

Studieordning 2014

International
Virksomhedskommunikation
Kandidatuddannelsen
Med specialisering i enten dansk eller engelsk

Indholdsfortegnelse

Faglig del

I. Bestemmelser for kandidatuddannelsen i International

Virksomhedskommunikation

A. Mål og forudsætninger	
§ 1. Kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation.....	4
§ 2. Adgangskrav	6
§ 3. Beskæftigelsesprofil	7
§ 4. Titel.....	8
B. Opbygning og progression	
§ 5. Principper for valg af undervisnings- og læringsformer.....	9
§ 6. Forløbsmodel	11
§ 7. Eksamensoversigt	12
C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for uddannelsen	
§ 8. Fællesbestemmelser	13
§ 9. Undervisningsdeltagelse	13
§ 10. Projektorienteret forløb (praktik).....	13
§ 11. Brug af computer ved skriftlige eksaminer.....	14
§ 12. Hjælpe midler	14
§ 13. Hjemmeopgaver.....	14

II. Beskrivelse af kandidatuddannelsens discipliner

Fællesfag:

§ 14. Organisation og Kulturanalyse	15
§ 15. Corporate Communication.....	16
§ 16. Kommunikation i en Globaliseret Verden	18

Specialiseringsfag i dansk:

§ 17. Multimodal Tekstanalyse og Tekstvurdering	20
§ 18. Dansk Virksomhedskommunikation.....	21

Specialiseringsfag i engelsk:

§ 19. Engelsk Virksomhedskommunikation.....	24
§ 20. Organisationskommunikation i Praksis	25
§ 21. Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation.....	26

Valgfag:

§ 22. Valgfag.....	28
--------------------	----

Elitemodul:

§23. Elitemodul.....	29
----------------------	----

Kandidatspeciale:	
§ 24. Speciale	31
III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser	33
IV Bilag	
Bilag 1: Kompetenceskema.....	34
Almen del	
V Fællesbestemmelser	38

Faglig del

I. Bestemmelser for kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation

I henhold til bekendtgørelse nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne udbydes Kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation.

A. Mål og forudsætninger

§ 1. Kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation

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

Det overordnede formål med kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation 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 kommunikationsopgaver for alle typer af virksomheder på dansk eller engelsk. Med en dybdegående viden om sprog forstås viden om funktionelt orienterede sprog- og kommunikationsteorier, som inddrager både grammatik, semantik og pragmatik.

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. Kandidatuddannelsen giver desuden adgang til at søge ind på en ph.d.-uddannelse.

Uddannelsen stræber mod følgende kompetencemål for den studerende:

Generelle kompetencemål:

Den studerende skal

1. kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et højt videnskabeligt niveau
2. udtømmende kunne undersøge, analysere og løse faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt inddrage aktuel international forskning
3. kunne systematisere kompleks viden og data samt kritisk udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet
4. kritisk kunne mestre fagets forskellige teorier og metoder
5. have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse
6. kunne argumentere på et videnskabeligt niveau
7. kunne igangsætte og gennemføre en faglig dialog

8. kunne fokusere og skabe sammenhæng i løsningen af opgaver
9. tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi
10. kunne formulere sig skriftligt og mundtligt – emneorienteret, præcist og korrekt
11. formidle forskningsbaseret viden og diskutere komplekse videnskabelige problemstillinger, således at det bliver relevant og forståeligt for forskellige målgrupper
12. kunne styre arbejds- og udviklingssituationer, der er komplekse og forudsætter nye løsningsmodeller samt kunne indgå i et samarbejde, herunder at kunne give og modtage konstruktiv kritik
13. kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia
14. anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling
15. kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog

Fagspecifikke kompetencemål:

De fagspecifikke kompetencemål relaterer sig til uddannelsens kernefaglighed og opdeles i viden, færdigheder og kompetencer i henhold til ”Ny dansk kvalifikationsramme for videregående uddannelse”.

Viden:

Kandidaten har

- viden om videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver
- viden om kulturen inden for det valgte sprogområde
- viden om hvordan forskellige typer af organisationer fungerer, herunder et overordnet branchekendskab
- viden om funktionelt orienterede sprog- og kommunikationsteorier, som inddrager både grammatik, semantik og pragmatik.

Færdigheder:

Kandidaten kan

- anvende videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver
- tilrettelægge og skrive virksomhedskommunikative tekster på det valgte sprog
- analysere den virksomhedsinterne kontekst, som kommunikationen skal fungere i
- deltage i planlægning og gennemførelse af organisationsudvikling på både organisations-, gruppe- og individniveau
- analysere den virksomhedseksterne kontekst (både i forhold til forskellige markeder og samfundet generelt), som kommunikationen skal fungere i
- bruge viden om kulturen inden for det valgte sprogområde i løsningen af specifikke kommunikationsopgaver
- analysere den internationale kontekst, som påvirker virksomhedens kommunikation, herunder kunne identificere og analysere relevante globale aspekter, som har betydning for virksomhedens kommunikation
- indsamle såvel teoretisk som empirisk viden samt kritisk kunne vurdere og sortere den indsamlede viden for at kunne anvende denne formålsbestemt

- beherske en generel forretningsforståelse, herunder erfaringer med de økonomiske og organisatoriske rammer, som forskellige typer af virksomheder fungerer på grundlag af
- skriftligt og mundtligt formidle ethvert budskab nuanceret og formålsbestemt samt kunne præsentere analyser og løsningsforslag for relevante beslutningstagere

Kompetencer:

Kandidaten kan

- styre komplekse arbejds- og udviklingssituationer
- selvstændigt igangsætte og gennemføre tværfagligt samarbejde og påtage sig professionelt ansvar
- selvstændigt tage ansvar for egen faglige udvikling og specialisering

Den 2-årige kandidatuddannelse i International Virksomhedskommunikation består af:

- Konstituerende fag på 60 ECTS. Heraf udgør særfag 60 ECTS, som er fordelt på:
 - fællesfag for alle studerende på kandidatuddannelsen (30 ECTS), og
 - specialiseringsfag i enten dansk eller engelsk virksomhedskommunikation (30 ECTS)
- Valgfag på 30 ECTS.
- Kandidatspeciale på 30 ECTS.

‘Særfag’ er undervisningsfag, hvis faglige indhold er nærmere bestemt i studieordningen.

§ 2. Adgangskrav

Hovedadgangskravet til kandidatuddannelsen er en akademisk bacheloruddannelse.

For at kunne læse International Virksomhedskommunikation med specialisering i engelsk virksomhedskommunikation kræves særligt enten en humanistisk bacheloruddannelse med grundfag/centralfag i engelsk, en erhvervsproglig bacheloruddannelse med engelsk, en negot bacheloruddannelse med hovedsprog i engelsk eller en anden akademisk bacheloruddannelse med minimum 60 ECTS i engelsk.

For at kunne læse International Virksomhedskommunikation med specialisering i dansk virksomhedskommunikation kræves enten en bacheloruddannelse med centralt fag i dansk, historie, medievidenskab, litteraturvidenskab eller journalistik eller en bacheloruddannelse med centralt fag inden for Humaniora eller Samfundsvidenskab, herunder også bacheloruddannelser i negot og erhvervsprog med minimum 60 ECTS inden for emner som journalistiske og medievidenskabelige discipliner, mundtlig og skriftlig sprogfærdighed, litteratur og kultur, metode og undersøgelsesdesign, analysestrategi, interkulturel kommunikation, oversættelse, tekstproduktion eller tilsvarende. Har den studerende taget sidefaget (60 ECTS)/tilvalget (45 ECTS) i Organisatorisk Kommunikation, indgår dette i det samlede krav på 60 ECTS.

Ansøgere med udenlandsk adgangsgivende eksamen skal desuden have bestået Studieprøven i dansk som andetsprog eller kunne dokumentere tilsvarende danskkundskaber. Danskkravet gælder ikke for nordiske ansøgere.

