forskellige emner.

Kurset indledes med et forsøg på at definere det franske nationale kulturbegreb for derefter at behandle dels fransk virksomhedskultur, dels fransk forbrugerkultur for til slut at gå i dybden med en eller flere forbrugerkulturer og dennes/ disses mere specifikke indflydelse på virksomhedernes marketingstrategier.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på fransk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves, at de studerende på baggrund af en viden om kulturelle og samfundsmæssige forholds indflydelse på områdets virksomheds- og forbrugerkultur kan forklare og diskutere emner og problemstillinger kendetegnende for området. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

## **§ 21 Fransk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning (French Business Communication and Copy Writing)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner indenfor områderne virksomhedskommunikation og tekstforfatning indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Interkulturel Kommunikation i/mellem Organisationer samt (ii) Fransk Tekstforfatning.

Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.

- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II. Der udleveres en case, som omfatter begge delkurser, og hvori der beskrives en kommunikationsopgave, som man skal løse. I casen indgår en formidlingsopgave, man skal løse:

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	2 uger
Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven skal besvares på fransk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Sprog og indhold vægtes med hver 50 %
Vægtning:	10 ECTS

### **Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer (Part 1: Intercultural Communication in Organizations)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 2. semester
  
- b. *Mål og indhold:*  
Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.  
  
Kurset fokuserer på kultur og sprog i den internationale organisation, samt på organisationens kommunikation med andre organisationer og med markedet, hvor fokus ligger på kommunikation på tværs af kultur- og sprogrænser. Derudover kan der f.eks. arbejdes med organisationens formidling af værdier, visioner og identitet. Der arbejdes med forskellige kommunikationsformer, som fx årsregnskaber, imagebrochurer, hjemmesider, e-mails etc.
  
- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på fransk.
  
- c. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves, at de studerende ved anvendelse af teoretiske analyseværktøjer kan identificere og analysere kommunikative problemstillinger i organisationer. Litteraturopgivelser: ca. 700 sider.



## **Delkursus 2: Fransk Tekstforfatning (Part 2: French Copy Writing)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 2. semester

- b. *Mål og indhold:*  
Formålet med undervisningen er at styrke de studerendes kompetence til at formulere sig skriftligt på fransk og at sætte de studerende i stand til at analysere, planlægge og udføre kommunikationsopgaver, som forekommer i internationale organisationers kommunikation.

På baggrund af anvendte teorier og metoder som fx genreteori og/eller mediekundskab skal de studerende arbejde med en række forskellige genrer/teksttyper som fx pressemeddelelser, brochurer, virksomheds- og produktpræsentation samt hjemmesider. De valgte genrer analyseres og produceres ud fra fx en diskussion af genrekonventioner og tekststrukturelle træk og med fokus på formidling til forskellige fransktalende målgrupper i og uden for virksomheden.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på fransk.

- d. *Eksamensforordringer:*  
Det kræves at man kan planlægge og udføre konkrete kommunikationsopgaver inden for organisationen. Sproget indgår som et væsentligt element ved bedømmelsen, idet der tages hensyn til sproglig korrekthed samt genrebevidsthed. Litteraturopgivelser: ca. 600 sider.

## **§ 19 Integreret Virksomhedskommunikation i Fransk (Integrated Business Communication in French)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 3. semester. Vægtning: 10 ECTS.

- b. *Mål og indhold:*  
Målet er ud fra et integreret syn på virksomhedskommunikation, på grundlag af teorier og metoder fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen samt viden om aktuelle forskningsmæssige problem-

stillinger i fagene Virksomhedskommunikation og Kultur, samt Interkulturel Kommunikation i/mellem Organisationer at sætte de studerende i stand til at applicere uddannelsens teoretiske og metodiske viden på analyse og løsning af et kommunikationsproblem for en virksomhed.