Ansøgere, der opfylder ovennævnte hovedbetingelser, har ret til at blive optaget på kandidatuddannelsen under forudsætning af, at der er det fornødne antal ansøgere til at kunne oprette hold i den ønskede sproglige specialisering. Ansøgere, der ikke opfylder ovennævnte hovedbetingelser, kan optages, hvis ansøge-

ren ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles med hovedbetingelserne.

Skema over uddannelsens kompetencemål sammenholdt med kvalifikationsrammens mål samt målbeskrivelser forefindes i bilag 1.

§ 3. Beskæftigelsesprofil

Kandidatuddannelse i International Virksomhedskommunikation med specialisering i dansk

En kandidat i International Virksomhedskommunikation med specialisering i dansk har en målrettet erhvervskompetence til på et reflekteret videnskabeligt grundlag og ud fra en dybdegående viden om kultur, kommunikation, organisation, sprog, internationalisering og globalisering at kunne analysere, tilrettelægge og løse alle typer af kommunikationsopgaver for alle typer af virksomheder på dansk.

Kandidaten har desuden en række generelle humanistiske kompetencer ved at kunne afgrænse et problem og analysere dette vha. videnskabelige teorier og metoder samt systematisere og kritisk vurdere disse i forhold til opgaven, mundtligt og skriftligt argumentere på et videnskabeligt grundlag og formidle et komplekst stof, så det bliver tilgængeligt for forskellige målgrupper og indgå i forskellige samarbejder og modtage og give konstruktiv kritik.

Master's degree in International Business Communication specialising in Danish

Master's graduates in International Business Communication specialising in Danish have business competence targeted at enabling them to use their reflective scientific understanding and their in-depth knowledge of culture, communication, organisation, language, internationalisation and globalisation to analyse, organise and complete all types of communication tasks for all types of business in Danish.

In addition, graduates possess a range of general competences from the humanities in being able to delimit a problem and to analyse it using scientific theories and methods, systematising and making critical assessments of them in respect of the task in hand, in being able to make a case on a scientific basis both orally and in writing and to communicate complex material so that it becomes accessible for a variety of target groups, and in being able to form part of various forms of collaboration and to receive and give constructive criticism.

Kandidatuddannelse i International Virksomhedskommunikation med specialisering i engelsk

En kandidat i International Virksomhedskommunikation med specialisering i engelsk har en målrettet erhvervskompetence til på et reflekteret videnskabeligt grundlag og ud fra en dybdegående viden om kultur, kommunikation, organisation, sprog, internationalisering og globalisering at kunne analysere, tilrettelægge og løse alle typer af kommunikationsopgaver for alle typer af virksomheder på engelsk.

Kandidaten har desuden en række generelle humanistiske kompetencer ved at kunne afgrænse et problem og analysere dette vha. videnskabelige teorier og metoder samt systematisere og kritisk vurdere disse i forhold til opgaven, mundtligt og skriftligt argumentere på et videnskabeligt grundlag og formidle et komplekst stof, så det bliver tilgængeligt for forskellige målgrupper og indgå i forskellige samarbejder og modtage og give konstruktiv kritik.

Master's degree in International Business Communication specialising in English

Master's graduates in International Business Communication specialising in Danish have business competence targeted at enabling them to use their reflective scientific understanding and their in-depth knowledge of culture, communication, organisation, language, internationalisation and globalisation to analyse, organise and complete all types of communication tasks for all types of business in English.

In addition, graduates possess a range of general competences from the humanities in being able to delimit a problem and to analyse it using scientific theories and methods, systematising and making critical assessments of them in respect of the task in hand, in being able to make a case on a scientific basis both orally and in writing and to communicate complex material so that it becomes accessible for a variety of target groups, and in being able to form part of various forms of collaboration and to receive and give constructive criticism.

§ 4. Titel

Kandidatuddannelsen giver ret til titlen cand. mag. i international virksomhedskommunikation/ Master of Arts (MA) in International Business Communication.

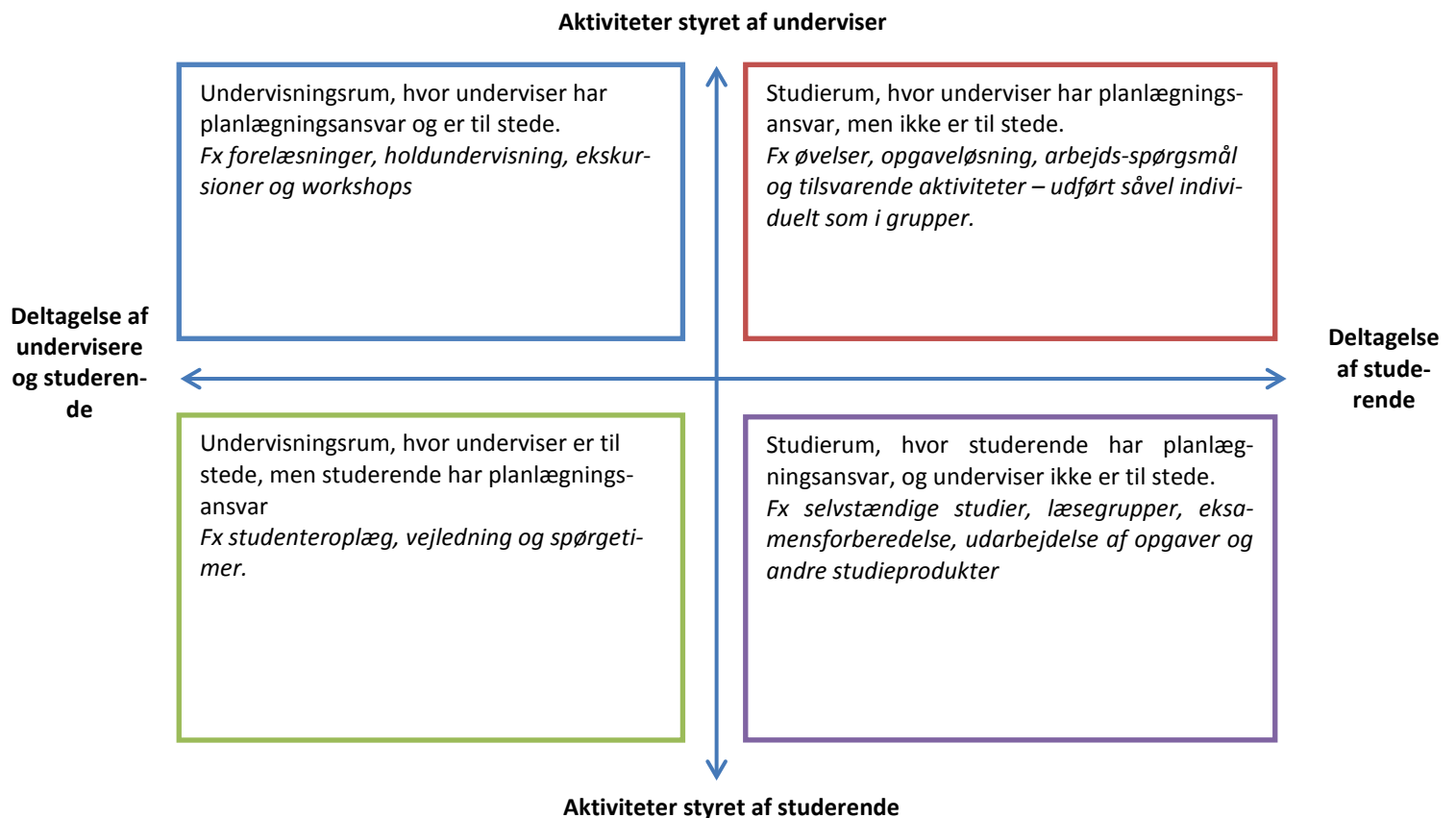
§ 5. Principper for valg af undervisnings- og prøveformer

Humanioramodellen for aktiv læring og aktiverende undervisning

Humanioramodellen er en platform for udvikling og udformning af aktiverende undervisning og aktiv læring på det Humanistiske Fakultet. Hermed udmønter humanioramodellen Syddansk Universitets principper for uddannelse: aktiverende undervisning og aktiv læring. Modellen tager udgangspunkt i, at aktiv læring realiseres gennem deltagelse i flere forskellige former for undervisning og aktiviteter. Den viser samtidig, hvordan undervisningen kan være aktiverende på forskellig vis.