Indledningsvis gives en grundig indføring i empirisk projektarbejde, herunder relevante undersøgelsesmetoder som observation, spørgeskemaer og interviews. Videre diskuteres, hvordan viden og teorier fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen kan forenes i et integreret syn på organisationens kommunikation med henblik på at sætte de studerende i stand til at bruge og selektere blandt teorier og metoder på uddannelsen i forbindelse med løsningen af kommunikationsopgaven i projektet. Perspektivet udvides ved at inddrage forskellige aktuelle problemstillinger, som diskuteres inden for faget Interkulturel Kommunikation i Organisationer. En væsentlig del af undervisningen afsættes til at behandle problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på fransk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Der kræves, at man på baggrund af relevant teoretisk og metodisk tilgang kan analysere og planlægge løsningen af en intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave. Opgaven kan skrives i samarbejde med en virksomhed. Litteraturopgivelser: ca. 700 sider.
- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Analyse og planlægning af intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar
Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgave + mundtlig eksamen skal besvares på fransk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Den mundtlige prøves varighed:	40 minutter pr. studerende

Forberedelse: Ugedagen før den mundtlige prøve udleverer eksaminator nogle af de problemstillinger og spørgsmål, som ønskes drøftet ved den mundtlige eksamen

Censur: Ekstern

Bedømmelse: 13-skala. Der gives efter den mundtlige prøve én samlet bedømmelse

Vægtning: 10 ECTS

Prøven kan afvikles i forbindelse med et udlandsophold, i så fald bortfalder det mundtlige forsvar.

## Specialiseringsfag i spansk

### § 23 Spansk Virksomhedskommunikation og Kultur (Spanish Business Communication and Culture)

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner inden for emnerne kommunikation og kultur indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Virksomhedskommunikation, Teori og Metode, samt (ii) Kultur og identitet. Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.
- c. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II.

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8

Bedømmelse: Bestået/ikke bestået. Kurset er kun bestået, hvis kravet om undervisningsdeltagelse er opfyldt i begge delkurser

Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden opgave, der rummer spørgsmål fra begge delkurser:

Prøveform: Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn

Varighed: 5 timer

Hjælpemidler: Alle hjælpemidler tilladt

Computer: Tilladt

Sprog: Opgaven skal besvares på spansk

Censur: Intern censur

Bedømmelse: Bestået/ikke bestået

Vægtning: 10 ECTS

#### **Delkursus 1: Virksomhedskommunikation, Teori og Metode (Part 1: Business Communication, Theory and Method)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 1. semester

b. *Mål og indhold:*

Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til almen kommunikationsteori, og med inddragelse af elementer fra fx pragmatik, retorik og semiotik kan forskellige teoretiske hovedområder som fx kritisk diskursanalyse, socialkonstruktivisme, socialpsykologi, kognitiv lingvistik samt narratologi (storytelling) anvendes som grundlag for analyse af organisationens kommunikation.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på spansk.

d. *Eksamensforordringer:*

De studerende skal demonstrere kendskab til teorier og metoder, evne til kritisk analyse samt kendskab til relevant faglitteratur. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

**Delkursus 2: Kultur og identitet  
(Part 2: Culture and Identity)**

a. *Undervisningens omfang:*

2 ugentlige timer i 1. semester

b. *Mål og indhold:*

Målet med kurset er at give de studerende indsigt i områdets kultur og samfundsforhold, samt at give de studerende en viden om og forståelse for områdets virksomheds- og forbrugerkultur.

Undervisningens geografiske genstandsområde er Spanien samt evt. andre spansktalende områder.

Der sigtes mod at give de studerende en solid viden om spansktalende landes virksomhedsog forbrugerkultur og sidstnævntes indflydelse på virksomheders marketingstrategi. Desuden er formålet med undervisningen at sætte de studerende i stand til at drage tværkulturelle sam-

menligninger gennem en overvejende kontrastiv behandling af de forskellige emner.

Kurset indledes med et forsøg på at definere det spanske nationale kulturbegreb for derefter at behandle dels spansk virksomhedskultur, dels spansk forbrugerkultur for til slut at gå i dybden med en eller flere forbrugerkulturer og dennes/ disses mere specifikke indflydelse på virksomhedernes marketingstrategier.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på spansk.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves, at de studerende på baggrund af en viden om kulturelle og samfundsmæssige forholds indflydelse på områdets virksomheds- og forbrugerkultur kan forklare og diskutere emner og problemstillinger kendetegnende for området. Litteraturopgivelser: ca. 500 sider.

## **§ 24 Spansk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning (Spanish Business Communication and Copy Writing)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Med henblik på at dække væsentlige emner indenfor områderne virksomhedskommunikation og tekstforfatning indeholder kurset 2 delkurser, hvor der arbejdes med forskellige overordnede teoretiske rammer, nemlig (i) Interkulturel Kommunikation i/mellem Organisationer samt (ii) Spansk Tekstforfatning.