Humanioramodellen baserer sig på, at forskellige former for undervisningsaktiviteter foregår i forskellige ”rum”, der defineres af underviseres og studerendes respektive roller og ansvar. Modellen synliggør, at den studerende har forskellige opgaver og roller i løbet af sit studium, herunder at deltage i forskellige aktiviteter og bidrage med en varietet af leverancer.

Studerendes studieaktiviteter organiseres og rammesættes i fire rum:



Underviseren planlægger og gennemfører aktiverende undervisning, herunder

- involverer alle fire rum under hensyntagen til det enkelte fags målbeskrivelse
- tydeliggør hvilket ansvar studerende har i forhold til deltagelse i de forskellige rum
- støtter studerendes tilegnelse af studiekompetence til at arbejde i de forskellige rum

Underviseren reflekterer således over hvilke aktiviteter, der kan foregå i de fire rum, og hvordan aktiviteterne hænger sammen med fagets mål og udprøvning. Uddannelsens ledelse sikrer, at de studerende samlet set har aktiviteter i alle fire rum i hvert semester, samt at underviserens særlige kompetencer og styrkeområder udnyttes bedst muligt i implementeringen af modellen.

Modellen synliggør, at studerende har forskellige former for ansvar, opgaver og roller knyttet til deltagelse i de forskellige studieaktiviteter. Det forventes, at den studerende leverer forskellige typer produkter og ydelser i de forskellige rum. Den studerende bliver således bevidst om og fortrolig med forskellige studieaktiviteter og opgaveformer.

Undervisningsrum, hvor underviser har planlægningsansvar og er til stede

Dette undervisningsrum vil typisk indeholde forelæsninger og holdundervisning med aktiverende elementer, ekskursioner og workshops, hvor studerende deltager aktivt ved for eksempel at stille spørgsmål, reflektere, tage noter og bidrage til diskussioner i grupper og i plenum.

⇒ *Her kan eksempelvis **summemøder, refleksionsspørgsmål, quizzes, udfærdigelse af begrebskort**, mm. være aktiverende elementer, som underviseren kan gøre brug af.*

Studierum, hvor underviser har planlægningsansvar, men ikke er til stede

Dette studierum vil typisk kunne indeholde gruppearbejde, øvelser, opgaveløsning og tilsvarende aktiviteter, som er rammesat af underviseren, og hvor den studerende deltager aktivt.

⇒ *Eksempler på aktiviteter kan være **arbejde med arbejdsspørgsmål til pensum, logbøger, bidrag til blogs eller wikier, indsamling af materiale til egen eller gruppes portfolio, feltarbejde** mm.*

Undervisningsrum, hvor underviser er til stede, men studerende har planlægningsansvar for konkrete delaktiviteter

Dette undervisningsrum vil typisk kunne indeholde gruppeoplæg, vejledning og spørgetimer og lignende aktiviteter inden for rammerne af kurset. Den studerende deltager aktivt ved for eksempel at afholde studenteroplæg, respondere på medstuderendes oplæg evt. med varierende opponenter, tage initiativ til og forberede vejledning. I alle tilfælde kan der være tale om individuelt såvel som gruppebaseret arbejde.

⇒ *Dette undervisningsrum kan eksempelvis rumme **gruppeoplæg, vejledning og spørgetimer**.*

Studierum, hvor studerende har planlægningsansvar, og underviser ikke er til stede

⇒ *Dette studierum indeholder den studerendes **selvstændige studier**, aktiv deltagelse i **selvorganiserede læsegrupper og fælles eksamensforberedelse, udarbejdelse af opgaver** og andre studieprodukter.*

Humanioramodellen er en overordnet model, som gælder for alle uddannelser, som er hjemmehørende under Det Humanistiske Fakultet. Modellen er både en beskrivelse af eksisterende praksis på de humanistiske uddannelser, hvor aktiverende pædagogiske former allerede spiller en stor rolle, og et pejlepunkt i forhold til den videre udvikling af undervisningen på fakultetet. Studienævnet for den enkelte uddannelse afgør i detaljen, hvordan modellen kommer til udtryk i den pågældende uddannelse.

§ 6 . Forløbsmodel

		1.	2.	3.	4.				ECTS
Fællesfag									
Organisation og Kulturanalyse - Forelæsninger - Øvelsestimer	ISK	4 1,5				Mundtlig	7	I - 2 eks.	10
Corporate Communication	IMM	3				Bunden hjemmeopgave	7	I - 1 eks.	10
Kommunikation i en globaliseret verden	ISK		3			Undervisningsdeltagelse Bunden hjemmeopgave	B/IB 7	I - 1 eks. I - 1 eks.	0 10
Dansk									
Multimodal Tekstanalyse og -vurdering	ISK	4				Undervisningsdeltagelse	B/IB	I - 1 eks.	10
Dansk Virksomhedskommunikation - Kommunikations- og kampagneplanlægning - Tekstforfatning	ISK		4 4			Rapport med fremlæggelse Bunden hjemmeopgave*	B/IB 7	I - 1 eks. E.	10 10
Engelsk									
Engelsk Virksomhedskommunikation	ISK	4				Undervisningsdeltagelse	B/IB	I - 1 eks.	10
Organisationskommunikation i Praksis	ISK		5			Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar	7	E	10
Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation	ISK		3			Fri hjemmeopgave	7	E	10
Valgfag	ISK								
Valgfag/praktikophold/elitemodul	ISK			X		Afhænger af fag**	-	-	30
Speciale	ISK				X	Speciale med mundtligt for- svar	7	E	30
Timer i alt		12,5	11	X	X				
ECTS i alt		30	30	30	30				120

*Prøven omfatter både Kommunikations- og kampagneplanlægning samt Tekstforfatning

**Minimum et valgfag á 10 ECTS skal bedømmes med 7-trinsskala.

§ 7. Eksamensoversigt

Titel på undervisningsfag	Prøveform	Censur	Prøvens varighed	Vurdering	ECTS	§	Eks. sem.
Fællesfag							
Organisation og Kulturanalyse	Mundtlig	Intern prøve, 2 eks.	40 min.	7-skala	10	14	1.
Corporate Communication	Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eks.	3 døgn	7-skala	10	15	1.
Kommunikation i en globaliseret verden	Undervisningsdeltagelse Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eks.	-	B/IB	0	16	2.
		Intern prøve, 1 eks.	3 døgn	7-skala	10		
Specialiseringsfag i dansk							
Multimodal Tekstanalyse og -vurdering	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eks.	-	B/IB	10	17	1.
Dansk virksomhedskommunikation - Kommunikations- og kampagneplanlægning - Dansk virksomhedskommunikation	Rapport med fremlæggelse + Bunden hjemmeopgave	Intern prøve 1 eks.	-	B/IB	10	18	2.
		Ekstern prøve	3 uger	7-skala	10		2.
Specialiseringsfag i engelsk							
Engelsk Virksomhedskommunikation	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eks.	-	B/IB	10	19	1.
Organisationskommunikation i Praksis	Fri hjemmeopgave med mdt. forsvar	Ekstern prøve	- / 40 min	7-skala	10	20	2.
Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation	Fri hjemmeopgave	Ekstern prøve	-	7-skala	10	21	2.
Valgfag	Afhænger af fag	Afhænger af fag	Afhænger af fag	Afhænger af fag**	30	22	3.
Elitemodul	Projekt med mdt. forsvar	Ekstern prøve	-/60 min.	7-skala	30	23	3
Kandidatspeciale	Speciale med mundtligt forsvar	Ekstern prøve	- / 60 min	7-skala	30	24	4.

**Minimum et valgfag á 10 ECTS skal bedømmes med 7-trinsskala.

C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget

§ 8. Fællesbestemmelser

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:

- Interne og eksterne prøver (§ 6)
- Stave- og formuleringsevne (§ 9)
- Individuelle prøver (§ 10)
- Eksamenssprog (§ 11)
- Regler for afholdelse af sygeeksamen (§ 13)
- Kandidatspeciale (§ 16)
- Resumé i forbindelse med kandidatspeciale (§ 17)
- Meritoverførsel/fritagelse (§ 25)
- Regler for studieaktivitet (§ 31)

§ 9. Undervisningsdeltagelse

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 oplæg og opgaver bedømmes til bestået.

Hvis den studerende har været tilmeldt kurset med undervisningsdeltagelse og ikke får godkendt undervisningsdeltagelsen, foregår reeksamen i den efterfølgende eksamenstermin. Reksamensformen er angivet under det enkelte kursus. Hvis den studerende ikke har været tilmeldt kurset med undervisningsdeltagelse, kan den studerende gå til eksamen i samme eksamenstermin, som undervisningen har været udbudt. Her benyttes samme eksamensform som ved reeksamen.

§ 10. Projektorienteret forløb (praktik)

Der er mulighed for merit for valgfag svarende til 20 ECTS 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.

§ 11. Brug af computer ved skriftlige eksaminer

Alle skriftlige stedprøver afvikles på computer, medmindre andet er angivet i disciplinbeskrivelserne. For skriftlige stedprøver, der afvikles på computer, gælder Syddansk Universitets regelsæt for brug af egne computere:

http://www.sdu.dk/Information_til/Studerende_ved_SDU/Eksamen/generelt_om_eksamen/under_eksamen/Skriftlig_proeve_digital

§ 12. Hjælpemidler

»Alle skriftlige hjælpemidler« betyder, at den studerende må medbringe alt skrevet materiale til den pågældende eksamen, dvs. lærebøger, kompendier, ordbøger, notater osv., mens computer ikke må benyttes.

»Alle hjælpemidler« betyder, at såvel alle skriftlige hjælpemidler som computer må medbringes, og at internet må benyttes.

§ 13. Hjemmeopgave

Hjemmeopgaver kan være bundne eller frie hjemmeopgaver. Bundne hjemmeopgaver betyder, at opgaveformuleringen udarbejdes af eksaminator. Frie hjemmeopgaver betyder, at den studerende selv vælger emne og kommer med forslag til opgaveformulering, som dog skal godkendes af eksaminator. Se de nærmere beskrivelser for hjemmeopgaver under de pågældende discipliner.

II. Beskrivelse af kandidatuddannelsens discipliner

Fællesfag

§ 14. Organisation og Kulturanalyse (Organization and Culture Analysis)

a. Undervisningens omfang

4 timers fælles undervisning pr. uge i gennemsnit i 1. semester samt 3 øvelsestimer hver anden uge i gennemsnit i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal kunne

- karakterisere en organisations interessenter, strukturer, ledelsesforhold, kommunikation o.l. ud fra forskellige organisationsteorier
- foretage en kulturanalyse af en organisation ud fra forskellige teoretiske og metodiske perspektiver
- foreslå og diskutere mulig organisations- og kommunikationsudvikling på både organisations-, gruppe- og individniveau
- diskutere og vurdere forskellige teorier og metoder til analyse af organisationer og deres kultur samt til organisationsudvikling.

c. Indhold

I undervisningen behandles tre emneområder:

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

(2) Organisationskultur, hvor man med udgangspunkt i en diskussion af kulturbegrebet og organisationskulturbegrebet gennemgår, diskuterer og afprøver de centrale teorier om og metoder til analyse af organisationers kultur.

(3) Organisationsudvikling, hvor man gennemgår, diskuterer og afprøver en række af de teorier og metoder til organisationsudvikling, som aktuelt har størst betydning. Der ses på organisationsudvikling på både individ-, gruppe- og organisationsniveau.

d. 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.

e. Pensumopgivelser

Ca. 1500 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-10 og 15. Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Den studerende får udleveret en ukendt case og skal gennemføre organisationskarakteristik, organisationskulturanalyse, foreslå mulig organisations- og kommunikationsudvikling samt diskutere og vurdere de anvendte teorier og metoder.

Prøveform:	Mundtlig prøve
Varighed:	40 minutter pr. studerende inkl. censur
Forberedelse:	80 minutter pr. studerende
Hjælpe midler:	Alle hjælpemidler må benyttes i forberedelsen jf. §12
Sprog:	Dansk
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

**§ 15. Corporate Communication
(Corporate Communication)**

a. Undervisningens omfang

3 timer pr. uge i gennemsnit i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal kunne

- forklare centrale koncepter og teorier inden for corporate communication
- forklare og analysere, hvorfor organisationer i stigende grad integrerer deres kommunikation
- forklare og anvende koncepter som virksomhedsbranding, virksomhedsidentitet, virksomhedsimage, virksomhedsstorytelling og autokommunikation på specifikke cases
- forklare, analysere og evaluere strategiske kommunikationskampagner
- forklare, analysere og evaluere PR-kampagner
- identificere, forklare og evaluere de organisatoriske dimensioner af corporate communication
- forklare og udfordre idealet om integreret kommunikation
- diskutere og vurdere fagets forskellige teorier og metoder.

c. Indhold

I undervisningen gives en grundlæggende forståelse af corporate communication som kommunikationsstrategi, ledelsesideal og lederpraksis. Kurset afsøger tendensen til, at moderne virksomheder i stigende grad håndterer kommunikationen på strategisk ledelsesniveau. Med et kritisk og fortolkende perspektiv på corporate communication leverer kurset en flersidig og

nuanceret tilgang til denne type kommunikations forudsætninger, dimensioner og implikationer.

I kurset diskuteres og analyseres koncepter og temaer som integreret kommunikation, samspillet mellem intern og ekstern kommunikation, autokommunikation, corporate branding, virksomhedsidentitet og virksomhedskultur, virksomhedsimage og rygtehåndtering, public relations og krisehåndtering, virksomhedens sociale ansvar, reception, dialog og interaktivitet, corporate storytelling samt alternative perspektiver på corporate communication.

d. Forudsætninger

Kurset forudsætter, at den studerende har en grundlæggende viden om markedskommunikation, som området fx er fremstillet i Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, and Joeri Van den Bergh (2004), *Marketing Communications: A European Perspective*. 2nd ed. London: Financial Times/Prentice Hall.

Hvis den studerende ikke på forhånd har denne viden, forudsættes det, at den studerende senest ved kursets start gør sig bekendt med denne viden.

e. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsning, diskussion, studentrepræsentationer og e-læring. Undervisningen foregår på dansk og/eller engelsk.

f. Pensumopgivelser

Ca. 1000 sider.

g. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-6, 8-10 og 14-15. Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

h. Eksamensbestemmelser

Den studerende får udleveret en bunden opgave med løsning af en eller flere opgaver i henhold til ovennævnte målbeskrivelse.