Indhold, omfang og eksamensfordringer i de to delkurser er beskrevet nedenfor.

- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Der er fælles eksamen for delkursus I og delkursus II. Der udleveres en case, som omfatter begge delkurser, og hvori der beskrives en kommunikationsopgave, som man skal løse. I casen indgår en formidlingsopgave, man skal løse.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	2 uger
Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven skal besvares på spansk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Sprog og indhold vægtes med hver 50 %
Vægtning:	10 ECTS

### **Delkursus 1: Interkulturel Kommunikation i Organisationer (Part 1: Intercultural Communication in Organizations)**

- a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 2. semester
  
- b. *Mål og indhold:*  
Kursets overordnede mål er at give de studerende de teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationens interne og eksterne kommunikation.  
  
Kurset fokuserer på kultur og sprog i den internationale organisation, samt på organisationens kommunikation med andre organisationer og med markedet, hvor fokus ligger på kommunikation på tværs af kultur- og sprogrænser. Derudover kan der f.eks. arbejdes med organisationens formidling af værdier, visioner og identitet.  
  
Der arbejdes med forskellige kommunikationsformer, som fx årsregnskaber, imagebrochurer, hjemmesider, e-mails etc.
  
- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på spansk.
  
- d. *Eksamensfordringer:*  
Det kræves, at de studerende ved anvendelse af teoretiske analyseværktøjer kan identificere og analysere kommunikative problemstillinger i organisationer. Litteraturopgivelser: ca. 700 sider.

## **Delkursus 2: Spansk Tekstforfatning (Part 2: Spanish Copy Writing)**

a. *Undervisningens omfang:*  
2 ugentlige timer i 2. semester

b. *Mål og indhold:*

Formålet med undervisningen er at styrke de studerendes kompetence til at formulere sig skriftligt på spansk og at sætte de studerende i stand til at analysere, planlægge og udføre kommunikationsopgaver, som forekommer i internationale organisationers kommunikation.

På baggrund af anvendte teorier og metoder som fx genreteori og/eller mediekundskab skal de studerende arbejde med en række forskellige genrer/teksttyper som fx pressemeddelelser, brochurer, virksomheds- og produktpræsentation samt hjemmesider. De valgte genrer analyseres og produceres ud fra fx en diskussion af genrekonventioner og tekststrukturelle træk og med fokus på formidling til forskellige spansktalende målgrupper i og uden for virksomheden.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på spansk.

d. *Eksamensfordringer:*

Det kræves at man kan planlægge og udføre konkrete kommunikationsopgaver inden for organisationen. Sproget indgår som et væsentligt element ved bedømmelsen, idet der tages hensyn til sproglig korrekthed samt genrebevidsthed. Litteraturopgivelser: ca. 600 sider.

## **§ 25 Integreret Virksomhedskommunikation i Spansk (Integrated Business Communication in Spanish)**

a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 3. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Målet er ud fra et integreret syn på virksomhedskommunikation, på grundlag af teorier og metoder fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen samt viden om aktuelle forskningsmæssige problem-



stillinger i fagene Virksomhedskommunikation og Kultur samt Interkulturel Kommunikation i/mellem Organisationer at sætte de studerende i stand til at applicere uddannelsens teoretiske og metodiske viden på analyse og løsning af et kommunikationsproblem for en virksomhed.

Indledningsvis gives en grundig indføring i empirisk projektarbejde, herunder relevante undersøgelsesmetoder som observation, spørgeskemaer og interviews. Videre diskuteres, hvordan viden og teorier fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen kan forenes i et integreret syn på organisationens kommunikation med henblik på at sætte de studerende i stand til at bruge og selekttere blandt teorier og metoder på uddannelsen i forbindelse med løsningen af kommunikationsopgaven i projektet. Perspektivet udvides ved at inddrage forskellige aktuelle problemstillinger, som diskuteres inden for faget Interkulturel Kommunikation i Organisationer. En væsentlig del af undervisningen afsættes til at behandle problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Undervisningen foregår på spansk.

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på baggrund af relevant teoretisk og metodisk tilgang kan analysere og planlægge løsningen af en intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave. Opgaven kan skrives i samarbejde med en virksomhed. Litteraturopgivelser: ca. 700 sider.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Analyse og planlægning af intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar
Omfang:	20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven skal besvares på spansk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Den mundtlige prøves varighed:	40 minutter pr. studerende

Forberedelse: Ugedagen før den mundtlige prøve udleverer eksaminator nogle af de problemstillinger og spørgsmål, som ønskes drøftet ved den mundtlige eksamen

Censur: Ekstern

Bedømmelse: 13-skala. Der gives efter den mundtlige prøve én samlet bedømmelse

Vægtning: 10 ECTS

Prøven kan afvikles i forbindelse med et udlandsophold, i så fald bortfalder det mundtlige forsvar.

## Specialiseringsfag i tysk

### § 26 Tysk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering (German Language Description and Text Evaluation)

- a. *Undervisningens omfang:*  
4 ugentlige timer i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Målet er på grundlag af en forskningsbaseret indføring væsentligt at udvide de studerendes bevidsthed om og kendskab til det tyske sprog for ud fra en detaljeret sprogbeskrivelse at kunne vurdere tekster og bedømme disses egnethed i forhold til brug i specifikke kommunikationssituationer.

I undervisningen gives derfor en grundig og detaljeret indføring i tysk sprogbeskrivelse, der omfatter såvel kontekst, semantik som grammatik. Denne indføring munder ud i opstilling af en model til tekstanalyse og -vurdering, som afprøves på analyse og vurdering af en række virksomhedskommunikative tekster.

- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Undervisningen foregår på tysk i form af forelæsninger, øvelses gennemgang, holddiskussion og e-læring. Uden for undervisningen forudsættes udover den teoretiske læsning et betydeligt arbejde med øvelser. De studerendes opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen.
- d. *Eksamensfordringer:*  
De studerende skal kunne gennemføre en dybdegående og reflekteret sprogbeskrivelse og tekstvurdering af virksomhedskommunikative tekster. Litteraturopgivelser: ca.400 sider.
- e. *Eksamensbestemmelser:*

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 8  
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået  
Vægtning: 10 ECTS

Eventuel reeksamen foregår i form af en skriftlig eksamen, hvor man skal besvare en bunden analyseopgave:

Prøveform:	Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn
Varighed:	5 timer
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler tilladt
Computer:	Tilladt
Sprog:	Opgaven skal besvares på tysk
Censur:	Intern censur
Bedømmelse:	Bestået/ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS

## § 27 Tysk Virksomhedskommunikation og Tekstforfatning (German Business Communication and Copy Writing)

### a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

### b. *Mål og indhold:*

Målet er på grundlag af en forskningsbaseret viden om virksomheders interne og eksterne kommunikation på tysk samt om kommunikationsplanlægning, herunder en grundig indføring i målgruppe- og medievalg, at sætte de studerende i stand til på et videnskabeligt grundlag at kunne planlægge løsningen af kommunikationsopgaver samt at kunne tilrettelægge og producere alle typer af tekster, der kan indgå i en virksomheds interne og eksterne kommunikation.

Med udgangspunkt i en generel introduktion til virksomheders interne og eksterne kommunikation, målgruppe- og medievalg samt forskellige metoder og modeller til kommunikationsplanlægning gives i undervisningen en detaljeret forskningsbaseret indføring i tysksproget tekstforfatning ud fra bl.a. det teorigrundlag, som er introduceret i Tysk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering. Der arbejdes med en række centrale kommunikations- og teksttyper – både trykte og elektroniske, fx annoncering, direct marketing, public relation, elektronisk marketing, ledelseskommunikation, forandringskommunikation og finansiell kommunikation.

### c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Undervisningen foregår på tysk i form af forelæsninger, studenteroplæg, diskussion, øvelser og e-læring. Der forventes betydelig aktivitet fra de studerendes side med hensyn til forberedelse, fremlæggelse og

diskussion af tekstforslag. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen.