Prøveform: Bunden hjemmeopgave

Varighed: 3 døgn

Omfang: 10-12 sider pr. studerende

Bidrag fra

flere studerende: Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer

Sprog: Dansk eller engelsk

Censur: Intern prøve med 1 eksaminator

Bedømmelse: 7-trinsskala
Vægtning: 10 ECTS

§ 16. Kommunikation i en Globaliseret Verden (Communication in a Global World)

a. Undervisningens omfang

3 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal kunne

- redegøre for og diskutere forskellige teorier om globalisering og kommunikation
- diskutere globaliseringens indvirkning på kommunikationsaktiviteter
- identificere konkrete kommunikationsaktiviteter med globale dimensioner
- analysere konkrete kommunikationsaktiviteter ud fra teorier om overordnede globaliseringsprocesser.

c. Indhold

Der sættes fokus på relationer mellem globaliseringsprocesser og kommunikation og de udfordringer, disse indebærer for en organisations kommunikation. I løbet af kurset drøftes spørgsmål som: Hvad menes der med globaliseringsprocesser? Hvilke forskellige typer er der, og hvilke relationer har de til kommunikation? Hvilke udfordringer medfører globaliseringsprocesser for en organisations kommunikation, og hvordan kan det variere mellem forskellige typer af organisationer og kommunikation? Hvordan påvirker, beskyttet sig fra eller udnytter organisationer globaliseringsprocesser, og hvordan ser fremtiden ud?

d. Undervisnings- og arbejdsformer

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

Undervisningen foregår normalt fælles for alle studerende på årgangen. Studienævnet kan ved store hold beslutte, at timerne deles i fælles forelæsninger og øvelsestimer på mindre hold.

e. Pensumopgivelser

Ca. 800 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 2. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-6, 8-10 og 14-15. Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Det er en forudsætning for at gå til eksamen i disciplinen, at den studerende i løbet af kurset har gennemført minimum 5 workshoparbejder. Ved undervisningens begyndelse meddeler undervisere en nærmere plan for dette.

Prøveform:	Undervisningsdeltagelse i form af minimum 5 workshoparbejder
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/ikke bestået
Vægtning:	0 ECTS

Reksamensbestemmelser:

Prøveform:	5 individuelt bundne hjemmeopgaver
Omfang:	3-4 sider pr. studerende pr. hjemmeopgave
Sprog:	Valgfrit dansk eller engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/ikke bestået
Vægtning:	0 ECTS

Den studerende får til eksamen udleveret en bunden opgave med løsning af en eller flere opgaver i henhold til ovennævnte målbeskrivelse.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 døgn
Omfang:	8-10 sider pr. studerende
Bidrag fra flere studerende:	Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer
Sprog:	Valgfrit dansk eller engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

Specialiseringsfag i dansk

§ 17. Multimodal tekstanalyse og -vurdering (Multimodal Analysis and Evaluation of Texts)

a. Undervisningens omfang

4 timer pr. uge i gennemsnit i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal kunne

- demonstrere omfattende indsigt i det danske sprogs grammatik, leksik og semantik
- demonstrere indsigt i visuel grammatik og semantik
- demonstrere indsigt i samspillet mellem sproglige og visuelle virkemidler i tekster
- gennemføre en dybdegående og reflekteret sproglig og visuel analyse og vurdering af virksomhedskommunikative tekster i forhold til teksternes egnethed til brug i specifikke kommunikationssituationer, herunder kunne foreslå ændringer af teksterne
- diskutere og vurdere den anvendte teori og metode.

c. Indhold

Undervisningen omfatter en detaljeret indføring i det danske sprogs grammatik, leksik og semantik samt en dybdegående indføring i billeders grammatik og semantik. Disse indføringer kulminerer i en model til tekstanalyse og -vurdering, der yderligere tager højde for relevante kontekstuelle faktorer. Modellen afprøves på analyse og vurdering af en række virksomhedskommunikative tekster. Undervejs i kurset diskuteres den gennemgåede teori og metode, bl.a. ved sammenligninger mellem forskellige teorier om sprog og billede.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, øvelser og øvelsesgennemgang, holddiskussion og workshops. Undervisningen foregår på dansk. Uden for undervisningen forudsættes udover den teoretiske læsning et betydeligt arbejde med øvelser samt med den afsluttende afløsningsopgave. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen.

e. Pensumopgivelser

Ca. 700 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-6, 10 og 13. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. § 9. Individuelt eller i grupper på maksimalt tre skal den studerende aflevere analyser og tekstvurderinger af 4 autentiske, selvvalgte virksomhedskommunikative tekster med til sammen minimum 120 sætninger samt en række visuelle elementer; derudover skal den studerende forbedre (dele af) teksterne og ud fra disciplinens teori- og metodegrundlag argumentere for forbedringerne.

Bedømmelse:	Bestået/ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator

Den studerende kan fravælge eksamensformen om undervisningsdeltagelse og vælge at gå til skriftlig eksamen i den eksamenstermin, hvor kurset afvikles. Får den studerende ikke bedømt undervisningsdeltagelsen til bestået, foregår reeksamen i form af en skriftlig eksamen. Eksamensbestemmelserne for den skriftlige eksamen er følgende:

Prøveform:	Bunden skriftlig prøve under tilsyn
Varighed:	5 timer
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler jf. §12
Computer:	Skal benyttes
Sprog:	Dansk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS

§ 18. Dansk Virksomhedskommunikation (Danish Business Communication)

Disciplinen Dansk Virksomhedskommunikation er delt i to delkurser, som har fælles eksamen.

Kursus A: Tekstforfatning (Copy Writing)

a. Undervisningens omfang

4 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- ud fra et grundigt kendskab til teksttyper i et situationstilpasset sprog og med anvendelse af relevante visuelle virkemidler kunne udarbejde alle typer af dansksprogede tekster, der kan indgå i en virksomheds kommunikation
- ud fra teori om det danske sprogs grammatik, leksik og semantik samt ud fra teori om visuel grammatik og semantik samt med inddragelse af teori om kommunikationsplanlægning kunne begrunde alle de valg, der ligger til grund for udarbejdelsen af en tekst.

c. Undervisningens indhold

Med udgangspunkt i en generel introduktion til tekstrelevante faktorer omkring teksten (afsenderkarakteristika, modtagerkarakteristika, kommunikationsmål og distribution) gives i undervisningen en detaljeret indføring i dansksproget tekstforfatning ud fra bl.a. det teori- og metodegrundlag, som er introduceret i Tekstbeskrivelse. Der arbejdes med en række centrale både digitale og printede kommunikations- og teksttyper inden for reklame (fx annoncer, brochurer, slogans, e-mails, tweets, Adwords, Facebook-opdateringer), journalistik (fx debatindlæg, pressemeddelelser, artikler) og faglig formidling (fx manualer, brugsanvisninger); i dette arbejde med teksttyper fokuseres primært på tekstprodukter, men også refleksioner over processen frem mod tekstprodukterne inddrages.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion, øvelser og workshops. 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. Undervisningen foregår hovedsageligt på dansk.

***Kursus B: Kommunikations- og Kampagneplanlægning
(Communication and Campaign Planning)***

a. Undervisningens omfang

4 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- have kendskab til forskellige metoder til planlægning af virksomheders kommunikation, herunder planlægning af større og sammenhængende kampagner
- selvstændigt og på et reflekteret videnskabeligt grundlag kunne planlægge løsningen af alle typer af virksomheders kommunikationsopgaver i alle typer af kommunikationssituationer, herunder gennemføre de empiriske undersøgelser og indsamle de data, der er relevante i forhold til at kunne planlægge løsningen af opgaven
- kunne foretage såvel skriftlige som mundtlige præsentationer af analyser og løsningsforslag.

c. Undervisnings indhold

I undervisningen gennemgås forskellige metoder til kommunikations- og kampagneplanlægning, herunder en detaljeret gennemgang af målgrupper, brancher og medier. Der introduceres til forskellige metoder til dataindsamling og empiriske undersøgelser (fx observation, spørgeskemaer og interviews). Endvidere gives en grundlæggende introduktion til projektledelse af kommunikationsopgaver og kampagner.

Som en central del af disciplinen skal de studerende som grundlag for løsning af en kommunikationsopgave gennemføre en empirisk baseret undersøgelse og analyse af fx en kundemålgruppe, en branche eller medarbejderne i en virksomhed samt den efterfølgende kommunikationsplanlægning. Se nærmere nedenfor under eksamensbestemmelser. En del af undervisningen konverteres til individuel vejledning på denne undersøgelse.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion, øvelser, workshops, e-læring, feltarbejde uden for universitetet samt individuel vejledning. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen. Undervisningen foregår på dansk.

Fælles for begge delkurser

e. Pensum

Ca. 2000 sider, som bredt skal dække begge delkurser.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 2. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt.

1-6, 8-11 og 13-14. Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Der afholdes to eksaminer:

(1) Kommunikations- og kampagneplanlægning: Rapport og fremlæggelse heraf i forbindelse med undervisningen

(2) Dansk virksomhedskommunikation: Bunden hjemmeopgave af 3 ugers varighed.

Rapport med fremlæggelse

I forbindelse med undervisningen i Kommunikations- og Kampagneplanlægning skal de studerende gennemføre en empirisk baseret undersøgelse og analyse af fx en kundemålgruppe, en branche eller medarbejderne i en virksomhed. Problemstillingen for undersøgelsen og analysen vælges af den studerende efter aftale med underviseren. Resultatet af undersøgelsen sammenfattes i en skriftlig rapport, som mundtligt skal fremlægges for og diskuteres med det øvrige hold. Bedømmelsen gives ud fra et helhedsindtryk af den skriftlige rapport, den mundtlige fremlæggelse og responsen på medstuderendes rapporter.

Prøveform:	Rapport + mundtlig fremlæggelse
Omfang:	12-15 sider pr. studerende
Sprog:	Dansk
Bidrag fra flere studerende:	Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/ ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS

Bunden hjemmeopgave

Dansk virksomhedskommunikation (Tekstforfatning og Kommunikations- og kampagneplanlægning) udprøves ved en bunden hjemmeopgave med en case omhandlende en kommunikationsopgave for en virksomhed, der skal løses.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 uger
Omfang:	25-30 sider pr. studerende
Sprog:	Dansk
Bidrag fra flere studerende:	Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

Specialiseringsfag i engelsk

§ 19. Engelsk Virksomhedskommunikation (English Business Communication)

a. Undervisningens omfang

4 timer pr. uge i gennemsnit i 1. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- kunne redegøre for, sammenligne, diskutere og kritisk vurdere forskellige videnskabs- og kommunikationsteoretiske samt metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til virksomheders interne og eksterne kommunikation på engelsk
- kunne identificere, analysere og kritisk diskutere de kommunikative problemstillinger i forhold til den globale organisation og dennes ageren i og med en dynamisk omverden.

c. Indhold

I undervisningen gennemgås forskellige teoretiske og metodiske forudsætninger at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til internationale organisationers kommunikation. Med udgangspunkt i en kort introduktion til almene kommunikationsmodeller vil der særligt være fokus på genrerne inden for pragmatik, retorik, metafor-teori, semiotik, genre-teori, narratologi og corporate storytelling.

Der vil i undervisningen yderligere lægges vægt på relationen mellem de ovennævnte genrer og den globale dimension af organisationers ageren i forhold til dem selv og deres omverden. Her vil de studerende blive introduceret til centrale temaer som fx. strategisk kommunikation, stakeholder-relationer, vidensdeling, formelle og uformelle netværk, multikulturelle medarbejdere, sprogvalg, kommunikationspolitikker etc.

Undervisningen vil undervejs inddrage og diskutere forskellige videnskabsteoretiske dimensioner herunder de forudsætninger, muligheder og begrænsninger som disse valg skaber for en senere brug af teori, metode samt analyse af internationale organisationers interne og eksterne kommunikation.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, studenteroplæg, diskussion, workshops og e-læring. Undervisningen er baseret på eksamensformen undervisningsdeltagelse og foregår på engelsk.

e. Pensumopgivelser

Ca. 1100 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-6 og 9-10. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke

kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser

Prøveform: Undervisningsdeltagelse, jf. §9
Censur: Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået
Vægtning: 10 ECTS

Den studerende kan fravælge eksamensformen om undervisningsdeltagelse og vælge at gå til skriftlig eksamen i den eksamenstermin, hvor kurset afvikles. Får den studerende ikke bedømt undervisningsdeltagelsen til bestået, foregår reeksamen også i form af en skriftlig eksamen.

Eksamensbestemmelserne for den skriftlige eksamen er følgende:

Prøveform: Bunden skriftlig prøve under tilsyn
Varighed: 5 timer
Hjælpemidler: Alle hjælpemidler jf. §12
Computer: Skal benyttes
Sprog: Engelsk
Censur: Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse: Bestået/ikke bestået
Vægtning: 10 ECTS

§ 20. Organisationskommunikation i Praksis (Analysing Organizational Communication)

a. Undervisningens omfang

5 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester. Vægtning 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- på baggrund af relevante teoretiske og metodiske tilgange kunne analysere og tage kritisk stilling til gennemgåede emner og være i stand til at tilrettelægge og gennemføre en empirisk undersøgelse, samt begrunde den valgte tilgang.

c. Indhold

Kurset giver et overblik over de forskellige skridt og overvejelser, som et empirisk studie af globaliserede organisationer involverer. I undervisningen introduceres emner som valg af teoretiske perspektiver, metode, data, analytiske tilgange og præsentationen af resultater. I faget arbejdes der med det kvalitative interview, deltagerobservation, dokumentindsamling og andre centrale temaer inden for kvalitative metode. Kurset trækker på emner gennemgået i Engelsk virksomhedskommunikation og fokuserer på relevante problemstillinger for forståelsen af sprog, kultur og kommunikation i organisationer, der opererer transnationalt eller på anden vis har et globaliseret islæt.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, diskussion, empirisk arbejde, workshops, individuel vejledning og e-læring. Kurset er opbygget som et empirisk forløb, og en væsentlig del af undervisningen afsættes til

individuel vejledning og workshops hvor problemstillinger, som dukker op i forbindelse med de studerendes projektarbejde behandles. Undervisningen foregår på engelsk.

e. Pensumopgivelser

Ca. 1200 sider

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 2. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 1-4, 5-10 og 12. Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Den studerende udarbejder en fri skriftlig hjemmeopgave. Emnet aftales med underviseren. Flere studerende kan bidrage til den samme opgave. Opgaven forsvares ved en individuel mundtlig eksamen, hvor den studerende indleder eksaminationen med et oplæg af maks. 15 minutters varighed, hvorefter opgaven og dens emne diskuteres i en dialog mellem eksaminator, censor og den studerende. De generelle pensumopgivelser inddrages i denne dialog.

Prøveform: Fri hjemmeopgave med mundtligt forsvar

Den skriftlige opgave:

Omfang: 20-25 sider for en studerende

Bidrag fra

flere studerende: Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven

Sprog: Engelsk

Det mundtlige forsvar:

Gruppeprøve mulig: Ja, maksimalt 3 deltagere, jf. ovenstående

Varighed: 40 minutter pr. studerende inkl. censor

Forberedelse: Ingen

Sprog: Engelsk

Censur: Ekstern prøve

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 10 ECTS

**§ 21. Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation
(Strategic Writing and Communication)**

a. Undervisningens omfang

3 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester. Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- kunne planlægge og udføre konkrete virksomhedskommunikative kommunikationsopgaver på specialiseringssproget under hensyntagen til sproglig korrekthed samt genrebevidsthed.

c. Indhold

Undervisningen har fokus på at styrke de studerendes kompetence til at formulere sig skriftligt på specialiseringssproget og 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.

d. Undervisning og arbejdsformer

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

e. Pensumopgivelser

Ca. 800 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på kandidatuddannelsens 2. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 1, særligt pkt. 2-6, 10-11 og 14. Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Omfang:	12-15 sider pr. studerende
Sprog:	Engelsk
Bidrag fra flere studerende:	Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

Valgfag

§ 22. Valgfag (Electives)

Den studerende skal have 30 ECTS valgfag. Valgfagene er normalt placeret på uddannelsens 3. semester.