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på et videnskabeligt grundlag kan analysere og planlægge løsningen af en intern og/ eller ekstern kommunikationsopgave, herunder foretage et teoretisk begrundet valg af målgrupper og medier, samt at man kan tilrettelægge, producere og begrunde udformningen af tekster til løsning af opgaven på grundlag af relevant sprog- og kommunikationsteori. Litteraturopgivelser: ca. 1.200 sider.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Der udleveres en case, hvori der beskrives en kommunikationsopgave, som man skal løse. I løsningen skal indgå produktion af tekster samt teoretisk baseret argumentation for udformningen af disse

Prøveform: Bunden hjemmeopgave

Varighed: 2 uger

Omfang: 20-25 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende

Sprog: Opgaven skal besvares på tysk

Gruppeprøve: Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe

Censur: Ekstern

Bedømmelse: 13-skala

Vægtning: 10 ECTS

## **§ 28 Integreret Virksomhedskommunikation i Tysk (Integrated Business Communication in German)**

a. *Undervisningens omfang:*

4 ugentlige timer i 3. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. *Mål og indhold:*

Målet er ud fra et integreret syn på virksomhedskommunikation, på grundlag af teorier og metoder fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen samt viden om aktuelle forskningsmæssige problemstillinger i virksomhedskommunikationsfaget at sætte de studerende i stand til at kunne applicere uddannelsens teoretiske og metodiske viden på analyse, tilrettelæggelse og løsning af en kommunikationsopgave for en virksomhed.

Indledningsvis gives en grundig indføring i empirisk projektarbejde, herunder relevante undersøgelsesmetoder som observation, spørgeskemaer og interviews. Videre diskuteres, hvordan viden og teorier fra samtlige obligatoriske discipliner på uddannelsen kan forenes i et integreret syn på virksomhedskommunikation med henblik på at gøre de studerende i stand til at kunne bruge og selektere blandt samtlige teorier og metoder på uddannelsen i forbindelse med løsningen af kommunikationsopgaven i projektet. Perspektivet udvides ved at inddrage forskellige aktuelle problemstillinger, som forskningsmæssigt diskuteres inden for virksomhedskommunikationsfaget. En væsentlig del af undervisningen afsættes til at behandle problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde.

c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion og øvelser. Hvor der ikke er tale om samlæsning, er undervisningssproget tysk. Der indgår projektarbejde i en virksomhed uden for universitetet, og der gives individuel vejledning på projekterne uden for undervisningen.

d. *Eksamensfordringer:*

Der kræves, at man på et videnskabeligt grundlag kan analysere, tilrettelægge og gennemføre en kommunikationsopgave for en virksomhed uden for universitetet, herunder at man kritisk kan diskutere og vurdere fagets teorier og metoder. Projektet vurderes på fire delområder, som vægtes ligeligt: (i) empirisk arbejde, (ii) teoretisk og metodisk indsigt samt analyser, (iii) tekster og andre løsningsforslag, (iv) skriftlig og mundtlig formidling. Litteraturopgivelser: 2.000 sider, hvoraf minimum 800 sider ikke tidligere må have været opgivet.

e. *Eksamensbestemmelser:*

Den samlede eksamen (skriftlig opgave + mundtligt forsvar) vurderes på fire delområder, som vægtes ligeligt: (i) empirisk arbejde, (ii) teoretisk og metodisk indsigt samt analyser, (iii) tekster og andre løsningsforslag, (iv) skriftlig og mundtlig formidling

Prøveform:	Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar
Omfang:	30-40 sider for en studerende, Ved gruppeprøver udvides omfanget med 50 % for hver ekstra studerende
Sprog:	Opgaven skal besvares på tysk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 studerende pr. gruppe
Den mundtlige prøves varighed:	40 minutter pr. studerende

Forberedelse:	Ugedagen før den mundtlige prøve udleverer eksaminator nogle af de problemstillinger og spørgsmål, som ønskes drøftet ved den mundtlige eksamen
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala. Der gives efter den mundtlige prøve én samlet bedømmelse.
Vægtning:	10 ECTS

## **Valgfag**

### **§ 29 Valgfag (Electives)**

- a. *Omfang:*  
Placeret på uddannelsens 3. semester. Det samlede omfang af valgfag skal være 20 ECTS.
- b. *Mål og indhold:*  
Formålet med valgfag er, at de studerende kan give sin kandidatuddannelse en særlig toning og/ eller uddybe enkelte elementer af uddannelsen. Valgfag skal for at kunne godkendes være relevante i forhold til formålsparagraffen for kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation.
- Valgfag kan have følgende former:
- Åbne fag, der er udbudt under Det Humanistiske Fakultet, og som er godkendt af studienævnet. Der kan være tale om enten et valgfag a 20 ECTS eller to valgfag a 10 ECTS.
  - Fag, der er udbudt under et andet fakultet på Syddansk Universitet eller på en anden højere læreranstalt i Danmark eller udlandet. Sådanne fag skal forhåndsgodkendes af studienævnet, som også fastsætter, hvilket antal ECTS faget/fagene kan overføres med.
  - Projektorienteret forløb (praktikophold), der kan meritoverføres, jf. § 9. Et projektorienteret forløb (praktikforløb) tæller 20 ECTS.
  - Ophold på et udenlandsk universitet, hvorfra relevante beståede fag kan meritoverføres.
  - Selvstuderet emne. Emnebeskrivelse, foreløbig litteraturliste og eksamensbestemmelser anbefalet af en vejleder blandt uddannelsens videnskabelige personale skal godkendes af studienævnet, inden emnet kan påbegyndes.
- c. *Undervisnings- og arbejdsformer:*  
Afhænger af det valgte fag.
- d. *Eksamensfordringer:*  
Afhænger af det valgte fag.
- e. *Eksamensbestemmelser:*  
Afhænger af det valgte fag.



## **Kandidatspeciale**

### **§ 30 Speciale (Thesis)**

Vægt: 30 ECTS.

Et kandidatspeciale er en større selvstændig afhandling, hvori de studerende på grundlag af videnskabelige teorier og metoder behandler et emne inden for uddannelsens fagområde. De studerende vælger selv emne for specialet, der udarbejdes under vejledning af en vejleder blandt uddannelsens videnskabelige personale. Emnets afgrænsning og opgaveformulering aftales mellem de studerende og vejlederen.

Prøveform:	Kandidatspeciale
Sideomfang, speciale:	60-100 sider pr. studerende
Sideomfang, resumé:	2-3 sider pr. studerende
Sprog:	Specialet kan valgfrit skrives på dansk, engelsk, tysk, fransk eller spansk efter aftale med vejlederen. Er specialet skrevet på dansk, skal resuméet skrives på et fremmedsprog efter aftale med vejlederen. Er specialet skrevet på et fremmedsprog, skal resuméet skrives på dansk
Gruppeprøve:	Mulig. Maks. 3 deltagere
Censur:	Ekstern
Bedømmelse:	13-skala Resuméet indgår i helhedsvurderingen af specialet på den måde, at det kan påvirke karakteren i opadgående eller nedadgående retning Sammen med bedømmelsen afgiver eksaminator og censor en skriftlig udtalelse om specialet. Bedømmelse og udtalelse skal foreligge senest 2 måneder efter afleveringen af specialet
Vægtning:	30 ECTS

Der henvises endvidere til fællesbestemmelserne § 16.

### III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser

Nærværende studieordning er udarbejdet i henhold til bekendtgørelse nr. 338 af 6. maj 2004 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne og har virkning for studerende immatrikuleret 1. september 2005 eller senere.

Der afholdes sidste gang eksaminer efter den hidtidige studieordning ved sommereksamen 2007.

Studerende, der har påbegyndt studiet efter tidligere studieordninger, og som ønsker at overgå til nærværende ordning, sender ansøgning til studienævnet herom.

Når en studerende er overgået til ny studieordning, er det ikke muligt efterfølgende at vende tilbage til en tidligere ordning.

Indstillet til godkendelse af Studienævn ved Center for Erhvervsproglige Studier den 28. september 2004. Godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 27. maj 2005.

# IV Studieordning – almen del: Fællesbestemmelser for de humanistiske uddannelser ved Syddansk Universitet

(gældende for studieordninger, der træder i kraft 1. september 2005)

Findes på Fakultetssekretariatets hjemmeside, Hovedmenu/Dokumenter/Regler på følgende web-adresse:

<http://www.humaniora.sdu.dk/typo/index.php?id=386>

En trykt version kan fås ved henvendelse til sekretær for Undervisnings- og Uddannelsesudvalget:

Else Jensen, tlf.nr.: 6550 2079, e-mail: [else@humsek.sdu.dk](mailto:else@humsek.sdu.dk)

Revideret af Undervisnings og Uddannelsesudvalget den 8. marts 2005