Formålet med valgfagene er, at den 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 formålet for kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation.

Valgfag kan have følgende former:

- Valgfag, der er udbudt af Studienævn for International Virksomhedskommunikation
- Åbne fag, der er udbudt under Det Humanistiske Fakultet, og som er godkendt af studienævnet
- Fag, der er udbudt under et andet fakultet på Syddansk Universitet eller på en anden højere læreanstalt 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.§10. Et projektorienteret forløb (praktikforløb) meritoverføres med 20 ECTS
- Ophold på et udenlandsk universitet, hvorfra relevante beståede fag kan meritoverføres
- Selvstuderet emne. Målbeskrivelse, indhold, foreløbig litteraturliste på min. 800 siders litteratur og eksamensbestemmelser anbefalet af en vejleder blandt uddannelsens videnskabelige personale skal godkendes af studienævnet, inden emnet kan påbegyndes

Antal timer, målbeskrivelser, indhold, undervisnings- og arbejdsformer, bedømmelseskriterier og eksamensbestemmelser afhænger af det valgte fag, men der skal altid foreligge en beskrivelse med disse informationer, for at studienævnet kan godkende valgfaget.

Bemærk, at minimum et valgfag á 10 ECTS skal bedømmes med 7-trinsskala.

Elitemodul

§ 23. Elitemodul: Forskning i Virksomhedskommunikation (Elite module: Research in Business Communication)

Formålet med elitemodulet er at fremme forskning og udvikling i danske virksomheder ved at uddanne dygtige kandidater med særlig indsigt i de erhvervsmæssige aspekter af forskning og udvikling inden for virksomhedskommunikationsfaget og at opbygge personlige netværk til udveksling af viden mellem virksomheder og universitet.

Den studerende på elitemodulet tilknyttes både til et relevant forskningsmiljø på universitetet og en virksomhed og skal gennemføre et mindre forskningsprojekt. Den studerendes arbejdstid fordeles ligeligt mellem universitet og virksomhed.

På universitetet skal den studerende:

- deltage i undervisning, der har form som særlige forskningsseminarer for elitestuderende
- deltage i relevante møder og aktiviteter i det forskningsmiljø, den studerende tilknyttes
- modtage individuel vejledning fra en forsker

I virksomheden skal den studerende:

- arbejde med et mindre forskningsprojekt, som er aftalt mellem den studerende, virksomhed og universitet
- indgå i arbejdet i virksomhedens kommunikationsafdeling, HR-afdeling eller lignende
- modtage individuel vejledning fra en virksomhedsvejleder

Studerende fra kandidatuddannelsen i International Virksomhedskommunikation samt studerende, der på Syddansk Universitet eller et andet universitet læser en kandidatuddannelse inden for følgende fagområder: kommunikation, sprog, medier, journalistik, marketing, organisation, ledelse og human resource management, kan optages på elitemodulet. Studerende, der kommer fra en anden uddannelse end International Virksomhedskommunikation, skal have en forhåndsgodkendelse fra eget studienævn for at kunne få merit for elitemodulet.

For at søge ind på elitemodulet skal den studerende som hovedregel have gennemført 1. semester af sin kandidatuddannelse på normeret tid og ikke fået karakterer under 7. For at komme i betragtning til elitemodulet skal den studerende aflevere en ansøgning med en foreløbig projektbeskrivelse. Studienævnet fastsætter og informerer om ansøgningsfristen.

a. Undervisningens omfang

8 heldags forskningsseminarer, som er fælles for alle studerende på elitemodulet, samt deltagelse i relevante møder, seminarer og øvrige aktiviteter i det forskningsmiljø, som den studerende tilknyttes.

Vægtning: 30 ECTS

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal:

- kunne afgrænse og definere et forskningsprojekt inden for virksomhedskommunikationsfaget

- kunne udvælge, indsamle, analysere og vurdere relevante data på et solidt videnskabeligt niveau
- kunne udvælge, anvende, diskutere og vurdere den for emnet relevante internationale forskningslitteratur
- kunne diskutere komplekse videnskabelige problemstillinger inden for faget og også kunne belyse disse i et videnskabsteoretisk perspektiv
- demonstrere solid anvendelse af fagets teorier og metoder
- kunne udarbejde løsningsforslag på det opstillede faglige problem på grundlag af en videnskabelig undersøgelse og analyse
- kunne håndtere samarbejde mellem universitetet og en virksomhed og gennemføre forskningsprojektet i et godt samarbejde med en virksomhed
- skriftligt og mundtligt kunne præsentere resultatet af sit arbejde på en måde, der demonstrerer overbevisende beherskelse af den akademiske formidlingsform, herunder krav til struktur, argumentation, begrebsbrug og dokumentation
- skriftligt og mundtligt kunne formulere sig i et nuanceret, korrekt og flydende sprog
- kunne lægge op til en kritisk faglig dialog om eget arbejde samt kunne indgå i en denne

c. Indhold

Forskningsseminarerne vil rumme en uddybende indføring i videnskabelig arbejdsmetode og vil bl.a. omfatte emner som udarbejdelse af projektplan, projektstyring, udvidet videnskabsteori set i relation til virksomhedskommunikationsfaget, metoder til dataindsamling og dataanalyse samt skriftlig og mundtlig forskningsformidling.

Forskningsseminarerne vil endvidere behandle udvalgte faglige emner i forhold til de konkrete forskningsprojekter, der arbejdes med hos holdets deltagere.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Forelæsninger, workshops, deltagerpræsentationer og diskussioner. Der kræves en betydelig aktivitet fra deltagerens side, og det kræves, at deltagerne fremlægger dele af deres arbejde til faglig diskussion.

e. Pensumopgivelser

Ca. 2500 sider.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på elitemodulet på kandidatuddannelsens 3. semester lægges vægt på, i hvilket omfang den studerende lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som er beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser

Den studerende gennemfører et forskningsprojekt inden for virksomhedskommunikationsfaget i samarbejde med en virksomhed. Efter aflevering af det skriftlige projekt forsvares dette ved en mundtlig eksamen, hvor den studerende indleder eksaminationen med et oplæg af maks. 15 minutters varighed efterfulgt af en faglig dialog mellem eksaminator, censor og den studerende. I den faglige dialog inddrages såvel den studerendes projekt som de almene pensumopgivelser. Efter det mundtlige forsvar gives én karakter ud fra et helhedsindtryk.

Prøveform: Projekt med mundtligt forsvar.

Det skriftlige projekt:

Det skriftlige projekts
omfang:

40 – 50 sider pr. studerende

Resumé:

2 – 3 sider

Bidrag fra flere
studerende:

Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af projektet, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af projektet.

Sprog:

Valgfrit efter aftale med vejlederen. Er projektet affattet på dansk, skal resumeet være på et fremmedsprog. Er projektet affattet på et fremmedsprog, skal resumeet være på dansk.

Det mundtlige forsvar:

Gruppeprøve mulig:

Ja, maksimalt 3 deltagere, jf. ovenstående

Varighed:

60 minutter pr. studerende inkl. censur

Forberedelse:

Ingen

Sprog:

Normalt samme sprog som det skriftlige projekt

Censur:

Ekstern prøve

Bedømmelse:

7-trinsskala

Vægtning:

30 ECTS

Kandidatspeciale

§ 24. Speciale

(Thesis)

a. Omfang

Specialet udarbejdes i uddannelsens 4. semester. Vægtning: 30 ECTS.

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal

- dokumentere dybdegående at kunne behandle et afgrænset fagligt emne inden for uddannelsens fagområde at ved hjælp af videnskabelige teorier og metoder.

c. Arbejdsform

Den studerende vælger selv emne for specialet, der udarbejdes under individuel vejledning af en vejleder blandt uddannelsens videnskabelige personale. Emnets afgrænsning og problemformulering aftales mellem de studerende og vejlederen. Ved starten af specialeforløbet skal den studerende aflevere en specialekontrakt til Studienævn for International Virksomhedskommunikation. Fra den dato, der er anført på specialekontrakten, har den studerede en frist på 6 måneder til aflevering af specialet. Studienævnet kan i særlige tilfælde og efter begrundet ansøgning forlænge denne frist.

d. Bedømmelseskriterier

Karakteren gives ud fra, i hvilken grad, den studerende dels opfylder ovennævnte målbeskrivelser, dels behersker de generelle kompetencer, beskrevet i § 1. Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

e. Eksamensbestemmelser

Efter aflevering af det skriftlige speciale forsvares specialet ved et mundtligt forsvar, hvor den studerende indleder eksaminationen med et oplæg af maks. 15 minutters varighed efterfulgt af

en faglig dialog mellem eksaminator, censor og den studerende om specialet. Det mundtlige forsvar skal senest finde sted 2 måneder efter afleveringen af specialet, dog senest 3 måneder efter, hvis månederne juli og august indgår i perioden mellem aflevering og forsvar.

Prøveform: Kandidatspeciale med mundtligt forsvar

Det skriftlige speciale

Omfang: 60-100 sider pr. studerende

Resumé: 2-3 sider

Bidrag fra

flere studerende: Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven

Sprog: Valgfrit efter aftale med vejlederen. Er specialet forfattet på dansk, skal resumeet være på engelsk eller et andet specialiseringssprog efter aftale med vejlederen. Er specialet affattet på et specialiseringssprog, skal resumeet være på dansk.

Det mundtlige forsvar:

Gruppeprøve mulig: Ja, maksimalt 3 deltagere, jf. ovenstående

Varighed: 60 minutter pr. studerende inkl. censor

Forberedelse: Ingen

Sprog: Normalt samme sprog som det skriftlige speciale

Censur: Ekstern prøve

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 30 ECTS

Der henvises endvidere til fællesbestemmelserne.

III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser

Nærværende reviderede studieordning er udarbejdet i henhold til bekendtgørelse nr. nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne og har virkning for studerende immatrikuleret 1. september 2014 eller senere.

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.

Der afholdes sidste gang eksaminer efter 2011-studieordningen ved sommereksamen 2016.

Overgangsbestemmelser:

2011 Studieordning	2014 Studieordningen
Organisation og Kulturanalyse	Organisation og Kulturanalyse
Corporate Communication	Corporate Communication
Kommunikation i en globaliseret verden	Kommunikation i en globaliseret verden
Dansk Sprogbeskrivelse og Tekstvurdering	Multimodal Tekstanalyse og - vurdering
Dansk Virksomhedskommunikation	Dansk Virksomhedskommunikation
Engelsk Virksomhedskommunikation	Engelsk Virksomhedskommunikation
Organisationskommunikation i Praksis	Organisationskommunikation i Praksis
Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation	Strategisk Tekstproduktion og Kommunikation

Indstillet til godkendelse af Studienævn for International Virksomhedskommunikation 20. februar 2014.

Godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 11. august 2014.

Bilag 1 Kompetenceskema

Kvalifikationsrammen for videregående uddannelser	Uddannelsens kompetencemål som fastsat i studieordning for kandidatuddannelsen i <u>International Virksomhedskommunikation</u>	De enkelte fagelementers læringsmål
Viden:		
Skal have forskningsbaseret viden om teori, metode og praksis inden for et eller flere fagområder	<p>Efter endt kandidatuddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om:</p> <p>videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver</p> <p>viden om kulturen inden for det valgte sprogområde</p>	§14 - §24
Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis	<p>Dimittenden skal:</p> <p><i>1. Kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau</i></p> <p>viden om hvordan forskellige typer af organisationer fungerer, herunder et overordnet branchekendskab</p> <p>viden om funktionelt orienterede sprog- og kommunikationsteorier, som inddrager både grammatik, semantik og pragmatik</p>	§14, §17, §18, §19, §20
Skal kunne anvende et eller flere fagområders videnskabelige metoder og redskaber samt kunne anvende generelle færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for fagområdet/erne	<p>Dimittenden skal:</p> <p><i>2. Kunne systematisere kompleks viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet</i></p> <p><i>3. Have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse</i></p> <p><i>4. Kunne argumentere på et grundlæggende videnskabeligt niveau</i></p> <p><i>5. Tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp</i></p>	§14, §15, §16, §17, §18, §19, §20, §21, § 22, §23, §24

	<p><i>af referencer, noter og bibliografi</i></p> <p><i>6. Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling</i></p> <p><i>7. Kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog</i></p> <p>anvende videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver</p>	
<p>Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrundede og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p><i>8. Kunne undersøge, analysere og løse faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt relatere dette til aktuel forskning</i></p> <p>tilrettelægge og skrive virksomhedskommunikative tekster på det valgte sprog</p> <p>analysere den virksomhedsinterne kontekst, som kommunikationen skal fungere i</p> <p>deltage i planlægning og gennemførelse af organisationsudvikling på både organisations-, gruppe- og individniveau</p> <p>analysere den virksomhedseksterne kontekst (både i forhold til forskellige markeder og samfundet generelt), som kommunikationen skal fungere i</p>	<p>§14, §15, §18, §20, §21</p>
<p>Skal kunne formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller til både fagfæller og ikke-specialister</p>	<p>Dimittenden skal :</p> <p><i>9. Kunne indgå i en dialog på et fagligt grundlag</i></p> <p><i>10. Anvende et sprog - skriftligt og/eller mundtligt - der er emneorienteret, præcist og korrekt</i></p> <p><i>11. Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller, således at det bliver relevant og forståeligt for for-</i></p>	<p>§14, §15, §16, §17, §18, §19, §20, §21, § 22, §23, §24</p>

	<p><i>skellige målgrupper</i></p> <p><i>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt</i></p> <p>bruge viden om kulturen inden for det valgte sprogområde i løsningen af specifikke kommunikationsopgaver</p> <p>analysere den internationale kontekst, som påvirker virksomhedens kommunikation, herunder kunne identificere og analysere relevante globale aspekter, som har betydning for virksomhedens kommunikation</p> <p>indsamle såvel teoretisk som empirisk viden samt kritisk kunne vurdere og sortere den indsamlede viden for at kunne anvende denne formålsbestemt beherske en generel forretningsforståelse, herunder erfaringer med de økonomiske og organisatoriske rammer, som forskellige typer af virksomheder fungerer på grundlag af</p> <p>skriftligt og mundtligt formidle ethvert budskab nuanceret og formålsbestemt samt kunne præsentere analyser og løsningsforslag for relevante beslutningstagere</p>	
<p>Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdsammenhænge</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p><i>13. Kunne fokusere og skabe sammenhæng i løsning af opgaver</i></p> <p><i>14. Kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer og kunne indgå i et samarbejde, herunder at kunne modtage og give konstruktiv kritik</i></p> <p><i>15. Kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur</i></p>	<p>§14, §15, §16, §17, §18, §21, §22, §23</p>

	<p><i>samt dokumentere denne</i></p> <p>styre komplekse arbejds- og udviklingsituationer</p>	
<p>Skal selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p><i>16. Kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia</i></p> <p>selvstændigt igangsætte og gennemføre tværfagligt samarbejde og påtage sig professionelt ansvar</p>	<p>§23, §24</p>
<p>Skal kunne identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer</p>	<p>selvstændigt tage ansvar for egen faglige udvikling og specialisering</p>	<p>§22, §23, §24</p>

Almen del

V. Fællesbestemmelser for de humanistiske studier ved Syddansk Universitet

Findes på Fakultetssekretariatets hjemmeside under:

www.sdu.dk/hum/faellesbestemmelser

Revideret af dekanen den 25. oktober 2012

Om dispensation fra regler i studieordningen

Universitetet kan, når det er begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af universitetet (jf. § 30, stk. 6 i Bekendtgørelse om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne).