

SYDDANSK UNIVERSITET

Studieordning for

**BA i International Virksomhedskommunikation
SLAGELSE**

Studiestart 2014

Det Humanistiske Fakultet

Indholdsfortegnelse

| | |
|---|----|
| Faglig del | 3 |
| I. Bestemmelser for bacheloruddannelsen i International Virksomheds- kommunikation | 3 |
| Mål og forudsætninger: | 3 |
| Undervisnings- og eksamensoversigt: | 15 |
| Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget:..... | 23 |
| II. Beskrivelse af bacheloruddannelsens discipliner | 27 |
| Fællesfag | 27 |
| Engelsk | 35 |
| Kommunikation..... | 51 |
| International Marketing..... | 64 |
| Digital Markedskommunikation | 78 |
| Valgfag | 86 |
| Bachelorprojekt | 87 |
| III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser | 89 |
| Almen del | 91 |
| IV. Fællesbestemmelser for de humanistiske uddannelser ved Syddansk Universitet | 91 |

Faglig del

I. Bestemmelser for bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation

I henhold til bekendtgørelse nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne udbydes Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation på Syddansk Universitet i Slagelse.

Mål og forudsætninger:

§ 1. Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation

Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation er et fuldtidsstudium, der udgør 180 ECTS, og giver den studerende en erhvervskompetence som bachelor (BA) og en faglig kompetence, der giver ret til at søge ind på en kandidatuddannelse.

Uddannelsen hører under studienævnet for International virksomhedskommunikation og er knyttet til censor-korpset for Erhvervsprog.

§ 2. Kompetencebeskrivelse

Formålet med bacheloruddannelsen er dels at give den studerende en grundlæggende og målrettet erhvervs-kompetence til som bachelor at løse kommunikationsopgaver på dansk og engelsk i alle typer af virksomheder, dels at give den studerende faglige kompetencer til at studere videre på en kandidatuddannelse.

Uddannelsens kompetencemål opdeles i generelle og fagspecifikke kompetencemål. De generelle kompetencemål er de overordnede kompetencemål dimittenden har efter afslutning af uddannelsen, mens de fagspecifikke kompetencemål relaterer sig til uddannelsens kernefaglighed. Iht. "Ny dansk kvalifikationsramme for videregående uddannelse" opdeles kompetencemål i viden, færdigheder og kompetencer:

Generelle kompetencemål

Dimittenden skal:

- kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau
- kunne undersøge, analysere og løse faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt relatere dette til aktuel forskning
- kunne systematisere kompleks viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet
- have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse
- kunne argumentere på et grundlæggende videnskabeligt grundlag
- kunne indgå i en dialog på et fagligt grundlag
- have et klart fokus og sammenhæng i løsning af opgaver
- tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi
- anvende et sprog – skriftligt og/eller mundtligt – der er emneorienteret, præcist og korrekt
- formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller, således at det bliver relevant og forståeligt for forskellige målgrupper
- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer og kunne indgå i et samarbejde, herunder at kunne modtage og give konstruktiv kritik

- kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia
- anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling
- kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog
- kunne formulere sig nuanceret korrekt om faglige emner
- kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrundede anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne.

Fagspecifikke kompetencemål

Viden

Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om:

- engelsk og dansk samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsforhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold
- organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i de valgte sprogområder samt i Danmark
- forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation samt teorier og metoder til at analysere forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver
- videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og engelsk

Færdigheder

Efter endt BA-uddannelse kan den studerende:

- analysere organisationers kommunikation på dansk og engelsk
- udtrykke sig korrekt på dansk og engelsk om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt
- oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og engelsk
- tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og et fremmedsprog
- formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt
- formulere og afgrænse en forretnings- eller projekt idé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen

Kompetencer

Efter endt uddannelse kan den studerende:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studie sammenhænge, herunder
- bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og engelsk i alle typer af virksomheder
- beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder
- vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel opgave
- Selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder
- Selvstændigt tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt
- Selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til profession, herunder

- På grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet

Konkrete mål for fagblokken **Kommunikation**:

Færdigheder

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- varetage kommunikations- og formidlingsopgaver
- rådgive kolleger i kommunikative og sproglige sammenhænge

Kompetencer

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- indgå i innovations- og læreprocesser i virksomheder og organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og videnssamfund.
- indgå i planlægning og udførelse af intern og ekstern kommunikation på strategisk, taktisk og operationelt niveau, herunder til at kunne formulere sig levende, klart og overbevisende i skrift og tale,
- bidrage til kvalitetssikring af organisationens kommunikation

Konkrete mål for fagblokken **International Marketing**:

Viden

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- forstå og redegøre for international marketing, herunder forstå hele virksomhedens funktion og sammenhæng
- demonstrere en grundlæggende økonomiforståelse

Færdigheder

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- analysere virksomheders marketingbehov
- beherske basal erhvervsøkonomisk metode

Kompetencer

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- deltage i virksomhedens markedsføring og planlægning heraf

Konkrete mål for fagblokken **Digital Markedskommunikation**:

Viden

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- forstå og redegøre for international marketing, herunder kulturens indflydelse på markedskommunikationen

Færdigheder

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- varetage kommunikations- og formidlingsopgaver ved hjælp af digitale teknologier
- analysere virksomheders marketingbehov

Kompetencer

Den studerende skal efter endt uddannelse kunne

- indgå i innovations- og læreprocesser i virksomheder og organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og videnssamfund.
- indgå i planlægning og udførelse af intern og ekstern kommunikation på strategisk, taktisk

- og operationelt niveau
- bidrage til kvalitetssikring af organisationens kommunikation
- deltage i virksomhedens markedsføring og planlægning heraf

Dette skal sætte de studerende i stand til at udføre selvstændig sagsbehandling i forbindelse med funktioner i tilknytning til virksomhedens internationale relationer. Herunder sigtes især på varetagelse af funktioner i relation til virksomhedens internationale kunder, leverandører og samarbejdspartnere.

§ 3. Beskæftigelsesprofil

Bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation i engelsk og kommunikation

En bachelor i International Virksomhedskommunikation i engelsk og kommunikation har en målrettet erhvervs-kompetence til skriftligt og mundtligt at løse sprog- og kommunikationsopgaver på engelsk og dansk i alle typer af både private og offentlige organisationer, herunder oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt. Bacheloren kan anvende viden om nyere historie, samfundsforhold, politik, økonomi, kultur og markedsforhold i engelsktalende lande til at sikre den bedst mulige kommunikation med virksomheder i disse lande.

Bacheloren har en særlig viden om alle typer af kommunikation, både intern og ekstern, og om kommunikationsplanlægning både i organisationer og virksomheder. Bacheloren har endvidere erhvervet sig en grundlæggende indsigt i organisation, markedsføring og kommunikation, og kan bruge denne viden til løsning af kommunikationsopgaver.

BA degree in International Business Communication in English and Communication

BA graduates in International Business Communication in English and Communication have acquired a business competence focused on carrying out language and communication tasks in English and Danish orally and in writing for all types of concern, both private and public, including the ability to translate from Danish to English and vice versa. Graduates can apply a knowledge of modern history, social relations, politics, economics, culture and market conditions in English-speaking countries in order to ensure the optimal communication with business concerns in these countries.

Graduates have specialist knowledge of all forms of communication, both internal and external, and of communication planning both in organisations and in business. Graduates have also acquired a fundamental understanding of organisation, marketing and communication and can use this knowledge in solving communication tasks.

Bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation i engelsk og international marketing

En bachelor i International Virksomhedskommunikation i engelsk og international marketing har en målrettet erhvervs-kompetence til skriftligt og mundtligt at løse sprog- og kommunikationsopgaver på engelsk og dansk i alle typer af både private og offentlige organisationer, herunder oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt. Bacheloren kan anvende viden om nyere historie, samfundsforhold, politik, økonomi, kultur og markedsforhold i engelsktalende lande til at sikre den bedst mulige kommunikation med virksomheder i disse lande.

Bacheloren har en særlig viden om markedsføring både nationalt og internationalt samt om erhvervs- og samfundsøkonomiske forhold. Bacheloren har endvidere erhvervet sig en grundlæggende indsigt i organisation og kommunikation, og kan bruge denne viden til løsning af kommunikations- og markedsføringsopgaver.

BA degree in International Business Communication in English and International Marketing

BA graduates in International Business Communication in English and International Marketing have acquired a business competence focused on carrying out language and communication tasks in English and Danish orally and in writing for all types of concern, both private and public, including the ability to translate from Danish to

English and vice versa. Graduates can apply a knowledge of modern history, social relations, politics, economics, culture and market conditions in English-speaking countries in order to ensure the optimal communication with business concerns in these countries.

Graduates have specialist knowledge of marketing both nationally and internationally and of matters relating to commerce and social economics. Graduates have also acquired a fundamental understanding of organization and communication and can use this knowledge in solving communication and marketing tasks.

Bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation i engelsk og digital markeds kommunikation

En bachelor i International Virksomhedskommunikation i engelsk og digital markeds kommunikation har en målrettet erhvervskompetence til skriftligt og mundtligt at løse sprog- og kommunikationsopgaver på engelsk og dansk i alle typer af både private og offentlige organisationer ved hjælp af digitale teknologier, herunder oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt. Bacheloren kan anvende viden om nyere historie, samfundsforhold, politik, økonomi, kultur og markedsforhold i engelsktalende lande til at sikre den bedst mulige kommunikation med virksomheder i disse lande.

Bacheloren har en særlig viden om digitale former for markeds kommunikation både nationalt og internationalt samt om erhvervs- og samfundsøkonomiske forhold. Bacheloren har endvidere erhvervet sig en grundlæggende indsigt i brugen af digitale medier i relation til organisationens kommunikation, og kan bruge denne viden til løsning af kommunikations- og markedsføringsopgaver.

BA degree in International Business Communication in English and Digital Marketing Communication

BA graduates in International Business Communication in English and Digital Marketing Communication have acquired a business competence focused on carrying out language and communication tasks in English and Danish orally and in writing for all types of concern, both private and public, using digital technologies and including the ability to translate from Danish to English and vice versa. Graduates can apply a knowledge of modern history, social relations, politics, economics, culture and market conditions in English-speaking countries in order to ensure optimal communication with business concerns in these countries.

Graduates have specialist knowledge of digital forms of market communication both nationally and internationally and of matters relating to commerce and social economics. Graduates have also acquired a fundamental understanding of the use of digital media in relation to communication within an organization and can use this knowledge in solving communication and marketing tasks.

§ 4. Titel

En bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation (180 ECTS) giver ret til betegnelsen

Bachelor (BA) i international virksomhedskommunikation i engelsk og kommunikation.

Bachelor of Arts (BA) in International Business Communication in English and Communication.

Bachelor (BA) i international virksomhedskommunikation i engelsk og international marketing.

Bachelor of Arts (BA) in International Business Communication in English and International Marketing.

Bachelor (BA) i international virksomhedskommunikation i engelsk og digital markeds kommunikation.

Bachelor of Arts (BA) in International Business Communication in English and Digital Market Communication.

§ 5. Faglig progression og sammenhæng

Der kan vælges mellem følgende kombinationer:

- Engelsk og International marketing
- Engelsk og Kommunikation
- Engelsk og Digital markedskommunikation

Engelsk og kommunikation:

Bacheloruddannelsen består af:

| | |
|--------------------------------|-----------|
| Konstituerende fagelementer på | 135 ECTS: |
| Fagblok I: Engelsk | 60 ECTS |
| Fagblok II: Kommunikation | 60 ECTS |
| Bachelorprojekt | 15 ECTS |
| samt | |
| Fællesfag | 25 ECTS |
| Valgfag | 20 ECTS |
| I alt | 180 ECTS |

Engelsk og international marketing:

Bacheloruddannelsen består af:

| | |
|--|-----------|
| Konstituerende fagelementer på | 135 ECTS: |
| Fagblok I: Engelsk | 60 ECTS |
| Fagblok II: International marketing | 60 ECTS |
| Bachelorprojekt | 15 ECTS |
| samt | |
| Fællesfag | 25 ECTS |
| Valgfag | 20 ECTS |
| I alt | 180 ECTS |

Engelsk og digital markedskommunikation

Bacheloruddannelsen består af:

| | |
|---|-----------|
| Konstituerende fagelementer på | 135 ECTS: |
| Fagblok I: Engelsk | 60 ECTS |
| Fagblok II: Digital Markedskommunikation | 60 ECTS |
| Bachelorprojekt | 15 ECTS |
| samt | |
| Fællesfag | 25 ECTS |
| Valgfag | 20 ECTS |
| I alt | 180 ECTS |

Adgangskrav til Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation er de områdespecifikke adgangskrav for humanistiske uddannelser på universiteterne: Dansk A, Historie B eller Idehistorie B eller Samfundsfag B eller Samtidshistorie B samt Engelsk A

Undervisningen på uddannelsens første to semestre er i stort omfang lagt an på at skabe kontinuitet i forhold til de sproglige kompetencer, som den studerende måtte have tilegnet sig fra de gymnasiale uddannelser.

Særligt fokuseres der i starten på at bibringe den studerende færdigheder og kompetencer inden for dansk og engelsk sprog, hvor disciplinerne dansk sprog og grammatik, samt engelsk grammatik, pronunciation og mundtlig sprogfærdighed tager udgangspunkt i at videreudvikle den studerendes adgangsgivende kompetencer.

Endvidere introducerer faget Kommunikations- og videnskabsteori de studerende til centrale videnskabsteoretiske positioner, der knytter an til den elementære videnskabsteori og metodelære som med gymnasireformen indgår i de gymnasiale uddannelser, men derudover sigter disciplinen mod at sætte de studerende i stand til at reflektere mere selvstændigt og kritisk over forholdet mellem de enkelte videnskabers metode, videnskabsteoretiske positioner og argumenter.

Der lægges særligt vægt på sprog- og kommunikationsteorier som i tredje semester suppleres med en grundlæggende indføring i organisationsteori, hvor forholdet mellem kommunikation og organisation belyses.

Undervisningen i uddannelsens første semestre tager udgangspunkt i velkendte læringsformer fra gymnasiet, som forelæsninger, faste afleveringsopgaver, porteføljeafleveringer, øvelsesgennemgang, holddiskussioner og workshops. Ved uddannelsens start etableres studiegrupper, som sædvanligvis varer hele studietiden ud..

Disciplinerne på de første semestre sikrer, at de studerende har et fælles udgangsniveau og dermed viden om forholdet mellem sprog, kommunikation og organisationers forhold.

Uddannelsens faglige progression fremgår af nedenstående oversigt. Ens farve angiver, at der er progression disciplinerne imellem. Undtaget er valgfag

Progression for IVK/Engelsk og kommunikation

| | | | | | | | |
|---------|--|--|---|----------------------------|--|-----------------------------|-----------------------|
| 6. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 15 ECTS | | | 8 t/u + BA projekt |
| | Valgfag | Strategisk ledelses- kommunikation | Organisational Communication 2 | Bachelorprojekt | | | 30 ECTS |
| 5. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Valgfag | Valgfag | Organisational Communication 1 | Language and Globalization | Kultur, komm- unikation og fora. i organistioner | Valgfag | |
| 4. sem. | 4 t/u 10 ECTS | | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 4 t/u 10 ECTS | | 12 t/u 30 ECTS |
| | Visuel analyse og design | | Intercultural Mar- ket Communication | Language and Culture UK | Innovation, projektledelse og teamsamarbejde | | |
| 3. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 2 | Organisationsteori | Business Writing | Language and Culture US | Kommunikations- planlægning | Branding | |
| 2. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 1 | Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2 | English Gramma 2 | Oral Proficiency | Eng. Text Ana. and Text Pro. 2 | Markedssemio- tik | |
| 1. sem. | 3 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 1 t/u 0 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 14 t/u 30 ECTS |
| | Digital kommunikation | Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 | English Gramma 1 | Pronunciation | Eng. Text Ana. and Text Pro. 1 | Dansk sprog og grammatik | Tale og tekst |

Progression for IVK/Engelsk og International marketing

| | | | | | | | |
|---------|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| 6. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 15 ECTS | | | 8 t/u + BA projekt 30 ECTS |
| | Erhvervsret | Kultur og landestudier | Organisational Communication 2 | Bachelorprojekt | | | |
| 5. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 4 t/u 10 ECTS | | 12 t/u 30 ECTS |
| | Valgfag | Valgfag | Organisational Communication 1 | Language and Globalization | Marketingprojekt | | |
| 4. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Valgfag | Valgfag | Intercultural Market Communication | Language and Culture UK | Videregående organisations teori | Erhvervsøkonomi | |
| 3. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 2 | Organisationsteori | Business Writing | Language and Culture US | Internationaliseringsstrategier | Samfundsøkonomi 2 | |
| 2. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 1 | Købsadfærd | English Gramma 2 | Oral Proficiency | Eng. Text Ana. and Text Pro. 2 | Markedsførings planlægning | |
| 1. sem. | 3 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 1 t/u 0 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 14 t/u 30 ECTS |
| | Digital kommunikation | Markeds- og brancheanalyse | English Gramma 1 | Pronunciation | Eng. Text Ana. and Text Pro. 1 | Dansk sprog og grammatik | |

Progression for IVK/Engelsk og Digital markeds-kommunikation

| | | | | | | | |
|---------|--|-----------------------------------|---|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 6. sem. | 4 t/u 10 ECTS | | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 15 ECTS | | | 8 t/u + BA projekt 30 ECTS |
| | Multimodal tekstproduktion | | Organisational Communication 2 | Bachelorprojekt | | | |
| 5. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 4 t/u 10 ECTS | | 12 t/u 30 ECTS |
| | Valgfag | Valgfag | Organisational Communication 1 | Language and Globalization | Digital projektstyring | | |
| 4. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 4 + 2 t/u 10 ECTS | | 12 +2 t/u 30 ECTS |
| | Valgfag | Valgfag | Intercultural Mar- ket Communication | Language and Culture UK | Interaktions- og interfacedesign | | |
| 3. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 4 t/u 10 ECTS | | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 2 | Organisationsteori | Business Writing | Language and Culture US | Visuel analyse og design | | |
| 2. sem. | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 12 t/u 30 ECTS |
| | Kommunikations og videnskabsteori 1 | Markedssemiotik | English Gramma 2 | Oral Proficiency | | Eng. Text Ana. and Text Pro. 2 | |
| 1. sem. | 3 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 1 t/u 0 ECTS | 2 t/u 5 ECTS | 14 t/u 30 ECTS |
| | Digital kommunikation | Digital markeds- kommunikation | English Gramma 1 | Pronunciation | Eng. Text Ana. and Text Pro. 1 | Dansk sprog og grammatik | |

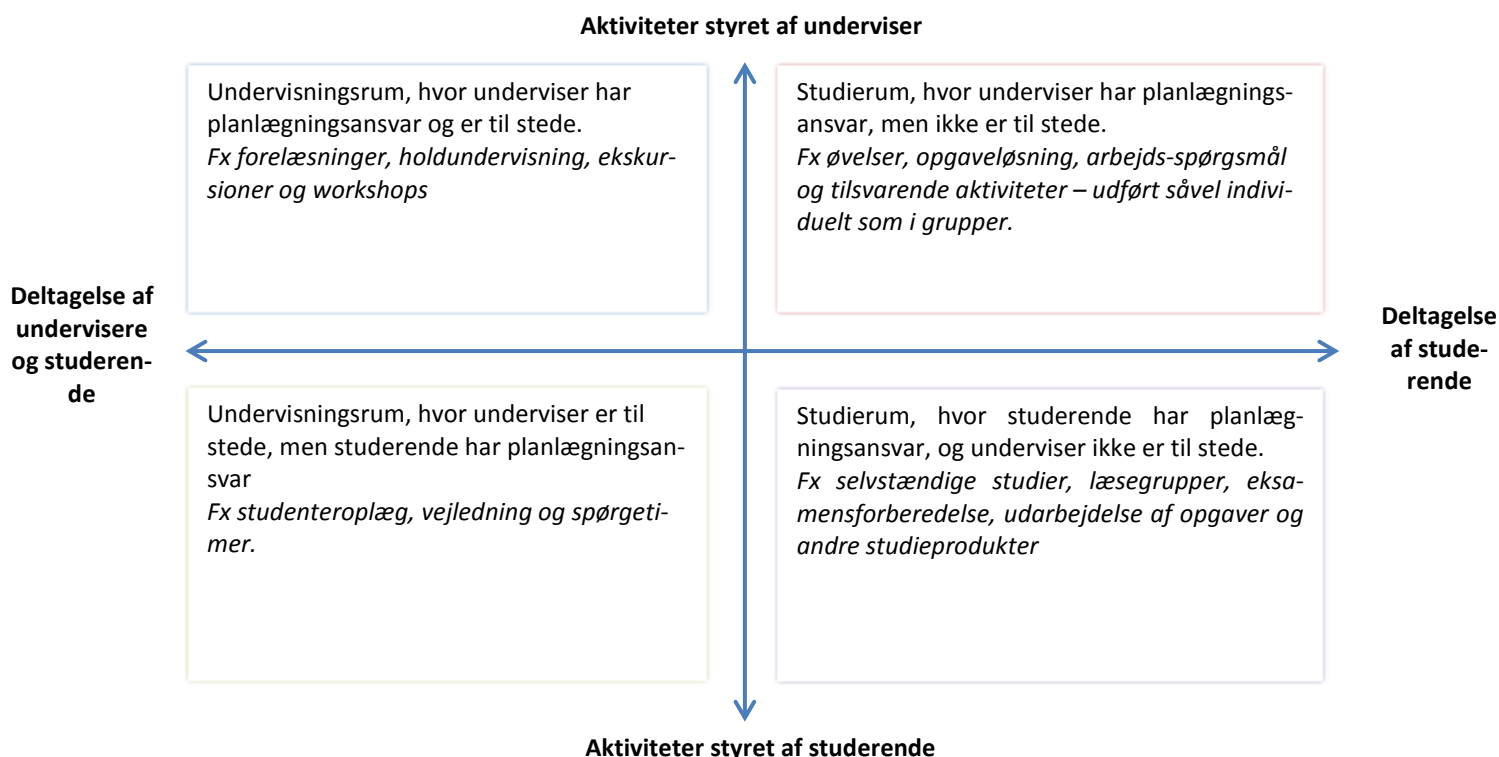
§ 6. Principper for valg af undervisnings- og prøveformer

Humanioramodellen for aktiverende undervisning og aktiv læring.

Humanioramodellen er en platform for udvikling og udformning af aktiverende undervisning og aktiv læring på det Humanistiske Fakultet. Hermed udmønter humanioramodellen Syd-dansk 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 varieret 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 aktive-rende 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 studenterooplæg, 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.

Undervisnings- og eksamensoversigt:

§ 7. Forløbsmodel - Placering af undervisning og eksamen

Bacheloruddannelsen med centralt fag i International Virksomhedskommunikation (180 ECTS)

| Undervisningsfag | | | Undervisnings- og eksamensplacering | | | | | | ECTS-vægt |
|--|------------------|----|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Disciplin-ansvar | § | 1. sem. | 2. sem. | 3. sem. | 4. sem. | 5. sem. | 6. sem. | |
| Fællesfag | | | | | | | | | |
| Studiestart* | ISK | 23 | x | | | | | | 0 |
| Dansk sprog og grammatik | ISK | 24 | 2 | | | | | | 5 |
| Digital kommunikation | ISK | 25 | 3 | | | | | | 5 |
| Kommunikations og videnskabsteori 1 | ISK | 26 | | 2 | | | | | 5 |
| Kommunikations og videnskabsteori 2 | ISK | 26 | | | 2 | | | | 5 |
| Organisationsteori | ISK | 27 | | | 2 | | | | 5 |
| Bachelorprojekt | ISK | 67 | | | | | | 2 | 15 |
| Engelsk | | | | | | | | | |
| English Grammar 1 | ISK | 28 | 2 | | | | | | 5 |
| English Grammar 2 | ISK | 29 | | 2 | | | | | 5 |
| Pronunciation | ISK | 30 | 2 | | | | | | 5 |
| Oral Proficiency | ISK | 31 | | 2 | | | | | 5 |
| English Text Analysis and Text Production 1 og 2 | ISK | 32 | 1 | 2 | | | | | 5 |
| Language and Culture US | ISK | 33 | | | 2 | | | | 5 |
| Language and Culture UK | ISK | 34 | | | | 2 | | | 5 |
| Business Writing | ISK | 35 | | | 2 | | | | 5 |
| Intercultural Market Communication | ISK | 36 | | | | 2 | | | 5 |
| Language and Globalisation | ISK | 37 | | | | | 2 | | 5 |
| Organisational Communication 1 og 2 | ISK | 38 | | | | | 2 | 2 | 10 |

| Undervisningsfag | | | Undervisnings- og eksamensplacering | | | | | | ECTS-vægt |
|---|----------------------|----|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| | Disciplin- ansvar | § | 1. sem. | 2. sem. | 3. sem. | 4. sem. | 5. sem. | 6. sem. | |
| Kommunikation | | | | | | | | | |
| Tale og tekst | ISK | 39 | 2 | | | | | | 5 |
| Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2 | ISK | 40 | 2 | 2 | | | | | 10 |
| Markedssemiotik | ISK | 41 | | 2 | | | | | 5 |
| Branding | ISK | 42 | | | 2 | | | | 5 |
| Visuel analyse og design | ISK | 43 | | | | 4 | | | 10 |
| Kommunikationsplanlægning | ISK | 44 | | | 2 | | | | 5 |
| Kultur, kommunikation og forandring i organisationer | ISK | 45 | | | | | 2 | | 5 |
| Innovation, projektledelse og teamsamarbejde | ISK | 46 | | | | 4 | | | 10 |
| Strategisk ledelseskommunikation | ISK | 47 | | | | | | 2 | 5 |
| Valgfag, Engelsk og kommunikation | ISK | 66 | | | | | 6 | 2 | 20 |
| Samlet timetal, Engelsk og kommunikation | | | 14 | 12 | 12 | 12 | 12 | 8 | |
| International Marketing | | | | | | | | | |
| Markeds- og brancheanalyse | IMM | 48 | 2 | | | | | | 5 |
| Samfundsøkonomi 1 | IMM | 49 | 2 | | | | | | 5 |
| Købsadfærd | IMM | 50 | | 2 | | | | | 5 |
| Markedsføringsplanlægning | IMM | 51 | | 2 | | | | | 5 |
| Internationaliseringsstrategier | IMM | 52 | | | 2 | | | | 5 |
| Samfundsøkonomi 2 | IMM | 53 | | | 2 | | | | 5 |
| Videregående organisationsteori | IMM | 54 | | | | 2 | | | 5 |
| Erhvervsøkonomi | IMM | 55 | | | | 2 | | | 5 |
| Marketingprojekt | IMM | 56 | | | | | 4 | | 10 |
| Kultur- og landestudier | IMM | 57 | | | | | | 2 | 5 |
| Erhvervsret | IMM | 58 | | | | | | 2 | 5 |
| Valgfag, Engelsk og international marketing | ISK | 66 | | | | 4 | 4 | | 20 |
| Samlet timetal, Engelsk og International marketing | | | 14 | 12 | 12 | 12 | 12 | 8 | |

| Undervisningsfag | | | Undervisnings- og eksamensplacering | | | | | | ECTS-vægt |
|---|----------------------|----|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Disciplin- ansvar | § | 1. sem. | 2. sem. | 3. sem. | 4. sem. | 5. sem. | 6. sem. | |
| Digital markeds kommunikation | | | | | | | | | |
| Digital markeds kommunikation | ISK | 59 | 2 | | | | | | 5 |
| Markedssemiotik | ISK | 60 | | 2 | | | | | 5 |
| Multimodal tekstproduktion | ISK | 61 | | | | | | 4 | 10 |
| Interaktions- og interfacedesign | ISK | 62 | | | | 4 + 2 | | | 10 |
| Målgruppe- og receptionsanalyse | ISK | 63 | 2 | 2 | | | | | 10 |
| Visuel analyse og design | ISK | 64 | | | 4 | | | | 10 |
| Digital projektstyring | ISK | 65 | | | | | 4 | | 10 |
| Valgfag, Engelsk og digital markeds kommunikation | ISK | 66 | | | | 4 | 4 | | 20 |
| Samlet timetal, Engelsk og digital markeds kommunikation | | | 14 | 12 | 12 | 12 | 12 | 8 | |

***)Studiestart:** Generelle studieunderstøttende aktiviteter svarende til 20 timers studieintroduktion

Den studerende kan mest hensigtsmæssigt placere et udlandsophold/praktikophold i 5. semester, hvor det vil være muligt at få merit for valgfag jf. §13.

§ 8. Eksamensoversigt

| Undervisningsfag: | Prøve, henvisninger m.v. | | | | | | |
|---|----------------------------------|--|------------------|-----------------|-------------------|--------|----|
| | Prøveform | Censur | Prøvens varighed | Vurdering | Prøvens placering | ECTS | § |
| Fællesfag | | | | | | | |
| Studiestartsprøve | Skriftlig prøve | Intern prøve 1 eksaminator | 60 min | G/IG | 1 | 0 | 23 |
| Dansk sprog og grammatik * | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1 | 5 | 24 |
| Digital kommunikation | Mundtlig på baggrund af case | Intern prøve 2 eksaminatorer | 20 min. | 7-Skala | 1 | 5 | 25 |
| Kommunikation og videnskabsteori 1 | Portefølje | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 2 | 5 | 26 |
| Kommunikation og videnskabsteori 2 | Portefølje + mundtlig eksamen | Intern prøve 1 eksaminator Intern prøve 2 eksaminatorer | 30 min. | B/IB 7-Skala | 3 | 0 5 | 26 |
| Organisationsteori | Bunden hjemmeopgave | Ekstern prøve | 2 døgn | 7-Skala | 3 | 5 | 27 |
| Engelsk | | | | | | | |
| English Grammar 1 | 4 bundne hjemmeopgaver | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1 | 5 | 28 |
| English Grammar 2* | Skriftlig prøve | Intern prøve 1 eksaminator | 2 timer | 7-Skala | 2 | 5 | 29 |
| Pronunciation * | Skriftlig prøve | Intern prøve 1 eksaminator | 60 min | 7-Skala | 1 | 5 | 30 |
| Oral Proficiency * | Mundtlig prøve | Intern prøve 2 eksaminatorer | 20 min. | 7-Skala | 2 | 5 | 31 |
| English Text Analysis and Text Production 1 | Bunden hjemmeopgave | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1 | 0 | 32 |

| Prøve, henvisninger m.v. | | | | | | | |
|---|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------------|--------------------------|-------------|----------|
| Undervisningsfag: | Prøveform | Censur | Prøvens varighed | Vurdering | Prøvens placering | ECTS | § |
| English Text Analysis and Text Production 2 | 4 bundne hjemmeopgaver | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 2. | 5 | 32 |
| Language & Culture US | 4 bundne hjemmeopgaver | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 3. | 5 | 33 |
| Language & Culture UK | Skriftlig prøve | Ekstern prøve | 2,5 timer | 7-Skala | 4. | 2,5 | 34 |
| | Mundtlig prøve m. synopsis | Ekstern prøve | 20 min. | 7-Skala | 4. | 2,5 | |
| Business Writing | 4 bundne hjemmeopgaver | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 3 | 5 | 35 |
| Intercultural Market Communication | Bunden hjemmeopgave | Ekstern prøve | - | 7-Skala | 4. | 5 | 36 |
| Language & Globalisation | Bunden hjemmeopgave | Intern prøve 1 eksaminator | | 7-Skala | 5. | 0 | 37 |
| | Fri hjemmeopgave | Ekstern prøve | | 7-Skala | | 5 | |
| Organisation Communication 1 | 4 bunden hjemmeopgaver | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 5. | 5 | 38 |
| Organisation Communication 2 | Skriftlig prøve, oversættelse | Ekstern prøve | 2,5 timer | 7-Skala | 6. | 2,5 | 38 |
| | Skriftlig prøve, resume | Ekstern prøve | 2,5 timer | 7-Skala | 6. | 2,5 | |
| Kommunikation | | | | | | | |
| Tale og tekst | Bunden hjemmeopgave | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1. | 0 | 39 |
| | Mundtlig prøve | Intern prøve 2 eksaminatorer | - | 7-Skala | 1. | 5 | |
| Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1. | 5 | 40 |
| Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2* | Bunden hjemmeopgave | Ekstern prøve | 2 døgn | 7-Skala | 2. | 5 | 40 |

| | Prøve, henvisninger m.v. | | | | | | |
|--|--|---------------------------------|-------------------------|------------------|--------------------------|-------------|----------|
| Undervisningsfag: | Prøveform | Censur | Prøvens varighed | Vurdering | Prøvens placering | ECTS | § |
| Markedssemiotik* | Mundtlig prøve på baggrund af synopsis | Intern prøve 2 eksaminatorer | 20 min. | 7-skala | 2. | 5 | 41 |
| Branding | Mundtlig prøve på baggrund af synopsis | Intern prøve 2 eksaminatorer | 20 min. | 7-skala | 3. | 5 | 42 |
| Visuel analyse og design | Fri hjemmeopgave | Ekstern prøve | - | 7-Skala | 4. | 10 | 43 |
| Kommunikationsplanlægning | Fri hjemmeopgave | Intern prøve 2 eksaminatorer | - | 7-Skala | 3. | 5 | 44 |
| Kultur, kommunikation og forandring i organisationer | Fri hjemmeopgave | Intern prøve 1 eksaminator | - | 7-Skala | 5. | 5 | 45 |
| Innovation, projektledelse og teamsamarbejde | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 4. | 10 | 46 |
| Strategisk ledelseskommunikation | Mundtlig prøve | Ekstern prøve | 20 min. | 7-Skala | 6. | 5 | 47 |
| International marketing | | | | | | | |
| Markeds- og brancheanalyse* | Mundtlig prøve på baggrund af projekt | Intern prøve 2 eksaminatorer | 30 min. | B/IB | 1. | 10 | 48 |
| Samfundsøkonomi 1 | | | | | | | 49 |
| Købsadfærd | Mundtlig prøve på baggrund af projekt | Intern prøve 2 eksaminatorer | 20 min. | 7-Skala | 2. | 5 | 50 |
| Markedsføringsplanlægning | Mundtlig prøve på baggrund af case | Intern prøve 2 eksaminatorer | 30 min. | 7-Skala | 2. | 5 | 51 |
| Internationaliseringsstrategier | Skriftlig prøve | Ekstern prøve | 4 timer | 7-Skala | 3. | 5 | 52 |
| Samfundsøkonomi 2 | Skriftlig prøve | Ekstern prøve | 4 timer | 7-Skala | 3. | 5 | 53 |

| | Prøve, henvisninger m.v. | | | | | | |
|---|--|----------------------------|-------------------------|------------------|--------------------------|-------------|----------|
| Undervisningsfag: | Prøveform | Censur | Prøvens varighed | Vurdering | Prøvens placering | ECTS | § |
| Videregående organisationsteori | Mundtlig prøve | Intern prøve 2 eksaminator | 20 min. | 7-Skala | 4. | 5 | 54 |
| Erhvervsøkonomi | Mundtlig prøve på baggrund af case | Intern prøve 2 eksaminator | 30 min. | 7-Skala | 4. | 5 | 55 |
| Marketingprojekt | Rapport m. mdt. Prøve | Ekstern prøve | 20 min. | 7-Skala | 5. | 10 | 56 |
| Kultur- og landestudier | Mundtlig prøve | Ekstern prøve | 20 min. | 7-Skala | 6. | 5 | 57 |
| Erhvervsret | Mundtlig prøve | Intern prøve 2 eksaminator | 20 min. | 7-Skala | 6. | 5 | 58 |
| Digital Markedskommunikation | | | | | | | |
| Digital markedskommunikation | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1. | 5 | 59 |
| Markedssemiotik | Mundtlig prøve på baggrund af synopsis | Intern prøve 2 eksaminator | 20 min. | 7-skala | 2. | 5 | 60 |
| Multimodal tekstproduktion | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | | B/IB | 6. | 10 | 61 |
| Interaktions- og interfacedesign | Projekt med mundtligt forsvar | Ekstern prøve | 30 min. | 7-skala | 4. | 10 | 62 |
| Målgruppe- og receptionsanalyse 1. semester | Undervisningsdeltagelse | Intern prøve 1 eksaminator | - | B/IB | 1. | 5 | 63 |
| Målgruppe- og receptionsanalyse 2. semester | Bunden hjemmeopgave | Ekstern prøve | 2 døgn | 7-Skala | 2. | 5 | 64 |
| Visuel analyse og design | Fri hjemmeopgave | Intern prøve 1 eksaminator | - | 7-Skala | 3. | 10 | 65 |

| | Prøve, henvisninger m.v. | | | | | | |
|------------------------|---------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------|---------------------------|------|----|
| Undervisningsfag: | Prøveform | Censur | Prøvens varighed | Vurdering | Prøvens placering | ECTS | § |
| Digital projektstyring | Fri hjemmeopgave | Ekstern prøve | | 7-Skala | 5. | 10 | 66 |
| Valgfag | Afhænger af de valgte fag | Afhænger af de valgte fag | Afhænger af de valgte fag | ** | Afhænger af de valgte fag | 20 | 67 |
| Bachelorprojekt | Bachelorprojekt med mundtligt forsvar | Ekstern prøve | 25 min. | 7-Skala | 6. | 15 | 68 |
| ECTS i alt: | | | | | | | |

* Indgår i 1. årsprøven
(Dansk sprog og grammatik, Pronunciation, English Grammar 2, Oral Proficiency, Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2, Markedssemiotik, Markeds- og brancheanalyse)

** Engelsk og kommunikation: min. 10 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala
Engelsk og international marketing: min. 5 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala
Engelsk og digital markeds kommunikation: min. 15 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala

Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget:

§ 9. Fællesbestemmelser

I Fællesbestemmelserne for de humanistiske uddannelser, jfr. studieordningens afsnit IV findes definitioner af

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

Endvidere er der bl.a. fastsat regler om

- Bachelorprojekt (§ 15)
- Resumé i forbindelse med bachelorprojekt og kandidatspeciale (§ 17)
- Individuelle prøver (§ 10)
- Interne og eksterne prøver (§ 6)
- Stave- og formuleringsevne (§ 9)
- Eksamenssprog (§ 11)
- Regler for afholdelse af reeksamen og sygeeksamen (§ 13)
- Meritoverførsel/fritagelse (§ 25)
- Regler for studieaktivitet (§ 31)

§ 10. Forudsætninger for deltagelse i undervisningen

Der er ingen forudsætninger for deltagelse i undervisningen med mindre andet er nævnt i beskrivelsen af den enkelte disciplin.

§ 11. 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 skriftlige oplæg og opgaver bedømmes til bestået.

§ 12. Projektorienteret forløb

Der er mulighed for at få merit for følgende fag på baggrund af et projektorienteret forløb: Valgfag og porteføljefag på 5. semester.

Et projektorienteret forløb på 220 arbejdstimer (ca. 6 uger á 37 timer) afløser et valgfag svarende til 10 ECTS.

Reglerne for meritoverførsel af projektorienterede forløb er følgende:

En 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 praktikstedet har godkendt forløbet, og hvad antallet af arbejdstimer er.

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

Vejlederen skal i rimeligt omfang (dette afgøres af studienævnet) vejlede den pågældende studerende i forbindelse med det projektorienterede forløb. Vejlederen vil typisk også være eksaminator for den studerendes afsluttende rapport. 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 10-15 normalsider til studienævnet. Opgaven skal dokumentere, at det faglige indhold, som den studerende har påberåbt sig i ansøgning om forløbet, 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.

§ 13. Eksamen afholdt på computer

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 computer ved skriftlige stedprøver.

http://sdu.dk/Information_til/Studerende ved SDU/Eksamen/generelt om eksamen/under eksamen/Skriftlig_proeve_digital

§ 14. Hjælpemidler – skriftlige

»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.

§ 15. Skriftlig prøve

En skriftlig prøve er en bunden skriftlig opgave under tilsyn. Skriftlige prøver afholdes på computer.

§ 16. Hjemmeopgave

Hjemmeopgaver kan være bundne eller frie hjemmeopgaver. Bundne hjemmeopgaver betyder, at opgaveformuleringen udarbejdes af underviseren, og at formuleringen tager udgangspunkt i semestrets pensum. Frie hjemmeopgaver betyder, at den studerende med udgangspunkt i semestrets pensum – skriftlig og/eller mundtligt – fremlægger et selvstuderet emne med inddragelse af selv læst litteratur. Opgaveformuleringen skal godkendes af underviseren. Se de nærmere beskrivelser for hjemmeopgaver under de pågældende discipliner.

§ 17. 1. årsprøven

I henhold til ministeriel bestemmelse findes der på alle bacheloruddannelser en såkaldt 1. årsprøve. Den studerende skal deltage i den første ordinære eksamen, der afholdes i de fag, der indgår i 1. årsprøven. Prøverne, der er markeret med * i eksamensoversigten, skal være bestået ved udgangen af 2. semester, dvs. senest ved reeksamen i august. Omprøve for prøver efter 1. semester ligger i februar/marts. Omprøve for prøver med ordinær eksamen maj/juni ligger i august samme år. Er 1. årsprøven ikke bestået ved udgangen af 2. semester efter studiestart, kan man ikke fortsætte på uddannelsen.

§18. Synopsis

En synopsis er en 'udvidet disposition' over et selvvalgt af underviseren godkendt emne, der skal ligge inden for rammerne af det stof, som er behandlet i undervisningen. 'Udvidet disposition' betyder, at der må være tilføjet vigtige citater og stikord til de enkelte punkter i dispositionen, som den studerende ved eksaminationen kan tage udgangspunkt i. Synopsis skal inddrage selvstuderet litteratur (fra flere kilder), som skal fremgå af en litteraturliste, der afleveres sammen med synopsis. Det er tilladt derudover at inddrage læst (dvs. i løbet af året i undervisningen gennemgået) litteratur. Disse sider skal også være opført på litteraturlisten. Der skal være tale om en realistisk synopsis, dvs. den udarbejdede disposition skal kunne behandles inden for det antal minutter, som eksaminationen totalt varer. Underviseren meddeler, hvilke dokumentationskrav der gælder for selvstuderet materiale.

§ 19. Porteføljeevaluering

Portefølje betyder i denne forbindelse "mappe", dvs. en mappe med obligatoriske opgaver, som den studerende afleverer ved kursets afslutning. Underviseren kan i løbet af semestret bede studerende om at forbedre opgaver, som skal indgå i porteføljen og som ikke er godkendt i 1. udgave.

§ 20. BA-projekt

Det afsluttende BA-projekt skrives inden for en af de obligatoriske fagblokke. Se nærmere under § 68 samt under fællesbestemmelsernes §15.

§ 21. Undervisnings- og eksamenssprog

Undervisnings- og eksamenssproget er dansk med mindre andet er nævnt i eksamensbestemmelserne for den enkelte disciplin.

§ 22. Internationalisering – udlandsophold

For at styrke sprogkundskaber og kendskab til andre akademiske miljøer end det danske kan den studerende på 5. semester af bacheloruddannelsen studere ved universiteter i udlandet. Man kan således vælge at tage på et halvt års udveksling på et udenlandsk universitet, hvor der følges fagelementer (herunder valgfag) til en samlet vægt af 30 ECTS.

Den studerende skal sikre sig studienævnets godkendelse af merit for valgte moduler/kurser **forud** for udlandsopholdet. Den studerende skal allerede i 1. semester starte med at få for-

håndsgodkendt ophold. Det Internationale Kontor afholder info-møde i løbet af september/primo oktober. Ansøgningsfrist for ophold i udlandet er 15. november til Det Internationale Kontor, inden da skal opholdet forhåndsgodkendes af studienævnet.

På 5. semester har den studerende mulighed for at studere et semester i udlandet. Et bestået studieophold i udlandet giver merit for visse studieaktiviteter i 5. semester.

For BA-uddannelsen i international virksomhedskommunikation med kommunikation, international marketing eller digital markeds kommunikation som fagblok 2 betyder det, at den studerende får merit for et antal fag, der er obligatoriske på 5. semester, herunder et antal valgfag samt for relevante fag på 5. semester.

Den studerende skal aftale et studieprogram med en faglærer/vejleder ved SDU. Dette studieprogram skal omfatte relevante fag svarende til 10-12 ugentlige undervisningstimer, og de aftalte fag skal bestås, for at det samlede studieophold anses for at være bestået. Hvis en studerende ikke består det samlede studieophold, skal den studerende bestå fag, der i ECTS-point svarer til det antal ECTS-point, den studerende mangler at optjene, for at bestå det samlede studieophold. Det eller de fag, den studerende skal bestå, skal være relevante for den studerendes BA-uddannelse og godkendes af studienævnet.

II. Beskrivelse af bacheloruddannelsens discipliner

Fællesfag

§ 23. Studiestartsprøve

Post Enrollment Activity Test

a. Undervisningens omfang

I alt 20 timers faglige studieintroduktion fordelt på 2 faglige introduktionsdage a 6 timer samt efterfølgende 8 timers undervisning ved faglige tutorer.

b. Målbeskrivelse

Formålet med studiestartprøven er at konstatere, om den studerende er gået i gang med uddannelsen ved:

- have kendskab til humanioramodellen for aktiv læring og aktiverende undervisning
- have kendskab til indholdet af kodekset for god undervisning på IVK
- have kendskab til metoder til professionel gruppedannelse
- have en elementær forståelse af akademisk praksis og opgaveskrivning
- have en elementær forståelse for kritisk informationssøgning”

c. Indhold

De 2 faglige introduktionsdage rummer dels en generel introduktion til at studere på universitetet, herunder en introduktion til humanioramodellen for aktiv læring og aktiverende undervisning, dels en specifik introduktion til at studere international virksomhedskommunikation, herunder en introduktion til kodekset for god undervisning på IVK. En del af introduktionen kan afvikles i form af et casearbejde.

De efterfølgende 8 timers undervisning ved faglige tutorer rummer en introduktion til god akademisk praksis, herunder regler for plagiat mv., en indledende introduktion til akademisk opgaveskrivning samt en indledende introduktion til universitetsbiblioteket og kritisk informationssøgning. Som del af timerne gives desuden en introduktion til metoder til professionel gruppedannelse, og den faglige tutor forestår processen med studiegrupperedannelse, idet det forventes, at alle indgår i en studiegruppe.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Fælles oplæg, holdundervisning samt øvelser i grupper.

e. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til den skriftlige eksamensform og niveauet på bacheloruddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen. Bedømmelsen gives i henhold til gradsopfyldelsen af ovennævnte målbeskrivelse.

f. Eksamensbestemmelser

Inden udgangen af september afholdes en studiestartprøve, som har form som en multiple choice test med en række spørgsmål på baggrund af ovennævnte målbeskrivelse.

| | |
|------------|------------------------------|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn |
| Varighed: | 1 time |
| Sprog: | Dansk |

| | |
|---------------|--------------------------------|
| Hjælpemidler: | Ingen |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Godkendt/Ikke godkendt |
| Vægtning: | 0 ECTS |

Resultatet af studiestartprøven meddeles den studerende senest 2 uger efter prøvens afholdelse.

Hvis prøven ikke er bestået, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, der afholdes senest udgangen af oktober. Såfremt den studerende ikke har bestået studiestartsprøven senest 3 måneder efter studiestart, kan den studerende ikke fortsætte på uddannelsen.

§ 24. Dansk sprog og grammatik

Danish Language and Grammar

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i 1. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- demonstrere indsigt i det danske sprogs strukturer og funktioner, herunder sprogets betydninger og arkitektur
- identificere og definere sproglige funktioner og former
- gennemføre en tilbunds gående funktionel funderet analyse af sætninger og tekster
- vurdere tekstens kvalitet i forhold til afsender, modtager og situation på baggrund af analysen

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset introducerer på et funktionelt og anvendelsesorienteret metodisk grundlag til det danske sprogs syntaktiske, semantiske og pragmatisk kerneområder.

Kurset fokuserer på analyse af eksisterende tekster og på deraf følgende tekstrevision.

Kurset danner således det grammatisk og lingvistiske fundament for at kunne træffe relevante sproglige valg i forbindelse med tekstproduktion.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, gruppearbejde, øvelsesgennemgang, holddiskussion og workshops. Undervisningen er baseret på eksamensformen "undervisningsdeltagelse" og foregår på dansk. Uden for undervisningen forudsættes ud over den teoretiske læsning et betydeligt arbejde med øvelser. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i dette kursus.

e. Pensum:

300-400 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især pkt. 1, 2-8 og 10 som kurset i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Dansk sprog og grammatik indgår i 1. årsprøven.

| | |
|-------------|----------------------------------|
| Prøveform: | Undervisningsdeltagelse jf. § 11 |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Censur: | Intern prøve 1 eksaminator |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reeksamensbestemmelser

| | |
|---------------|-------------------------------------|
| Prøveform: | Bunden skriftlig prøve under tilsyn |
| Varighed: | 5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Sprog: | Dansk |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 25. Digital kommunikation

Digital Communication

a. Undervisningens omfang:

3 timer ugentligt i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- definere en digital kommunikationsopgave i en virksomhed og formidle et løsningsforslag
- vurdere et digitalt kommunikationsprodukt i forhold til teknisk konstruktion, funktionalitet, æstetik, form og brugskontekst
- udvikle og designe et digitalt kommunikationsprodukt, både hvad angår indhold, design og delvis implementering
- anvende software til at udforme en funktionel prototype

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset introducerer til kommunikation via digitale medier i en virksomhed. De studerende lærer teoretiske begreber til at forstå og analysere brugen af digitale kommunikati-

onsformer i virksomhedens interne og eksterne arbejdsprocesser og informationstilgængelighed og -udveksling. De studerende lærer også at bruge praktiske værktøjer til at fremstille digitale kommunikationsprodukter. I undervisningen fokuseres primært på websteder, men andre digitale medier kan også inddrages.

Centrale emner inden for digital kommunikation, fx projektstyring, informationsarkitektur, navigationsdesign, interfacedesign og brugervenlighed, gennemgås, og der arbejdes både med analyse og produktion.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussioner, gruppearbejde, studenterooplæg samt praktiske øvelser i brugen af software til fremstilling af digitale kommunikationsprodukter.

e. Pensum:

Ca. 300 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 1, 2-8 og 13 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Faget afsluttes ved, at de studerende udarbejder en case med et tilhørende mundtligt forsvar. Casens emne gives af underviseren og omfatter opbygningen af et digitalt kommunikationsprodukt fx et websted. Ved det mundtlige forsvar skal de studerende gøre rede for til- og fravalg af kommunikationsproduktets virkemidler i relation til målgruppe og formål.

Prøveform: Individuel, mundtlig prøve på baggrund af bunden case

Case:

Omfang

pr. studerende: 8-10 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 casen.

Individuel, mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. Censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Alle hjælpemidler

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

| | |
|-------------|---|
| Bedømmelse: | 1 karakter efter 7-trinsskalaen. Der gives 1 karakter, som er udtryk for en helhedsvurdering af casen og det individuelle mundtlige forsvar |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Evt. *reeksamen* afholdes som ordinær prøve med en ny case og mundtligt forsvar. Casen fra den ordinære prøve kan ikke genbruges.

§ 26. Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2

Communication Studies and Philosophy of Science I and II

a. Undervisningens omfang

2 timer pr. uge i gennemsnit i 2. og 3. semester. Vægtning: 5 ECTS i 2. semester og 5 ECTS i 3. semester

b. Målbeskrivelse

Den studerende skal kunne

- redegøre for centrale videnskabsteoretiske positioner og argumenter
- redegøre for centrale humanvidenskabelige retninger i det 20. og 21. århundrede
- redegøre for centrale sprog- og kommunikationsteoretiske positioner og argumenter, med særlig vægt på det 20. og 21. århundrede
- identificere og vurdere videnskabsteoretiske antagelser og argumenter i gængse sprog- og kommunikationsteorier
- demonstrere en basal forståelse for forskellige sprog- og kommunikationsteoriens analytiske muligheder og begrænsninger
- demonstrere en basal forståelse for forskningsprocessen i sprog- og kommunikationsvidenskaberne
- præsentere og diskutere kommunikations- og videnskabsteoretiske problemstillinger i skrift og tale, samt indgå i en dialog herom

c. Indhold

Kurset omfatter en række temaer, der dækker de væsentligste humanvidenskabelige retninger, fx retorik, positivisme, hermeneutik, fænomenologi, strukturalisme, socialkonstruktivisme og kognitivismen. Kursets temaer omfatter desuden centrale videnskabsteoretiske positioner, argumenter og problemstillinger med relevans for en nutidig videnskabelig praksis, herunder videnskabshistoriske og -sociologiske betragtninger. Kurset omfatter sluttelig en indføring i det 20. og 21. århundredes mest centrale sprog- og kommunikationsteorier.

d. Undervisnings- og arbejdsformer

Undervisningen er organiseret i temaer, der kombinerer forelæsninger, holdundervisning, gruppearbejde, øvelser og studenteroplæg. Dertil kommer en række mindre skriftlige porteføljeopgaver.

e. Pensum

Der opgives i alt ca. 700-800 sider, ligeligt fordelt på de to semestre. Der opgives både litteratur, der giver en indføring i sprog- og kommunikationsvidenskaberne, litteratur, der giver en indføring i humanvidenskabelige og videnskabsteoretiske traditioner og positioner, samt evt. en række kortere uddrag af originale tekster (evt. i oversættelse) inden for sprog- og kommunikationsvidenskaberne, humanvidenskaberne og videnskabsteorien.

f. Bedømmelseskriterier

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 2. og 3. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 9, 11 og 12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser

Kommunikations- og videnskabsteori 1 (2. semester)

Eksamen består af en porteføljemappe.

Porteføljemappen består af 4 obligatoriske porteføljeopgaver, som den studerende skal aflevere i løbet af semestret. Hver opgave skal have et omfang på 4-5 sider. Alle porteføljeopgaver skal afleveres inden for de tidsfrister, der fastsættes af underviseren.

Porteføljemappe

Prøveform: Porteføljemappe, bestående af 4 porteføljeopgaver

Sideomfang pr. studerende pr. porteføljeopgave: 4-5 normalsider

Flere studerende kan bidrage til porteføljemappen: Nej

Censur: Intern prøve med 1 eksaminator

Bedømmelse: Bestået/ikke bestået

Vægtning: 5 ECTS

Kommunikations- og videnskabsteori 2 (3. semester)

Eksamen består af en porteføljemappe samt en mundtlig prøve.

Porteføljemappen består af 3 obligatoriske porteføljeopgaver, som den studerende skal aflevere i løbet af semestret. Hver opgave skal have et omfang på 4-5 sider. Alle porteføljeopgaver skal afleveres inden for de tidsfrister, der fastsættes af underviseren.

Til den mundtlige prøve skal den studerende indgå i en dialog med udgangspunkt i et af de temaer, der er gennemgået i både Kommunikations- og videnskabsteori I og II. Før den mundtlige prøve afgøres det ved individuel lodtrækning, hvilket tema der danner grundlag for den mundtlige prøve. I løbet af den mundtlige prøve kan også emner fra de øvrige temaer indgå i den faglige dialog.

Porteføljemappe

Prøveform: Porteføljemappe, bestående af 3 porteføljeopgaver

Sideomfang pr. studerende pr. porteføljeopgave: 4-5 normalsider
Flere studerende kan bidrage til porteføljemappen: Nej
Censur: Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse: Bestået/ ikke bestået
Vægtning: 0 ECTS

Godkendelse af porteføljemappen er en forudsætning for at deltage i den mundtlige prøve. Er porteføljemappen ikke godkendt inden deadline, kan den studerende aflevere igen inden den mundtlige prøve.

Mundtlig prøve

| | |
|----------------|--|
| Prøveform: | Individuel mundtlig prøve |
| Varighed: | 30 minutter, inkl. censur |
| Forberedelse: | 30 minutter |
| Hjælpe midler: | Alle hjælpemidler (under forberedelsen), jf. § 14 |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala. |
| Sprog: | Dansk |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 27. Organisationsteori

Organization Theory

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- redegøre for udviklingen i organisationsteorien samt for de mest centrale teoretiske tilgange til organisation
- identificere, karakterisere og analysere forskellige organisationstyper, organisationers formelle og uformelle strukturer, kultur, ledelsesformer, beslutningsprocesser, strategi- og forandringsprocesser o.l.
- analysere, hvordan forskellige organisationsforståelser påvirker brugen af kommunikation og kunne analysere den organisationelle kommunikationssituation, som kommunikationen indgår i

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen omfatter en grundlæggende indføring i organisationsteori, herunder organisationstyper, organisationers formelle og uformelle strukturer, organisationers kultur, individet i organisationer, ledelse af organisationer, organisationers beslutningsgange, strategisk forandring, omstilling og fornyelse samt organisationers interne og eksterne kommunikation. Der lægges i gennemgangen vægt på at belyse organisationsteorien ud fra forskellige teoretiske perspektiver samt at etablere en forståelse for organisationsteoriens udvikling og fokusområder. Der lægges særlig vægt på at belyse forholdet mellem organisation og kommunikation, herunder at kunne analysere den organisationelle kommunikationssituation, som den specifikke kommunikation indgår i.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, gruppearbejde, holddiskussion og studenteroplæg på baggrund af bl.a. cases

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på BA-uddannelsens 3. 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 § 2, særligt pkt. 1, 2, 3, 4, 5, 8, 10 og 12, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakter skalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende forelægges en case, der beskriver en organisation og nogle problemstillinger heri. Til casen stilles et eller flere spørgsmål i henhold til fagets målbeskrivelse.

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave |
| Varighed: | 2 døgn |
| Sideomfang: | 10 – 12 normalsider for én 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. |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Engelsk

§ 28. English Grammar 1

(Engelsk grammatik 1)

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- definere og identificere grammatiske funktioner og materialer
- identificere egne og andres fejl og fejlkilder samt beskrive disse med anvendelse af relevante og korrekte grammatiske begreber

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset giver en systematisk gennemgang af de centrale områder i engelsk grammatik f. eks. ved hjælp af sætningsanalyse samt grammatiske funktioner, strukturer og kategorier der særligt volder danskere problemer, når de kommunikerer på engelsk. Arbejdet med sætningsanalyse tager udgangspunkt i let til mellemsvær tekst.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning og øvelser.

Målet for såvel English Gramma 1 som English Gramma 2 er både teoretisk og praktisk. Den studerende skal således dels tilegne sig en systematisk viden om det engelske sprogs grammatik og derved erhverve sig en referenceramme som undervisningen i fagets øvrige moduler kan trække på, dels blive i stand til at producere korrekt og hensigtsmæssigt engelsk.

e. Pensum:

150-200 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 1-10 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver i det gennemgåede stof. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag på Blackboard.

Prøveform: 4 ud af 5 bundne opgaver

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Sideomfang: | ca. 1 normalside pr. opgave |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 29. English Grammar 2

(Engelsk grammatik 2)

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- definere og identificere grammatiske funktioner og materialer
- identificere fejl og fejlkilder samt beskrive disse med anvendelse af relevante og korrekte grammatiske begreber med henblik på fejlretning, revision og kommentering
- redegøre for typiske syntaktiske og grammatiske problemområder for danskere med engelsk som fremmedsprog

c. Undervisningsfagets indhold

Målet for såvel English Grammar 1 som English Grammar 2 er både teoretisk og praktisk. Den studerende skal således dels tilegne sig en systematisk viden om det engelske sprogs grammatik og derved erhverve sig en referenceramme som undervisningen i fagets øvrige moduler kan trække på, dels blive i stand til at producere korrekt og hensigtsmæssigt engelsk. Kurset arbejder videre med udvalgte områder af engelsk grammatik som volder danskere problemer, når de kommunikerer på engelsk og med sætningsanalyse i tekst af alle sværhedsgrader.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning, diskussioner og øvelser.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. pkt. 1-10, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

English Grammar 2 indgår i 1. årsprøven.

Prøven omfatter sætningsanalyse, fejlrettelse og kommentering samt redegørelse for en grammatisk problemstilling med særlig betydning for danskere, der kommunikerer på engelsk.

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 30. Pronunciation

(Fonetik)

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- samtlige engelske vokal- og konsonantfonemer
- gængse regler for anvendelse af de engelske fonemer
- udtale vokal- og konsonantfonemer korrekt på engelsk/amerikansk
- læse og konvertere lydskrift til almindelig ortografi
- gengive korrekt, sammenhængende engelsk/amerikansk udtale i relation til fonemer og intonationsregler

c. Undervisningsfagets indhold

Der indledes med en oversigt over nogle forskelle mellem amerikansk og britisk engelsk. Derefter følger en gennemgang af det engelske lydsystem (konsonanter og vokaler). De vigtigste udtaleregler forklares og den studerende bliver gjort bekendt med de mest markante forskelle mellem dansk og engelsk. Fænomener som optræder i sammenhængende tale (intonation, tryk og rytme), berøres også. Den studerende får også mulighed for at stifte bekendtskab med nogle engelske dialekter. Gennemgangen følges op af øvelser.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen foregår i en vekselvirkning mellem teori og praktiske øvelser. I undervisningen indgår en obligatorisk test i praktisk udtale.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 3, 4, 7, og 10 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen består/ikke består markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Pronunciation indgår i 1.årsprøven

Eksamen afvikles ved besvarelse af et antal teoretiske spørgsmål i kursets pensum samt konvertering af teksteksempel gengivet som lydskrift til almindelig ortografi

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 60 min. |
| Hjælpemidler: | Ikke tilladt. |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 31. Oral proficiency

(Mundtlig sprogfærdighed)

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2.semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- udtrykke sig på idiomatisk, situationsafhængigt engelsk (britisk, amerikansk eller anden anerkendt variant)
- Beherske talt engelsk til professionelle formål (præsentationer, møder, forhandlinger etc.) under anvendelse af sproglige strategier, som medvirker til flydende og ubesværet udveksling af synspunkter og under iagttagelse af et stil- og høflighedsleje, der sikrer et produktivt resultat og forhindrer kommunikationsnedbrud.

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset har til formål at træne de studerendes mundtlige sprogfærdighed gennem systematisk arbejde med idiomatisk, situationsbestemt engelsk. De studerende trænes i at lytte og reagere på hinandens input igennem en række styrede forløb, der først og fremmest lægger op til produktion af talt engelsk. Undervisningen er med andre ord ikke styret af at skulle nå frem til bestemte konklusioner eller nogen bestemt indsigt i de emner, som måtte være udgangspunktet, for sprogproduktionen, men af nødvendigheden af at kunne beherske engelsk naturligt, smidigt og flydende.

Med henblik på at øge de studerendes evne til at forstå talt engelsk, præsenteres de for en række lydclip af såvel standardformer for engelsk (især britisk og amerikansk) som mere usædvanlige varianter.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Udtryksfærdigheden trænes ved at placere de studerende i forskellige situationer (forhandlinger, oplæg/præsentationer, styrede diskussioner, emnerelaterede samtaler etc.). Fokus i disse øvelser vil ligge på anvendelse af idiomatisk og kommunikativt hensigtsmæssig sprogbrug i forskellige situationer. De forskellige øvelser, kurset omfatter, tager udgangspunkt i tekster o.l., som omhandler aktuelle samfunds- eller virksomhedsorienterede problemstillinger. I løbet af kurset præsenteres de studerende desuden for en række lydseksempler på varianter af talt engelsk, som diskuteres og analyseres med henblik på identifikation af særlige kendetegn.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 2. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især pkt. 3, 4, 7, og 10, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Oral proficiency indgår i 1.årsprøven.

Eksamen afvikles som en 20 minutters mundtlig eksamen på baggrund af 20 minutters forberedelse af en af eksaminator formuleret kommunikationssituation.

| | |
|---------------|--|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Varighed: | 20 minutters eksamination incl. censur |
| Forberedelse: | 20 minutter |
| Hjælpemidler: | Engelsk-engelsk ordbog |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 32. English Text Analysis and Text Production 1 & 2

Engelsk tekstanalyse og tekst production 1 & 2

a. Undervisningens omfang:

1 time ugentligt i 1. semester
2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- bestemme tekstens formål, genre, opbygning, stilistiske træk og ordvalg.
- tilegne sig indholdet i en given tekst
- selvstændigt kunne producere forskellige typer af tekst på et hensigtsmæssigt og situationstilpasset engelsk.

- selvstændigt og uden alvorlige, kommunikationshæmmende sproglige og grammatiske fejl kunne oversætte tekster fra dansk til engelsk og fra engelsk til dansk
- beskrive tekststruktur og målgrupperelevans af forskellige teksttyper
- anvende relevante sproglige hjælpemidler i form af ordbøger, opslagsværker etc.

c. Undervisningsfagets indhold

English Text Analysis and Text Production 1

Kurset indledes med en introduktion til analyse af tekster. Der fokuseres på at den studerende tilegner sig en forståelse af teksters opbygning og virkemidler samt af forskellige genrers sproglige karakteristika. Som analysmateriale anvendes både eksempler på tekster af erhvervsfaglig og af mere almen karakter. Mundtlige øvelser knyttes hertil. Desuden udarbejder den studerende et antal skriftlige opgaver, bl.a. resuméer og essays.

English Text Analysis and Text Production 2

Kursets hovedindhold består af en introduktion til teoretisk og praktisk arbejde med oversættelse. Tekstanalyse videreføres fra English Text Analysis and Text Production 1 i et omfang som er relevant for oversættelse. Der arbejdes med både tekststruktur og målgrupperelevans. Den studerende udarbejder et antal skriftlige og mundtlige oversættelser til og fra engelsk baseret på sagprosattekster.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning, diskussioner og mundtlige såvel som skriftlige øvelser. I løbet af semestret afleveres et antal obligatoriske skriftlige opgaver.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på det aktuelle semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1-6, 7, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

English Text Analysis and Text Production 1

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver i det gennemgåede stof. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag på Blackboard.

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | 4 ud af 5 bundne opgaver |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 0 ECTS |

Reksamensbestemmelser

| | |
|------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
|------------|---|

| | |
|----------------|----------------------------------|
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpe midler: | Alle skriftlige hjælpemidler. |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 0 ECTS |

English Text Analysis and Text Production 2

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver i det gennemgåede stof. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag på Blackboard.

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | 4 ud af 5 bundne opgaver |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reksamensbestemmelser:

| | |
|----------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpe midler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 33. Language and Culture US

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i 3. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende

- kunne formidle samfundsmæssig og kulturel viden/forståelse på et præcist og korrekt engelsk, mundtligt såvel som skriftligt.
- selvstændigt kunne indsamle og bearbejde information samt tilvejebringe overblik over denne
- demonstrere viden om/forståelse af politiske, økonomiske, sociale og kulturelle forhold i USA
- være i stand til at identificere forskelle/ligheder mellem det amerikanske og det danske samfund, hvor dette er relevant

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen er koncentreret om amerikanske forhold, fx American people, education, constitution, federalism, political parties, Congress, Presidency, Supreme Court og social services. I kurset indgår en række skriftlige opgaver med fokus på amerikansk samfund og kultur.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består af en kombination af holdundervisning, diskussioner, mundtlige oplæg samt et antal obligatoriske, skriftlige opgaver.

e. Pensum:

200-300 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Jf. karakterbekendtgørelsen og under hensyntagen til niveauet på bacheloruddannelsens 3. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, beskrevet i § 2, særligt pkt. 1-7, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte og bundne hjemmeopgaver. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag.

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | 4 ud af 5 bundne opgaver |
| Sideomfang: | ca. 1 normalside pr. opgave |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 34. Language and Culture UK

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i 4. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal

- kunne formidle samfundsmæssig og kulturel viden/forståelse på et præcist og korrekt engelsk, mundtligt såvel som skriftligt
- selvstændigt kunne indsamle og bearbejde information samt tilvejebringe overblik over denne

- demonstrere viden om/forståelse af politiske, sociale og kulturelle forhold i Storbritannien
- være i stand til at identificere forskelle/ligheder mellem det britiske og det danske samfund, hvor dette er relevant.

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen er koncentreret om britiske forhold, fx British people, education, constitution, election system, political parties, Parliament, government, welfare state. I kurset indgår en række skriftlige opgaver med fokus på britisk samfund og kultur.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning, diskussioner, mundtlige oplæg samt en række obligatoriske, skriftlige opgaver.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensynstagen til karakterbekendtgørelsen og til niveauet på bacheloruddannelsens 4. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, beskrevet i § 2, særligt pkt. 1-7, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Eksamen afvikles ved to delprøver, dels ved en individuel skriftlig prøve, dels ved en mundtlig prøve på engelsk. Hver af de to delprøver skal have opnået mindst karakteren 02, for at den samlede prøve er bestået.

Skriftlig prøve:

Prøven består af en eller flere bundne skriftlige opgaver (omfang ca. 1600 typeenheder), fx en oversættelse til eller fra engelsk, eller et essay om et emne inden for pensum. Oversættelsens udgangssprog bestemmes ved lodtrækning i hver enkelt eksamenstermin. Lodtrækningsordningen gælder således for såvel den ordinære eksamen som for reeksamen.

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2,5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 2,5 ECTS |

Mundtlig prøve med udgangspunkt i synopsis:

Den mundtlige prøve tager udgangspunkt i en synopsis, som den studerende udarbejder individuelt. Oplægget udarbejdes på engelsk på grundlag af et selvvalgt emne inden for

pensum i Language and Culture US og Language and Culture UK. Synopsen skal indeholde en kort introduktion til emnet samt en diskussion og perspektivering af dette.

Ved den mundtlige eksamen indleder den studerende med en uddybning af synopsen på engelsk. Eksaminators spørgsmål tager ligeledes udgangspunkt i oplægget. Andre emner indenfor pensum inddrages i eksaminationen. Eksamen skal dokumentere den studerendes kendskab til det valgte emne samt til at perspektivere dette emne i forhold til det øvrige pensum og til at formidle stoffet hensigtsmæssigt.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af synopsis

Synopsis:

Omfang: 2-3 normalsider pr. studerende

Flere studerende kan bidrage til opgaven: Nej

Individuel mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Synopsis samt evt. noter til synopsis.

Censur: Ekstern prøve

Bedømmelse: 7-trinsskala. Der gives to karakterer: Der gives én karakter for indhold, der er et udtryk for en helhedsbedømmelse af den mundtlige og den skriftlige del. Der gives én karakter for mundtlig sprogfærdighed med hovedvægt på udtryksfærdighed og udtale. Begge karakterer skal være min. 02 for at den studerende kan bestå.

Vægtning: 2,5 ECTS

§ 35. Business Writing

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- anvende teoretisk viden til at planlægge og løse kommunikationsopgaver som forekommer i en organisations interne og eksterne kommunikation på engelsk.
- beskrive og analysere skriftlige kommunikationsopgaver ved hjælp af relevant teori, som f.eks. genreteori og teori om høflighed
- formulere sig skriftligt på et professionelt niveau, dvs. på grammatisk korrekt engelsk med respekt for stilniveau, terminologi og kommunikative funktioner
- løse frie og bundne kommunikationsopgaver indenfor organisationskommunikation.

c. Undervisningsfagets indhold

Der gennemgås forskellige teoretiske og metodiske forudsætninger for at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationers kommunikation. Med udgangspunkt i en kort introduktion til almene kommunikationsmodeller forretningskorrespondancens formalia og opstilling gennemgås eksempler fra

standardforretningssituationer som konkrete kommunikationssituationer. Der arbejdes med fx oversættelse, tekstbearbejdning og selvstændig formulering af forretningsbreve, presmeddelelser m.v. Der kan inddrages elementer fra kommunikativ og pragmatisk tekstanalyse samt genreteori.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består af en kombination af klasseundervisning, diskussioner, evt. oplæg og skriftlige øvelser.

e. Pensum:

200-300 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensform og niveauet på bacheloruddannelsens 3. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 2-7, og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver i det gennemgåede stof. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag på Blackboard.

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | 4 ud af 5 bundne opgaver |
| Sideomfang: | ca. 1 normalside |
| Sprog: | Engelsk |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Evt. reeksamen afvikles som en individuel skriftlig prøve i oversættelse eller selvstændig formulering af forretningsbrev.

Reeksamensbestemmelser

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Sprog: | Engelsk |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |

§ 36. Intercultural Market Communication

Interkulturel markedskommunikation

a. **Undervisningens omfang:**

2 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Efter endt kursus skal den studerende kunne demonstrere teoretisk og analytisk viden om

- interkulturel teori og metode i en markedskommunikativ kontekst
- kunne anvende denne viden til at analysere praktiske problemstillinger i forhold til interkulturel markedskommunikation i en række sammenhænge, samt diskutere og vurdere forskellige interkulturelle teoriers styrker og svagheder
- anvende den teoretiske viden til at håndtere, skriftligt og mundtligt virksomhedsrelaterede kommunikationsopgaver med interkulturelle facetter på engelsk
- formulere sig skriftligt på et professionelt niveau, dvs. på et i alt væsentligt grammatisk korrekt engelsk med anvendelse af fagterminologien og på et stilistisk adækvat niveau

c. **Undervisningsfagets indhold**

Der gennemgås forskellige teoretiske og metodiske værktøjer mhp. forståelse, analyse og håndtering af interkulturelle emner og problemstillinger. Studerende vil blive trænet i at analysere, planlægge og udføre en række kommunikationsopgaver i relation til organisationers interkulturelle markedskommunikation. Der arbejdes med en række kommunikationssituationer og materialer. Kurset lægger desuden op til diskussion af forskellige interkulturelle værktøjers relative styrker og svagheder.

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Kurset består af en kombination af holdundervisning, diskussioner, evt. oplæg og mundtlige såvel som skriftlige øvelser.

e. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensform og bacheloruddannelsens 4. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 3-7, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. **Eksamensbestemmelser:**

Faget afsluttes ved en bunden hjemmeopgave på baggrund af et skriftligt oplæg.

| | |
|----------------------|---------------------|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave |
| Omfang: | 6-8 normalsider |
| Sprog: | Engelsk |
| Flere studerende kan | |

| | |
|----------------------|---------------|
| bidrage til opgaven: | Nej |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 37. Language and Globalization

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 5. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- selvstændigt tilegne sig viden om udvalgte emner og aktuelle problemstillinger i et bredt udsnit af lande og regioner
- formidle denne viden mundtligt og skriftligt

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset vil koncentrere sig om aktuelle problemstillinger i et bredt udsnit af lande og regioner belyst gennem globale medier, forskningsresultater, film, mv. Vægten vil blive lagt på at perspektivere og gå i dybden med de valgte emner.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning, diskussioner, et obligatorisk projektforsløb som træning til eksamensprojektet og mundtlige oplæg, hvor der lægges vægt på, at den studerende kan arbejde selvstændigt med kursets emner.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 5. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen. Der lægges i bedømmelsen endvidere vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, beskrevet i § 2, særligt pkt. 1-7, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

1.

Det er en forudsætning for at indstille sig til den skriftlige afsluttende eksamen, at den studerende i løbet af kurset har bestået en *bunden hjemmeopgave* (i form af en skriftlig afleveringsopgave eller mundtlig fremlæggelse) i relation til de gennemgåede problemstillinger. *Afleveringsfristen* meddeles af underviseren samt ved opslag ved undervisningens begyndelse.

| | |
|------------|---|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave (skriftlig eller mundtlig) |
| Omfang: | fastsættes af underviseren og meddeles ved undervisningens begyndelse |

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 0 ECTS |

2.

Faget afsluttes med en fri hjemmeopgave inden for kursets pensum. Den studerende vælger selv et emne, og problemstillingen skal godkendes af underviser.

| | |
|---|--|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Omfang: | 6-8 normalsider pr. studerende |
| Flere studerende kan bidrage til opgaven: | Max. 3 studerende |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala. Der gives én karakter som udtryk for en helhedsbedømmelse af projektets indhold og skriftlig formidlings-evne. |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 38. Organisational Communication 1 & 2

Organisationskommunikation 1 & 2

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 5. og 6. semester

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- anvende den teoretiske viden til at løse frie og bundne virksomhedsrelaterede kommunikationsopgaver på engelsk
- formulere sig skriftligt på et professionelt niveau, dvs. på et i alt væsentligt grammatisk korrekt engelsk med anvendelse af fagterminologien og på et stilistisk adækvat niveau
- foretage en sproglig revision af andres tekster og give konstruktivt formuleret faglig og metodisk kritik

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen bygger videre på Business Writing og Interkulturel Markedskommunikation. Faget fokuserer på mere avancerede kommunikationssituationer i virksomheden samt det internationale samfund. Der lægges vægt på en bred vifte af emner, herunder virksomhedens interesser bredt betragtet, drivkræfter, som påvirker virksomhedens muligheder for succes på den globale markedsplads. Andre centrale emner for undervisningen er virksomhedens økonomiske forhold. Endvidere behandles virksomhedens rolle globalt set, herunder internationale makroøkonomiske konjunkturer, såsom f.x. betydningen af rentesats og inflation for erhvervsliv og samfundsøkonomi. I den skriftlige sprogproduktion arbejdes teoretisk og praktisk med formulering, formidling og oversættelse af virksomhedsrelaterede tekster samt resuméer

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består af en kombination af holdundervisning, diskussioner, evt. oplæg og mundtlige såvel som skriftlige øvelser, herunder fx oversættelser imellem dansk og engelsk af erhvervs- og samfundsøkonomiske samt resuméopgaver.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensform og niveauet på 5. og 6. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2- 7, og 10-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterenskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Organisational Communication 1

Den studerende skal i løbet af kurset bestå 4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver i det gennemgåede stof. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisningens begyndelse og meddeles ved opslag.

| | |
|-------------|--|
| Prøveform: | Beståelse 4 ud af 5 skriftlige opgaver |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Organisational Communication 2

Faget afsluttes med en individuel skriftlig prøve. Den skriftlige prøve består af to dele, der afvikles på samme dag med ½ time pause mellem de to dele. Prøven kan bestå af:

- a) en oversættelse eller en fri tekst på ca. 1400 typeenheder inden for det virksomhedsrelaterede område fra dansk til engelsk.

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2,5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 2,5 ECTS |

b) referat/resumé udarbejdet på dansk på basis af en engelsk virksomhedsrelateret tekst. Den engelske tekst har en længde af ca. 3 normalsider. Besvarelsen skal have et omfang af ca. 1400 typeenheder (ca. 250 ord).

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 2,5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 2,5 ECTS |

Kommunikation

§ 39. Tale og tekst

Introduction to Rhetorics

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1.semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- producere mundtlige og skriftlige oplæg i forhold til de særlige situationer nævnt under "undervisningsfagets indhold"
- ud fra den gennemgåede teori og metode redegøre for, hvordan mundtlige og skriftlige oplæg tilpasses kommunikationssituation og målgruppe, og herunder redegøre for anvendeligheden af de retoriske redskaber og grundbegreber
- foretage en retorisk analyse af eksisterende organisationskommunikative tekster (mundtlige og skriftlige)

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset introducerer til en moderne forståelse af retoriske redskaber og grundbegreber, såsom argumentationsteori, appellformer, eksemplificering, troværdighed, topik og disposition. Grundbegreberne gennemgås og anvendes til analyse og produktion af såvel mundtlige som skriftlige tekster.

Kurset fokuserer på mundtlig tekstproduktion og praktisk fremførelse inden for genrer relevante for organisationskommunikation. Der fokuseres på virkelighedsnære formidlingssituationer, fx de studerendes fremlæggelser og oplæg i undervisningssituationer samt jobrelaterede situationer, såsom fremlæggelser i større og mindre forsamlinger (arbejds- og projektgrupper, bestyrelser, udvalg, generalforsamlinger osv.)

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset veksler mellem holdundervisning, gruppearbejde, holddiskussioner og de studerendes mundtlige fremstillinger, samt feedbackforløb.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr 1-4 som kurset i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

1.

Det er en forudsætning for at indstille sig til den skriftlige afsluttende eksamen, at den

studerende i løbet af kurset har bestået en *bunden hjemmeopgave* (i form af en skriftlig afleveringsopgave eller mundtlig fremlæggelse) i relation til de gennemgåede problemstillinger. *Afleveringsfristen* meddeles af underviseren samt ved opslag ved undervisningens begyndelse.

| | |
|-------------|---|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave (skriftlig eller mundtlig) |
| Omfang: | fastsættes af underviseren og meddeles ved undervisningens begyndelse |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 0 ECTS |

2.

Kurset afsluttes med en mundtlig prøve på baggrund af et skriftligt manuskript. Ved den mundtlige prøve redegøres der for den retoriske situation (tid, sted og genre), afsenderrolle, emne formål og målgruppe. Eksaminationen fortsætter herefter som en dialog med spørgsmål fra eksaminatorerne.

| | |
|----------------------|--|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Omfang: | Oplæg min. 1,5 normalside pr. studerende |
| Flere studerende kan | |
| Bidrage til opgaven: | Nej |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur |
| Hjælpemidler: | Manuskript til oplægget samt noter |
| Sprog: | Dansk |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 40. Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2

Text Analysis and Text Production 1&2

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. og 2. semester

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- karakterisere den kommunikationssituation, som er udgangspunkt for organisationens planlagte kommunikationsindsats og redegøre for relevante kommunikationsmodeller
- analysere organisationers interne og eksterne kommunikation med henblik på at udarbejde tekster, der målrettet bidrager til løsning af organisationens kommunikationsopgaver

- foretage en målgruppeanalyse af de segmenter, organisationen ønsker at kommunikere med
- redegøre for de sproglige og kommunikative strategier, der ligger til grund for den udarbejdede kommunikationsindsats.

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen omfatter en systematisk indføring i kommunikationsteorier og modeller, der er egnet til at analysere organisationers interne og eksterne kommunikation, herunder en introduktion til tekstlingvistik og genre teorier. Der arbejdes især med den praktiske udformning af målrettede tekster inden for organisationens interne og eksterne kommunikation. Kurset Dansk sprog og Grammatik på 1. semester danner det grammatiske og lingvistiske fundament for dette kursus.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussion, gruppearbejde med studenteroplæg på baggrund af cases. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen. Undervisningen foregår dels som fællesundervisning med dialogforelæsninger og dels som øvelsestimer med fremlæggelse af opgaver.

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 1-5, og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1

Prøveform: Undervisningsdeltagelse jf. § 11

Bedømmelse: Bestået/Ikke-bestået

Censur: Intern prøve 1 eksaminator

Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Prøveform: Bunden skriftlig prøve under tilsyn

Varighed: 5 timer

Hjælpemidler: Alle hjælpemidler

Sprog: Dansk

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2
 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2 indgår i 1. årsprøven.

Den studerende forelægges en ukendt case med en intern og/eller ekstern kommunikationsopgave, skal analysere opgaven, udforme tekster til løsning af opgaven samt på baggrund af relevante teoretiske begreber kunne redegøre for løsningsforslagene.

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave |
| Varighed: | 5 døgn |
| Sideomfang: | 10-12 normalsider for én 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. |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 41. Markedssemiotik *Market Semiotics*

- a. Undervisningens omfang:**
 2 timer ugentligt i gennemsnit i 2.semester
 Vægtning: 5 ECTS
- b. Målbeskrivelse:**
 Kurset skal kvalificere den studerende til at arbejde strategisk med brugen af tegn i virksomhedens kommunikation. Herunder at:
- analysere kommunikation ved hjælp af semiotiske begreber og teorier
 - rådgive om praktisk anvendelse af tegn i virksomhedskommunikation
 - planlægge brugen af tegn ud fra målgruppeanalyse.
- c. Undervisningsfagets indhold**
 Kurset introducerer de studerende for en overordnet forståelse af semiotikken som *videnskaben om tegn* med udgangspunkt i centrale teoretikere (som fx. Peirce, Saussure og Barthes el. andre) samt kernebegreber som symboler, koder, syntagmer, paradigmer og myter. Endvidere introducerer kurset til en semiotisk forståelse af markedsudvekslingernes symbolske karakter. I undervisningen lægges der vægt på at arbejde praktisk med semiotikkens begreber til både at planlægge og analysere markeds kommunikation – herunder eksempelvis produktballager, butiksyndretning, reklamer og hjemmesider

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen på kurset er fortrinsvis baseret på diskussion og fremlæggelse af analyser.

e. Pensum:

Ca. 400 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 8, og 9-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Markedssemiotik indgår i 1.årsprøven

Faget afsluttes med en mundtlig prøve på baggrund af en synopsis, som skal indeholde en formulering af det problem, den studerende ønsker at belyse. Problemet skal analyseres ved hjælp af fagets teorier og metode.

Ved den mundtlige eksamination får den studerende 5 minutter til at præsentere et selvvalgt aspekt ved sit emne. Præsentationen skal omfatte analyse og/eller et begrundet forslag til handling. Eksaminationen fortsætter herefter som en dialog med spørgsmål fra eksaminatorerne.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af synopsis

Oplæg:

Omfang: 3 normalsider pr. studerende

Flere studerende

kan bidrage

til opgaven: Nej

Individuel mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpe midler: Oplæg samt evt. noter eller præsentationsmateriale

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 5 ECTS

§ 42. Branding

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Formålet med kurset er, at de studerende oparbejder en forståelse af brandingbegrebet.

Kurset skal kvalificere den studerende til at kunne

- analysere en virksomheds brandingstrategier
- vurdere fordele og ulemper ved forskellige strategier
- udforme brandingstrategier
- konstruere storytelling på strategisk såvel som operationelt niveau

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset introducerer de studerende til en kommunikationsteoretisk forståelse af branding. På kurset gennemgås de vigtigste brandingstrategier inden for corporate branding og produkt branding. Herunder storytelling, som behandles indgående. Her vil de studerende blive introduceret til grundlæggende modeller som f.eks. aktantmodellen, berettermodellen og de fem nyhedskriterier. Desuden inddrages begreber og temaer som brand equity, co-branding, og celebrity branding i undervisningen.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen på kurset tilrettelægges som dialogbaseret holdundervisning med inddragelse af småopgaver som præsenteres på holdet.

e. Pensum:

Ca. 600 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 3. 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 § 2, særligt pkt. 8, 9-12 og 13-15 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Faget afsluttes med en mundtlig prøve på baggrund af en synopsis, som skal udarbejdes individuelt. Den studerende udarbejder selv en problemformulering, som ligger inden for fagets pensum og som godkendes af underviseren på holdet. De studerende sættes i gang med synopsisen i sidste halvdel af semestret.

Mundtlig prøve:

Den mundtlige prøve tager udgangspunkt i den afleverede synopsis, men kan omfatte hele pensum. Ved den mundtlige eksamination får den studerende 5 minutter til at forklare og uddybe et aspekt af synopsis, hvorefter eksaminationen fortsætter som en dialog med spørgsmål fra eksaminator og censor.

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpe midler: Synopsis samt evt. noter og præsentationsmateriale

| | |
|-------------|----------------------------------|
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 43. Visuel analyse og design

Visual Analysis and Design

a. **Undervisningens omfang:**

4 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester
Vægtning: 10 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Den studerende skal kunne

- anvende grundlæggende teoretisk og produktionsmæssig viden om visuel kommunikation
- analysere og designe visuel kommunikation, herunder have grundlæggende forståelse af visuelle formers rolle som ressource i organisationers potentielle udtryksformer
- løse visuelle kommunikationsopgaver og herunder indgå i tværfaglige samarbejder om disse
- kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne.

c. **Undervisningens indhold**

Undervisningen forener et teoretisk afsæt i visuel semiotik med en indføring i praktisk kendskab til produktionsteknik og belyser således emner som billedkomposition, grafisk form- og farvelære, typografi og sats m.m. fra både teoretisk og praktisk perspektiv.

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Forelæsninger, holddiskussion, e-læring, gruppearbejde, studenterooplæg samt praktiske øvelser i både analyse og design. Undervisningen tilrettelægges ud fra uddannelsen og disciplinens placering i studieforløbet.

e. **Pensum:**

Ca. 400 sider

f. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 3. og 4. semester lægges der vægt på, i hvilken grad, den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 2, særligt pkt. 2-7, og 8, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. **Eksamensbestemmelser:**

De studerende vælger efter samråd med underviseren 1 ud af de 3 cases, som underviseren fremlægger. Denne case analyseres og vurderes. Der prøves endvidere i design af visuel produktion.

| | |
|------------------------------|--|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Omfang: | 12-15 normalsider samt 2 designforslag pr. studerende |
| Bidrag fra flere studerende: | Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøj fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 44. Kommunikationsplanlægning

Communication Planning

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal

- demonstrere en grundlæggende viden om og færdigheder i planlægning af kommunikationsopgaver fra idé og situationsanalyse og til udformning og evaluering.
- Foretage relevante økonomiske overvejelser

c. Undervisningens indhold

I undervisningen behandles emner som organisations- og situationsanalyse, valg af målgrupper, formulering af målsætninger, valg af budskaber og medier, budgetlægning, evaluering af kommunikationsindsatsen samt relevante juridiske forhold i forbindelse med kommunikationsprojekter. Emnerne analyseres og tages i anvendelse i relation til udvalgte teorier og modeller i kommunikationsplanlægning.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussion, e-læring, gruppearbejde, praktiske øvelser og studenteroplæg. Undervisningen tilrettelægges ud fra uddannelsen og disciplinens placering i studieforløbet

e. Pensum:

Ca. 600 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 4. 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 § 2, særligt pkt. 2-7 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende udvælger et eksempel på en intern og/eller ekstern opgave inden for kommunikation i en organisation.

| | |
|------------------------------|--|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Sideomfang | |
| pr. studerende: | 10-12 normalsider 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 |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 45. Kultur, kommunikation og forandring i organisationer

Culture, Communication and Change in Organizations

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 5. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- redegøre for, diskutere og vurdere væsentlige teorier og metoder til analyse af organisationers kultur og kommunikation
- arbejde med forandring i organisationer ud fra en kognitiv, kommunikativ og kulturel forståelse
- diskutere kommunikative problemstillinger i forbindelse med kultur og forandring samt foreslå relevante løsningsforslag

c. Undervisningens indhold

I forlængelse af kulturbegrebet introduceret i Organisationsteori gives en indføring i væsentlige teorier og metoder til analyse af organisationers kultur og kommunikation – herunder de kognitive aspekter af organisationskultur som fx sense-making, gruppethænkning og distribueret kognition. Der arbejdes med at analysere eksempler på organisationers kommunikation med brug af de gennemgåede teorier og metoder samt at identificere relevante sproglige, kognitive, kulturelle og kommunikative problemstillinger i virksomheden samt diskutere og foreslå løsninger heraf.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussion og workshops

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 4. 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 § 2, særligt pkt. 2-7, 8, 9-12 og 13-15 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakter skalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende udvælger et eller flere eksempler på en organisations kommunikation, som skal analyseres ved hjælp af relevante teorier og metoder om organisationers kultur og kommunikation med henblik på at identificere problemområder heri samt foreslå relevante løsningsforslag. Emnet vælges i løbet af semestret og problemformulering godkendes af underviser.

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Sideomfang: | 12-15 normalsider 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. |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 46. Innovation, projektledelse og teamsamarbejde

Innovation, Project Management and Team Collaboration

a. Undervisningens omfang:

4 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester
Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- udvikle, analysere og realisere en forretnings- eller projektidé
- analysere behovet og interessen for denne idé
- udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen, der analytisk er funderet i viden om innovation, entreprenørskab, projekt- og teamarbejde
- evaluere og diskutere egne og andres ideer på en konstruktiv måde.

c. Undervisningens indhold

Undervisningen omfatter derfor en indføring i innovationsbegreber og relaterede begreber om entreprenørskab, idégenerering, markedsanalyse og realisering af en idé, projektbegreber, grundelementer i projektarbejde, hovedfaser i et projektforsøg og organisering af projektforsøg, begreber om teamsamarbejde, kompetenceafklaring. grup-

peprocesser og samarbejde i og omkring entreprenante og innovative udviklingsprojekter, herunder opstart af og udviklingsfaser i samarbejdet internt såvel som eksternt samt håndtering af muligheder og konflikter i samarbejdet.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, diskussioner, gruppearbejde, e-læring, præsentationer ved de studerende. I løbet af den første måned af forløbet forudsættes det, at de studerende danner grupper til arbejdet med en idé samt mundtlig og skriftlig formidling af ideen. I resten af forløbet forudsættes et betydeligt gruppearbejde uden for undervisningen. Undervisningen tilrettelægges ud fra uddannelsen og disciplinens placering i studieforløbet.

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 4. 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 § 2, særligt pkt. 8, 9-12 og 13-15 som faget i særlig grad understøtter. Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

Eksamen afvikles ved aktiv og tilfredsstillende deltagelse. I undervisningsdeltagelsen indgår følgende: I løbet af undervisningen udarbejdes i grupper enten en projektplan eller en forretningsplan for ideen. Planen afleveres ved undervisningens afslutning. Ud fra analyserne i planen præsenterer gruppen ideen for alle studerende på kurset ved et seminar i slutningen af forløbet. De øvrige studerende fungerer som opponenter. Både egen plan og fremlæggelse samt opponertindlæg indgår i bedømmelsen.

Obligatoriske elementer i beståelse ved aktiv deltagelse:

- udarbejdelse af individuel kompetenceprofil ud fra kompetenceafklaring i starten af forløbet
- inddeling i teams på 3-4 personer, som arbejder med en idé gennem forløbet
- aktiv deltagelse generelt i undervisningen inklusiv løbende oplæg på baggrund af opgaver i teamet
- præsentation af ideen for holdet i slutningen af forløbet
- diskussion af andres ideer og oplæg
- udarbejdelse af en projekt – eller forretningsplan i teamet, som afleveres i slutningen af forløbet
- 80 % tilstedeværelse i timerne

I faget vil de studerendes arbejdsindsats typisk være fordelt på følgende måde:

Generelt skal der arbejdes aktivt i de fire ugentlige timer. Dertil kommer opgaver, som det enkelte team løser som forberedelse til undervisningen eller som under søgelser i forbindelse med arbejdet med ideen. Det forudsættes, at arbejdsindsatsen fordeles ligeligt mellem henholdsvis oparbejdelse af teoretisk viden og praktisk arbejde med den innovative idé. I relation til kravene om kompetenceafklaring, deltagelse i et team, udarbejdelse af forretnings/projektplan samt præsentation af ideen, skal hvert medlem af teamet bidrage individuelt i samme omfang som de andre teammedlemmer både i og udenfor timerne.

| | |
|-------------|----------------------------------|
| Prøveform: | Undervisningsdeltagelse jf. § 11 |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke-bestået |
| Vægtning: | 10 ECTS |

Reksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikkebestået |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 47. Strategisk ledelseskommunikation

Strategic Management Communication

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 6. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- planlægge kommunikation ud fra ledelsesmæssige strategier
- planlægge kommunikation under hensyn til virksomhedens mission, vision og værdier
- udforme kommunikationspolitikker
- planlægge og udføre kvalitetsstyring af kommunikation
- rådgive virksomheder om krisekommunikation og risikokommunikation

c. Undervisningens indhold

I undervisningen gives en grundlæggende introduktion til virksomhedens kommunikation på strategisk ledelsesniveau. I kurset diskuteres emner som virksomhedens identitet, image, strategisk PR, CSR, krisekommunikation, forandringskommunikation og corporate storytelling samt særlige udfordringer ved offentlig kommunikation.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen på kurset veksler mellem holdundervisning, studenteroplæg samt praktisk analyse af forskellige virksomheders kommunikation.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 6. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især 8, 9-12 og 13-14 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Faget afsluttes med en mundtlig prøve, hvor den studerende trækker en række spørgsmål.

| | |
|---------------|------------------------------|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur. |
| Forberedelse: | 20 min. |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

International Marketing

§ 48. Markeds- og brancheanalyse

Markets and Industries

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Formålet med kurset er at give den studerende en introduktion til markedsføringsbegrebet. Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- anvende grundlæggende modeller
- foretage markedsanalyse under hensyntagen til metodiske overvejelser
- vurdere hensigtsmæssigheden af forskellige analysemetoder
- definere og afgrænse en branche
- foretage konkurrentanalyse

c. Undervisningens indhold

Den studerende vil blive præsenteret for markedsføringsbegrebet samt udviklingen indenfor dette. Derudover arbejdes der med virksomhedens interne situation, herunder bl.a. SWOT-analysen. Der lægges særlig vægt på markedsanalyse og metode, herunder desk research, field research samt kvalitative og kvantitative analyser. De studerende skal kunne anvende redskaberne til at foretage konkurrent- og brancheanalyser. Et vigtigt element i denne proces vil være at arbejde med markedsafgrænsning.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2-5, 8, og 9-12, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Markeds- og brancheanalyse indgår i 1. årsprøven.

Prøven i dette fag afholdes sammen med prøven i Samfundsøkonomi 1 (se § 49). Markeds- og brancheanalyse vægtes med 50 % ved prøven.

Prøven består i udarbejdelse af en projektrapport på dansk efterfulgt af en mundtlig prøve, der tager udgangspunkt i det skriftlige projekt, der således indgår indirekte i bedømmelsen. Rapporten udarbejdes i grupper à 2-3 studerende.

Rapporten skal være en markedsanalyse af en selvvalgt branche, hvor der trækkes på den relevante teoretiske baggrund fra Markeds- og branceanalyse samt Samfundsøkonomi 1. Opgaven er baseret på indsamling af sekundære data, som bearbejdes af den studerende.

Problemstillingen skal godkendes af underviseren.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af frit projekt
Projekt:
Omfang: 4 - 5 normalsider pr. studerende ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag. Dog minimum 12 normalsider pr. opgave.

Flere studerende kan bidrage til opgaven: Ja, max. 3 studerende

Individuel mundtlig prøve:

Eksaminationen tager udgangspunkt i det afleverede projekt. Ved eksaminationen får den studerende 5 min. til at forklare og/eller uddybe et aspekt af rapporten, hvorefter eksaminationen fortsætter som en dialog med spørgsmål fra underviser og censor. Der kan forventes spørgsmål til pensum.

Varighed: 30 min. inkl. censur
Forberedelse: Nej
Hjælpe midler: Projektet samt evt. noter til oplæg.
Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse: Bestået/Ikke bestået
Vægtning for den samlede prøve: 10 ECTS

§ 49. Samfundsøkonomi 1

Business and Society 1

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med Samfundsøkonomi 1 er at bibringe den studerende en forståelse for samspillet mellem samfund, politik og virksomhed i et mikroøkonomisk perspektiv.

Efter kursets afslutning skal den studerende kunne

- redegøre for, hvordan lovgivning og regulering spiller ind på efterspørgslen
- redegøre for prismekanismer, herunder konkurrenceformers betydning
- redegøre for samspillet mellem virksomheden og samfundet

- diskutere ligevægt i åben økonomi og international handel
- analysere udbud og efterspørgsel, herunder skatters og afgifters indvirkning herpå

c. Undervisningens indhold

- Kursus 1 i samfundsøkonomi giver den studerende indblik i erhvervsforhold og økonomisk politik i Danmark og andre relevante lande i et mikroøkonomisk perspektiv. Kurset omfatter følgende emner: introduktion
- markedsmekanismer, vækst
- Efterspørgsel, prismekanismer, marginal revenue
- Profitmaksimering, omkostningsstruktur
- Market power, markedsstruktur og konkurrence, konkurrence politik, regulering
- Indkomstfordeling, markedsfejl, arbejdsmarked
- Økonomisk vækst og miljø

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 5, og 8, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven i dette fag afholdes sammen med prøven i Markeds- og brancheanalyse (se § 48). Samfundsøkonomi 1 vægtes med 50 % ved prøven.

§ 50. Købsadfærd

Consumer Behaviour

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at indføre den studerende i segmentering, positionering samt købsadfærd.

Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- foretage markedssegmentering ud fra relevante kriterier
- foretage et målgruppevalg
- analysere købsadfærd
- anbefale positioneringsstrategier for produkter og virksomheder
- skelne mellem B2B og B2C markeder samt redegøre for væsentlige forskelle
- skelne mellem fysiske produkter og service

c. Undervisningens indhold

Den studerende præsenteres for redskaber til at foretage markedssegmentering. Der fokuseres på målgruppevalg både i et nationalt og internationalt perspektiv ligesom den studerende skal beskæftige sig med købsadfærd på henholdsvis B2B og B2C markedet. Den studerende introduceres til produktbeslutninger og service og vil bl.a. komme omkring:

- Maslows behovspyramide
- Freuds Id, Ego og Superego
- S-O-R model
- Forbrugerkaraktistika og livsstil
- Køberens beslutningsproces på henholdsvis B2C og B2B
- Målgruppestrategier
- Positioneringskort
- Produktbeslutning

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 2. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2, 3, 4, 5, og 9-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakter skalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består i udarbejdelse af en projektrapport på dansk efterfulgt af en mundtlig prøve, der tager udgangspunkt i det skriftlige projekt, der således indgår indirekte i bedømmelsen. Rapporten udarbejdes i grupper à 2-3 studerende.

Den studerende skal lave en analyse af købsadfærd, hvori der indgår et internationalt aspekt. Undersøgelsen af købsadfærd skal helt eller delvist baseres på primært indsamlede data og der skal nøje argumenteres for den valgte metode – evt. kombination af metoder. Den studerende udarbejder selv problemformulering, som skal godkendes af underviseren.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af projekt

Projekt:

Omfang: 12-15 normalsider pr. projekt ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag.

Flere studerende kan bidrage

til opgaven: Ja, max. 3 studerende

Individuel mundtlig prøve:

Eksaminationen tager udgangspunkt i det afleverede projekt. Den studerende får mulighed for at starte eksaminationen med en præsentation af 5 min. varighed.

Varighed: 20 min. inkl. censur
Forberedelse: Nej
Hjælpemidler: Projektet samt evt. noter til oplæg.
Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse: 7-trinsskala
Vægtning: 5 ECTS

§ 51. Markedsføringsplanlægning

Marketcommunication Planning

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at bibringe de studerende en viden om de forskellige kommunikationskanaler indenfor markedskommunikation. De studerende skal kunne vurdere fordele og ulemper ved forskellige medier under hensyntagen til budskab, målgruppe samt virksomhedens budget.

Efter endt kursus skal de studerende kunne:

- vurdere fordele og ulemper ved forskellige medier
- sammensætte et passende mediemix ud fra strategiske og taktiske valg
- udforme en begrundet markedsføringsplan under hensyntagen til budget

c. Undervisningens indhold

Kurset omhandler markedskommunikation og introducerer grundlæggende kommunikationsmodeller samt kommer omkring forskellige kommunikationsformer og –kanaler. Der diskuteres fordele og ulemper ved forskellige strategiske medievalg, herunder mediets indflydelse på budskabet samt prisniveau. Ved hjælp af overvejelser omkring segmentering og positionering skal de studerende også kunne argumentere for taktiske medievalg. Desuden belyses evt. kulturelle forskelle, som det kan være nødvendigt at tage højde for i forbindelse med interkulturel kommunikation. De studerende præsenteres også for begreberne markedsføringsplan samt markedsføringsbudget.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet, ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 2. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9-12 og 13-14 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består af en caseopgave, som besvares gruppevis og efterfølgende forsvares individuelt ved en mundtlig eksamination. Caseopgaven bedømmes ikke særskilt, men er en forudsætning for indstilling og deltagelse i den individuelle mundtlige prøve. Alle gruppemedlemmer er derfor ansvarlige for hele casebesvarelsen.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af caseopgave
Caseopgave:
Omfang: 4 - 5 normalsider pr. studerende
ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag.

Flere studerende
kan bidrage
til opgaven: Ja, max. 3 studerende

Individuel mundtlig prøve:

Eksaminationen tager udgangspunkt i den afleverede caseopgave.

Varighed: 30 min. inkl. censur
Forberedelse: Nej
Hjælpe midler: Caseopgave samt evt. noter til oplæg
Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse: 7-trinsskala
Vægtning for
den samlede prøve: 5 ECTS

§ 52. Internationaliseringsstrategier

Strategies for Internationalisation

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Kurset omhandler internationaliseringsprocessen. Målet er at give den studerende en forståelse af forskellige eksportmotiver. De skal kunne udforme internationaliseringsstrategier ud fra hensyn til virksomhedens størrelse og økonomi.

Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- redegøre for forskellige eksportmotiver
- foretage landevælgelse på baggrund af relevante kriterier
- anbefale indtrængningsstrategier

- vurdere fordele og ulemper ved forskellige distributionsstrategier på målmarkedet
- give begrundede anbefalinger om prisfastsættelse

c. Undervisningens indhold

Kurset omhandler eksportmotiver, markedsudvælgelse, internationaliseringsstrategier, markedspenetreringsstrategier og distributionsformer, prisfastsættelse samt produkt-overvejelser og serviceparametre.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

Den studerende skal i undervisningen trænes i at stille de rigtige spørgsmål og skal derfor indgå i et opponeringsforløb i løbet af semestret. Fremlæggelse og opponering foregår gruppevis på baggrund af en projektrapport, som skal være et forslag til en internationaliseringsstrategi for en faktisk virksomhed.

Projektet skal indeholde en markedsudvælgelse baseret på landebeskrivelser ud fra sekundære data. Projektrapporten udarbejdes i første halvdel af semestret. Omfang: Projektet skal have et omfang på 4-6 normalsider pr. studerende, dog minimum 15 normalsider pr. projekt eksklusiv forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og evt. bilag.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 3. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2, 3, 4, 5, , 8, 9-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 4 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 53. Samfundsøkonomi 2

Business and Society 2

a. Undervisningens omfang:

2 timer pr. uge i gennemsnit i 3. semester.
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at bibringe den studerende en forståelse for samspillet mellem samfund, politik og virksomhed i et makroøkonomisk perspektiv.

Efter kursets afslutning skal den studerende kunne

- Redegøre for bruttonationalproduktets bestanddele
- Redegøre for arbejdsmarkedet og arbejdsløshed
- Diskutere betydningen af finanspolitik og udenrigshandel
- Diskutere indhold og betydning af betalingsbalancen

c. Undervisningsfagets indhold

- Kurset bygger videre på Samfundsøkonomi 1, men fokus er her makroøkonomiske problemstillinger. Formålet er at give den studerende indblik i, hvordan samfundsøkonomien som en del af virksomhedens fjernmiljø har indflydelse på virksomhedens handlingsmuligheder. BNP – bruttonationalproduktets bestanddele
- Pristabilitet, inflation og centralbanker
- Rentesatser og pengepolitik
- Arbejdsløshed og arbejdsmarkedet
- Finanspolitik
- Udenrigshandel
- Kapitalbevægelser og udenlandske investeringer
- Betalingsbalancen
- Valutakurser og Euroen

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 3. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2, 3, 5 og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

| | |
|----------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 4 timer |
| Hjælpe midler: | Alle hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 54. Videregående organisationsteori

Advanced Organisational Theories

a. Undervisningens omfang:

2 timer pr. uge i gennemsnit i 4. semester.
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Kurset har til formål at give en grundlæggende indføring i forskellige discipliner inden for organisationsteori, så den studerende ser sammenhængen mellem hele organisationen og de enkelte afdelinger, herunder marketing afdelingen.

Efter kursets afslutning skal den studerende kunne

- identificere forskellige organisationstyper
- redegøre for fordele og ulemper ved forskellige organisationstyper
- redegøre for beslutningsprocesser i forskellige organisationsdesign

c. Undervisningsfagets indhold

- Hvad er en organisation – strukturer og processer
- Grupper og uformel struktur
- Individet i organisationen
- Ledelse og lederroller
- Beslutningsprocesser
- Strategi, organisationsændring

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 4. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 5 og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

| | |
|---------------|----------------------------------|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur |
| Forberedelse: | Nej |
| Hjælpemidler: | Ingen |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 55. Erhvervsøkonomi

Business Economics

- a. Undervisningens omfang:**
2 timer pr. uge i gennemsnit i 4. semester.
Vægtning: 5 ECTS
- b. Målbeskrivelse:**
Formålet med kurset er at give de studerende en grundlæggende indsigt i centrale dele af det erhvervsøkonomiske fagområde.
Efter endt kursus skal den studerende kunne
- beregne nøgletal ud fra en virksomheds årsrapport og analysere et regnskab
 - definere, fastlægge og anvende centrale omkostningsbegreber
 - have et operationelt kendskab til markeds- og optimeringsmodeller
 - anvende elasticitetsbegrebet i en erhvervsøkonomisk sammenhæng
 - foretage grundlæggende investeringsberegninger
 - redegøre for virksomhedens forskellige finansieringsmuligheder og vælge mellem deforeliggende muligheder
- c. Undervisningsfagets indhold**
Kurset er inddelt i temaer.
- Tema 1**
- Strategiproces og modeller
- Tema 2**
- Årsrapporten, indhold og reguleringsmæssig baggrund
 - Regnskabsanalyse
- Tema 3**
- Omkostninger
 - Pris-/mængdeoptimering
 - Elasticitetsbegrebet og dets anvendelse
- Tema 4**
- Investering, herunder kapacitetstilpasningsproblematikken
 - Finansiering – hvor skal virksomheden få pengene fra
- d. Undervisnings- og arbejdsformer:**
Undervisningen er baseret på en vekselvirkning i klassen mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver, som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet. Heri indgår erhvervelsen af et elementært kendskab til Excel regneark.
- e. Bedømmelseskriterier:**
Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 4. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 3 og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen består/ikke består markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består af en caseopgave, som besvares gruppevis og efterfølgende forsvares individuelt ved en mundtlig eksamination. Caseopgaven bedømmes ikke særskilt, men er en forudsætning for indstilling og deltagelse i den individuelle mundtlige prøve. Alle gruppemedlemmer er derfor ansvarlige for hele casebesvarelsen.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af caseopgave

Caseopgave:

Omfang: 4 - 5 normalsider pr. studerende
ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag.

Flere studerende
kan bidrage

til opgaven: Ja, max. 3 studerende.

Individuel mundtlig prøve:

Eksaminationen tager udgangspunkt i den afleverede caseopgave.

Varighed: 30 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Caseopgave samt evt. noter til oplæg

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning for
den samlede prøve: 5 ECTS

§ 56. Marketingprojekt

Marketing Project

a. Undervisningens omfang:

4 timer pr. uge i gennemsnit i 5. semester.

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at introducere de studerende til E-handel, relationsmarkedsføring, network marketing samt branding og oplevelsesøkonomi.

Efter endt kursus skal de studerende kunne:

- vurdere fordele og ulemper ved E-handel og E-marketing
- analysere ud fra en forståelse af, at virksomheden ikke er en isoleret størrelse, men indgår i et kompliceret samspil med omverdenen

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset omhandler relationsmarkedsføring, network marketing og E-handel. De studerende skal opnå en forståelse af de trusler og muligheder internettet byder på som markedsplads. Det er i 5. semester, de studerende udarbejder deres store projekt i International Marketing. Dette sættes i gang i starten af semestret med løbende vejledning og mulighed for midtvejsevaluering af projektet.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer samt vejledning i forbindelse med projektet. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver, som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 5. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9-12, og 13-16 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består af en projektrapport efterfulgt af et mundtligt forsvar. De/den studerende udarbejder selv en problemformulering, som skal godkendes af underviseren. Projektet kan omhandle alt inden for pensum i fagblokken International Marketing. Det er et krav, at den/de studerende har kontakt med en virksomhed under projektforsøbet. Det er den/de studerendes eget ansvar at finde en virksomhed at samarbejde med. Den enkelte studerendes bidrag til rapporten skal fremgå, således at det er muligt at differentiere bedømmelsen.

| | |
|---|---|
| Prøveform: | Projektrapport med mundtligt forsvar |
| <i>Projektrapport:</i> | |
| Omfang: | 12 normalsider pr. studerende ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag |
| Flere studerende kan bidrage til opgaven: | Ja, max. 3 studerende. |
| <i>Mundtlig prøve:</i> | |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur |
| Forberedelse: | Nej |
| Hjælpemidler: | Projektrapporten samt evt. noter til oplæg. |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala. Der gives én karakter, der er en helhedsvurdering af den skriftlige og den mundtlige del. |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 57. Kultur- og landestudier

Intercultural Perspectives

a. **Undervisningens omfang:**

2 timer pr. uge i gennemsnit i 6. semester.

Vægtning: 5 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Målet med kurset er at bibringe den studerende en dybere forståelse for det kulturelle element i international marketing.

Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- redegøre for hvordan kulturelle elementer spiller ind på vores måde at handle på
- rådgive omkring kulturelle præferencer i udvalgte lande på et niveau, der forholder sig kritisk til forenklinger og do's and don'ts

c. **Undervisningsfagets indhold**

Faget introducerer de studerende til grundlæggende kulturelle opfattelser, som har betydning for vores måde at opfatte verden på.

Kurset fokuserer på kultur og landestudier. De teoretiske begreber kombineres med landestudier, så den studerende får et indblik i de fremherskende kulturelle værdier i forskellige dele af verden.

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet ligesom arbejdsformen er tilrettelagt mod at træne de studerende i de udprøvningsformer, de vil blive stillet overfor under uddannelsen.

e. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 6. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 3, 4, 5, 9-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. **Eksamensbestemmelser:**

Mundtlig prøve i pensum.

| | |
|---------------|------------------------------|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur |
| Forberedelse: | 20 min. |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 58. Erhvervsret

Business Law

a. **Undervisningens omfang:**

2 timer pr. uge i gennemsnit i 6. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Målet er at give en indføring i de grundlæggende erhvervsretlige regler således at den studerende er i stand til under anvendelse af relevant terminologi at identificere og i et vist omfang at forholde sig til de erhvervsretlige problemer som kan forekomme i forbindelse med driften af en erhvervsvirksomhed.

Efter endt kursus skal den studerende kunne

- Identificere erhvervsretlige problemer, som kan forekomme i forbindelse med driften af en virksomhed
- Anvende den erhvervsretlige teori til at medvirke ved løsningen af sådanne problemer
- Anvende relevant terminologi i erhvervsretlige tekster

c. **Undervisningsfagets indhold**

Faget, der grundlæggende omfatter de retlige rammer for drift af en erhvervsvirksomhed, består af følgende hovedemner: selskabsformerne, den retlige regulering i forhold til kunder og leverandører, de retlige grænser for markedsføringen, de retlige muligheder for inddrivelse af gæld og retskrav i anledning af virksomhedens skadeforvoldelse. Desuden inddrages internationale retlige regler i fornødent omfang.

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Undervisningen består af forelæsninger, opgave- og caseløsning.

e. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 6. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 4, 5 og 9 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. **Eksamensbestemmelser:**

Mundtlig prøve i pensum.

| | |
|---------------|----------------------------------|
| Prøveform: | Mundtlig prøve |
| Varighed: | 20 min. inkl. censur |
| Forberedelse: | 20 min. |
| Hjælpemidler: | Alle skriftlige hjælpemidler |
| Censur: | Intern prøve med 2 eksaminatorer |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Digital Markedskommunikation

§ 59. Digital markedskommunikation

Digital Market Communication

a. Undervisningens omfang:

2 timer pr. uge i gennemsnit i 1. semester.

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende kunne gennemføre:

- analyse af markedsføringsbehov
- analyse af mulighederne for at anvende it/multimedier
- planlægning af markedsføringsstrategi
- planlægning af web-baseret markedsføringskampagne

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset indfører de studerende i digitale former for markedskommunikation, herunder kommerciel brug af sociale og mobile medier.

På kurset lærer studerende at bruge digitale teknologier til at fremstille kommercielle tekster. Kurset kombinerer viden og færdigheder fra semiotiske og digitale fag.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen på kurset veksler mellem holdundervisning, individuelt arbejde og øvelser.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2-6, 8, 9-12 og 13, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | Undervisningsdeltagelse |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Reksamensbestemmelser

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Sprog: | Dansk |

§ 60. Markedssemiotik

Market Semiotics

a. **Undervisningens omfang:**

2 timer pr. uge i gennemsnit i 2. semester.

Vægtning: 5 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Kurset skal kvalificere den studerende til at arbejde strategisk med brugen af tegn i virksomhedens kommunikation. Herunder at:

- analysere kommunikation ved hjælp af semiotiske begreber og teorier
- rådgive om praktisk anvendelse af tegn i virksomhedskommunikation
- planlægge brugen af tegn ud fra målgruppeanalyse.

c. **Undervisningsfagets indhold**

Kurset introducerer de studerende for en overordnet forståelse af semiotikken som *videnskaben om tegn* med udgangspunkt i centrale teoretikere (som fx. Peirce, Saussure og Barthes el. andre) samt kernebegreber som symboler, koder, syntagmer, paradigmer og myter. Endvidere introducerer kurset til en semiotisk forståelse af markedsudvekslingernes symbolske karakter. I undervisningen lægges der vægt på at arbejde praktisk med semiotikkens begreber til både at planlægge og analysere markeds kommunikation – herunder eksempelvis produktemballage, butikindretning, reklamer og hjemmesider

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Undervisningen på kurset er fortrinsvis baseret på diskussion og fremlæggelse af analyser.

e. **Pensum:**

Ca. 400 sider

f. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 8, og 9-12 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. **Eksamensbestemmelser:**

Markedssemiotik indgår i 1.årsprøven

Faget afsluttes med en mundtlig prøve på baggrund af en synopsis, som skal indeholde en formulering af det problem, den studerende ønsker at belyse. Problemet skal analyseres ved hjælp af fagets teorier og metode.

Ved den mundtlige eksamination får den studerende 5 minutter til at præsentere et selvvalgt aspekt ved sit emne. Præsentationen skal omfatte analyse og/eller et begrun-

det forslag til handling. Eksaminationen fortsætter herefter som en dialog med spørgsmål fra eksaminatorerne.

Prøveform: Mundtlig prøve på baggrund af synopsis

Oplæg:

Omfang: 3 normalsider pr. studerende

Flere studerende

kan bidrage til

opgaven: Nej

Individuel mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. Censur

Forberedelse: Nej

Hjælpe midler: Oplæg samt evt. noter eller præsentationsmateriale

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 5 ECTS

§ 61. Multimodal tekstproduktion

Multimodal Text Production

a. Undervisningens omfang:

4 timer pr. uge i gennemsnit i 6. semester.

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- karakterisere den kommunikationssituation, som er udgangspunkt for organisationens planlagte kommunikationsindsats og redegøre for relevante kommunikationsmodeller
- analysere organisationers interne og eksterne kommunikation med henblik på at udarbejde tekster, der målrettet bidrager til løsning af organisationens kommunikationsopgaver
- foretage en målgruppeanalyse af de segmenter, organisationen ønsker at kommunikere med
- redegøre for de sproglige og kommunikative strategier, der ligger til grund for den udarbejdede kommunikationsindsats.

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen omfatter en systematisk indføring i kommunikationsteorier og modeller, der er egnet til at analysere organisationers interne og eksterne kommunikation, herunder en introduktion til tekstlingvistik og genre teorier. Der arbejdes især med den praktiske udformning af målrettede tekster inden for organisationens interne og eksterne kommunikation. Kurset Dansk sprog og Grammatik på 1. semester danner det grammatiske og lingvistiske fundament for dette kursus.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussion, gruppearbejde med studenteroplæg på baggrund af cases. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i disciplinen. Undervisningen fo-

regår dels som fællesundervisning med dialogforelæsninger og dels som øvelsestimer med fremlæggelse af opgaver.

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 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 § 2, særligt pkt. 1, 2-6, 8, og 13 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | Undervisningsdeltagelse |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Vægtning: | 10 ECTS |

Reksamensbestemmelser

| | |
|---------------|---|
| Prøveform: | Skriftlig prøve under tilsyn med computer |
| Varighed: | 5 timer |
| Hjælpemidler: | Alle hjælpemidler |
| Sprog: | Dansk |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 62. Interaktions- og interfacedesign

Interaction and Interface Design

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne fremstille og vedligeholde dynamiske digitale tekster, og kunne redegøre for hjemmesidens informationsarkitektur samt interface- og interaktionsdesign.

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset lærer de studerende at fremstille og vedligeholde dynamiske digitale tekster. Kurset bygger videre på faget Digital Kommunikation og det teoretiske begrebsapparat, som her blev præsenteret, og der går i dybden med informationsarkitektur samt interface- og interaktionsdesign.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er en kombination af holdundervisning og praktiske øvelser.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 3. og 4. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2-6, 8 og 12, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Ved udgangen af 4. semester udarbejder de studerende et skriftligt projekt, som danner basis for et individuelt mundtligt forsvar.

| | |
|---|--|
| Prøveform: | Projekt med mundtligt forsvar |
| Projekt: | |
| Omfang: | 5 normalsider pr. studerende samt grafiske produkter |
| Flere studerende kan bidrage til projektet: | Maks. 2 studerende |

Individuel mundtlig prøve:

| | |
|----------------|---|
| Varighed: | 30 min. inkl. censur |
| Hjælpe midler: | Projektrapport, noter til oplæg, grafiske produkter og computer |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 63. Målgruppe- og receptionsanalyse

Target Group and Reception Analysis

a. Undervisningens omfang:

2 timer pr. uge i gennemsnit i 1. og 2. semester.

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at indføre de studerende i segmentering, positionering samt forbrugeradfærd. Efter endt kursus skal de studerende kunne:

- foretage markedssegmentering ud fra relevante kriterier
- foretage et målgruppevalg
- analysere købsadfærd

c. Undervisningsfagets indhold

Kurset giver de studerende teorier og metoder til at lave analyser af tekstmodtageren fra henholdsvis et afsenderperspektiv (målgruppeanalyse) og et modtagerperspektiv (receptionsanalyse)

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningen er baseret på en vekselvirkning mellem forelæsning, diskussion, opgaveløsning, case-løsning og præsentationer. Undervisningen er anvendelsesorienteret, idet den træner de studerende i at løse forskellige opgaver som de senere kan blive stillet overfor i erhvervslivet

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 2, 4, 5, 6, 7 og 8, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Efter 1. semester:

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Prøveform: | Undervisningsdeltagelse |
| Bedømmelse: | Bestået/Ikke bestået |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Vægtning: | 5 ECTS |

Efter 2. semester:

2. del af faget afsluttes med en bunden hjemmeopgave. Der gives 2 dage til udarbejdelse af besvarelsen, der skal omfatte en situationsanalyse og/eller en tekst inden for fagene.

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Bunden hjemmeopgave |
| Omfang: | 10 normalsider pr. studerende, ekskl. indholdsfortegnelse og referenceliste |
| Varighed: | 2 døgn |
| Bidrag fra flere studerende: | Nej |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 5 ECTS |

§ 64. Visuel analyse og design

Visual Analysis and Design

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal kunne

- anvende grundlæggende teoretisk og produktionsmæssig viden om visuel kommunikation
- analysere og designe visuel kommunikation, herunder have grundlæggende forståelse af visuelle formers rolle som ressource i organisationers potentielle udtryksformer
- løse visuelle kommunikationsopgaver og herunder indgå i tværfaglige samarbejder om disse
- kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne.

c. Undervisningsfagets indhold

Undervisningen forener et teoretisk afsæt i visuel semiotik med en indføring i praktisk kendskab til produktionsteknik og belyser således emner som billedkomposition, grafisk form- og farvelære, typografi og sats m.m. fra både teoretisk og praktisk perspektiv.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, holddiskussion, e-læring, gruppearbejde, studenteroplæg samt praktiske øvelser i både analyse og design. Undervisningen tilrettelægges ud fra uddannelsen og disciplinens placering i studieforløbet.

e. Pensum:

Ca. 400 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 3. og 4. semester lægges der vægt på, i hvilken grad, den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er beskrevet i § 2, særligt pkt. særligt pkt. 2-7, og 8, som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

g. Eksamensbestemmelser:

De studerende vælger efter samråd med underviseren 1 ud af de 3 cases, som underviseren fremlægger. Denne case analyseres og vurderes. Der prøves endvidere i design af visuel produktion.

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Omfang: | 12-15 normalsider samt 2 designforslag 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. |
| Censur: | Intern prøve med 1 eksaminator |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 10 ECTS |

§ 65. Digital Projektstyring

Managing Projects

a. **Undervisningens omfang:**

4 timer pr. uge i gennemsnit i 5. semester.

Vægtning: 10 ECTS

b. **Målbeskrivelse:**

Kurset skal kvalificere den studerende til at kunne gennemføre:

- Behovsanalyse
- Planlægning af projektforsløb
- Styring af projektforsløb
- Implementering af it-projekter i virksomheder

c. **Undervisningsfagets indhold**

Kurset giver de studerende viden om og erfaring med brugen af digitale teknologier til at styre organisations- og kommunikationsprojekter og –processer. De studerende lærer at reflektere over og vurdere forskellige teknologiers relevans for projekter og processer i en organisation.

d. **Undervisnings- og arbejdsformer:**

Undervisningen på kurset er en kombination af holdundervisning, diskussion, øvelser og studenterfremlæggelser.

e. **Bedømmelseskriterier:**

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 6. semester lægges vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i § 2 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 1, 2-6, 8, 9-10 og 13 som faget i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen. Bedømmelsen bestået/ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. **Eksamensbestemmelser:**

| | |
|------------------------------|---|
| Prøveform: | Fri hjemmeopgave |
| Omfang: | 12-15 normalsider samt 2 designforslag 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. |
| Censur: | Ekstern prøve |
| Bedømmelse: | 7-trinsskala |
| Vægtning: | 10 ECTS |

Valgfag

§ 66. Valgfag

Electives

a. Undervisningens omfang:

Vægtning: i alt 20 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Det generelle mål er at styrke og udvide de kompetencer, den studerende opnår i de obligatoriske kurser. De specifikke mål vil fremgå af fagbeskrivelserne for de aktuelt udbudte valgfag

Valgfag kan principielt tages ved en hvilken som helst højere læreanstalt i Danmark eller udlandet, når blot indholdet er af relevans for International Virksomhedskommunikation. Hvis en studerende ønsker at tage et valgfag ved en anden højere læreanstalt eller et andet studienævn under det humanistiske fakultet, skal vedkommende henvende sig til studienævnet for International Virksomhedskommunikation og sikre sig, at valgfaget kan godkendes.

c. Undervisningens indhold

Afhænger af det valgte fag.

Faget skal være godkendt af studienævnet.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Afhænger af det valgte fag.

e. Bedømmelseskriterier:

Afhænger af det valgte fag.

f. Eksamensbestemmelser:

Afhænger af det valgte fag.

Engelsk og kommunikation: min. 10 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala.

Engelsk og international marketing: min. 5 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala.

Engelsk og digital markeds kommunikation: min. 15 ECTS valgfag skal bedømmes med 7-trinsskala.

Bachelorprojekt

§ 67. Bachelorprojekt

Bachelor Project

a. Omfang:

Bachelorprojektet udarbejdes i 6. semester. Der afholdes et projektforberedende kursus sideløbende med bachelorprojektet.

Vægtning: 15 ECTS.

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal

- kunne afgrænse og definere et emne for bachelorprojektet og med udgangspunkt heri formulere en klar problemstilling, som er produktiv i forhold til det valgte område
- indsamle og bearbejde relevant materiale
- kunne tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi
- kritisk og selvstændigt kunne undersøge, analysere og diskutere det faglige problem på baggrund af beskrevne intentioner ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder
- kunne uddrage og sammenfatte undersøgelsens resultater samt vurdere stærke og svage sider i eget arbejde
- på dansk i resumeform kunne gøre rede for arbejdets intentioner, fremgangsmåde, teoretiske grundlag, analyser og resultater kunne anvende et korrekt og nuanceret sprog, der udviser sikkerhed inden for morfologi, syntaks, semantik og pragmatik

c. Bachelorprojektets indhold og emne:

Bachelorprojektet består af en selvstændig skriftlig fremstilling i relation til et emne af global, interkulturel, samfundsmæssig, virksomheds- eller organisationsrelevant art.

Emnet for bachelorprojektet godkendes af en af fagets undervisere, der fungerer som vejleder.

d. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensformen og niveauet på uddannelsens 6. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen. Af de i § 2 nævnte intellektuelle, praktiske og faglige kompetencer vil forløbet understøtte alle punkter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

e. Eksamensbestemmelser:

Bachelorprojektet er en skriftlig hjemmeopgave efterfulgt af et individuelt mundtligt for svar. Bachelorprojektet udarbejdes på engelsk.

Den mundtlige eksamination består af to dele, dels en mundtlig præsentation på engelsk

inden for rammerne af den problemstilling, der er defineret og analyseret i projektet dels et mundtligt forsvar på engelsk af det skriftlige projekt. Afleveringsfristen for den bachelorprojektet vil fremgå af eksamensplanen for 6. semester.

Prøveform: Bachelorprojekt med mundtligt forsvar

Projekt:

Sideomfang for 1 studerende: 25 – 30 normalsider

Sideomfang for 2 studerende: 45 – 55 normalsider

Sideomfang pr. projekt, resumé: 1 - 2 normalsider

Resumé: Dansk

Flere studerende

kan bidrage til projektet: 2-3 studerende

Individuelt mundtligt forsvar:

Varighed: 25 min. inkl. censur pr. studerende

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Projektrapporten samt noter til oplæg

Censur: Ekstern prøve

Bedømmelse: 7-trinsskala.

Der gives to karakterer: Én karakter for indhold, der er udtryk for en helhedsvurdering af den skriftlige kvalitet af projektet samt den mundtlige præstation.

Én karakter for mundtlig kommunikations- og formidlingsevne. Vurderingen af den skriftlige sproglige kvalitet af opgaven og resuméet kan påvirke denne karakter i opadgående eller nedadgående retning.

Vægtning: 15 ECTS

Reksamensbestemmelser:

Indhold: En studerende som har afleveret sit bachelorprojekt, men som ikke har bestået indholdsdelen, deltager i en omprøve, der tager udgangspunkt i det afleverede bachelorprojekt. Den studerende kan dog vælge at udarbejde et nyt.

Mundtlig kommunikations- og formidlingsevne:

Prøven består af en kort fremlæggelse og en efterfølgende samtale på basis af det afleverede projekt.

III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser

Nærværende studieordning er udarbejdet i henhold til bekendtgørelse nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne og har virkning for studerende immatrikuleret 1. september 2014 eller senere for så vidt angår kombinationerne engelsk og kommunikation samt engelsk og international marketing. Kombinationen engelsk og digital markeds kommunikation har virkning for studerende immatrikuleret 1. september 2015.

I samtlige tilfælde overføres den opnåede karakter direkte. I de tilfælde, hvor en eksamen fra tidligere studieordninger er bedømt bestået/ikke bestået, overføres denne bedømmelse, selv om der i studieordning 2014 måtte være indført bedømmelse ved 7-trinsskala.

| | Studieordning 2011 | Studieordning 2014 |
|--------------------------------|--|--|
| Fællesfag: | Dansk sprog og grammatik Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2 Organisationsteori | Dansk sprog og grammatik Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2 Organisationsteori |
| Engelsk: | Grammatik 1 Grammatik 2 Fonetik Mundtlig sprogfærdighed Skriftlige kommunikationsfærdigheder Engelsk tekstanalyse- og tekstproduktion 1 og 2 Language and Culture US Language and Culture UK Language and Globalisation Business Writing International markeds kommunikation Organisationskommunikation 1 Organisationskommunikation 2 Markeds- og brancheanalyse | English Gramma 1 English Gramma 2 Pronunciation Mundtlig sprogfærdighed Skriftlige kommunikationsfærdigheder English Text analysis and Text Production 1 & 2 Language and Culture US Language and Culture UK Language and Globalisation Business Writing International markeds kommunikation Organisational Communication 1 Organisational Communication 2 Markeds- og brancheanalyse |
| International marketing | Købsadfærd Internationaliseringsstrategier Markedsføringsplanlægning Marketingprojekt Kultur- og landestudier Organisationsteori Erhvervsøkonomi Samfundsøkonomi 1 og 2 Erhvervsret | Købsadfærd Internationaliseringsstrategier Markedsføringsplanlægning Marketingprojekt Kultur- og landestudier Organisationsteori Erhvervsøkonomi Samfundsøkonomi 1 og 2 Erhvervsret |
| Kommunikation: | Kultur og kommunikation i organisationer Tale og tekst | Kultur og kommunikation i organisationer Tale og tekst |

| | |
|--|--|
| Markedssemiotik | Markedssemiotik |
| Branding | Branding |
| Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 | Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 |
| Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2 | Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2 |
| Innovation, projektledelse og teambuilding | Innovation, projektledelse og teambuilding |
| Strategisk ledelseskommunikation | Strategisk ledelseskommunikation |
| Kommunikationsplanlægning | Kommunikationsplanlægning |
| Visuel analyse og design | Visuel analyse og design |

Indstillet til godkendelse af Studienævn for International Virksomhedskommunikation den 22. maj 2014

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

Almen del

IV. Fællesbestemmelser for de humanistiske uddannelser 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).

| | | |
|---|---|---|
| Kvalifikationsrammen for videregående uddannelser | Uddannelsens kompetencemål som fastsat i studieordning for bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation, Engelsk og Kommunikation | De enkelte fagelementers læringsmål |
| Viden: | | |
| Skal have forskningsbaseret viden om teori, metode og praksis inden for et eller flere fagområder | Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om: - Et fremmedsprog og dansk samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsf forhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold, organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i de valgte sprogområder samt i Danmark - Forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation, samt teorier og metoder til at analysere -forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver | § 24 Dansk sprog og grammatik § 30 Pronunciation § 33-34 Language and Culture § 36 Intercultural Market Communication |
| Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis | Dimittenden skal: <i>1. Kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau</i> -Ved hjælp af videnskabelige teorier og metoder analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og et fremmedsprog | § 24 Dansk sprog og grammatik § 25 Digital kommunikation § 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2 § 27 Organisationsteori § 28-29 English Grammar § 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2 § 33-34 Language and Culture § 38 Organisational Communication 1+2 § 39 Tale og tekst § 40 Dansk tekstanalyse og |

| | | |
|---|---|--|
| | | tekstproduktion 1 og 2 |
| Færdigheder: | | |
| 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>2. <i>Kunne systematisere kompleks viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet</i></p> <p>3. <i>Have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse</i></p> <p>4. <i>Kunne argumentere på et grundlæggende videnskabeligt niveau</i></p> <p>5. <i>Tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi</i></p> <p>6. <i>Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling</i></p> <p>7. <i>Kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog</i></p> <p>-Udtrykke sig korrekt på dansk og engelsk om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt</p> <p>-Oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og engelsk</p> <p>- Varetage kommunikations- og formidlingsopgaver</p> <p>- Rådgive kolleger i kommunikative og sproglige sammenhænge</p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2</p> <p>§ 33-34 Language and Culture</p> <p>§ 35 Business Writing</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> <p>§ 36 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 39 Tale og tekst</p> <p>§ 40 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2</p> <p>§ 43 Visuel analyse og design</p> <p>§ 44 Kommunikationsplanlægning</p> <p>§ 45 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> |
| Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde og | <p>Dimittenden skal:</p> <p>8. <i>Kunne undersøge, analysere og løse</i></p> | § 24 Dansk sprog og grammatik |

| | | |
|--|---|--|
| <p>vælge relevante analyse- og løsningsmodeller</p> | <p><i>faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt relatere dette til aktuel forskning</i></p> <p>- Kunne analysere organisationers kommunikation på dansk og et fremmedsprog</p> <p>-Tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og et fremmedsprog</p> | <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 35 Business Writing</p> <p>§ 40 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2</p> <p>§ 41 Markedssemiotik</p> <p>§ 42 Branding</p> <p>§ 43 Visuel analyse og design</p> <p>§ 45 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 46 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 47 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</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 forskellige målgrupper</i></p> <p><i>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundt-</i></p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p><i>ligt</i></p> <p>-Formulere og afgrænse en forretnings- eller projekt idé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen</p> | <p>§ 41 Markedssemiotik</p> <p>§ 42 Branding</p> <p>§ 45 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 46 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 47 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |
| Kompetencer: | | |
| <p>Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdssammenhænge</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 samt dokumentere denne</i></p> <p>-Bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og et fremmedsprog i alle typer af virksomheder</p> <p>-Beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder</p> | <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 42 Branding</p> <p>§ 45 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 46 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 47 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Indgå i planlægning og udførelse af intern og ekstern kommunikation på strategisk, taktisk og operationelt niveau, herunder at kunne formulere sig levende, klart og overbevisende i skrift og tale - Bidrage til kvalitetssikring af organisationens kommunikation | |
| Skal selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang | <p>Dimittenden skal:</p> <p><i>16. Kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuell opgave - Selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til profession, herunder på grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet - Indgå i innovations- og læreprocesser i virksomheder og organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og vidensamfund | <p>§ 46 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |
| Skal kunne identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer | Selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder selvstændigt tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt | § 67 Bachelorprojekt |

| | | |
|---|--|---|
| Kvalifikationsrammen for videregående uddannelser | Uddannelsens kompetencemål som fastsat i studieordning for bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation, Engelsk og International Marketing | De enkelte fagelementers læringsmål |
| Viden: | | |
| Skal have forskningsbaseret viden om teori, metode og praksis inden for et eller flere fagområder | Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om: -et fremmedsprog og dansk samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsf forhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold, organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i de valgte sprogområder samt i Danmark - Forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation, samt teorier og metoder til at analysere -forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver | § 24 Dansk sprog og grammatik § 30 Pronunciation § 33-34 Language and Culture § 36 Intercultural Market Communication |
| Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis | Dimittenden skal: <i>1. Kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau</i> -ved hjælp af videnskabelige teorier og metoder analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og et fremmedsprog - kunne forstå og redegøre for international marketing, herunder forstå hele virksomhedens funktion og sammenhæng - demonstrere en grundlæggende økonomiforståelse | § 24 Dansk sprog og grammatik § 25 Digital kommunikation § 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2 § 27 Organisationsteori § 28-29 English Grammar § 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2 § 33-34 Language and Culture § 38 Organisational Communication 1+2 |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>§ 48 Markeds- og brancheanalyse</p> <p>§ 49 Samfundsøkonomi 1</p> <p>§ 50 Købsadfærd</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 52 Internationaliseringsstrategier</p> <p>§ 53 Samfundsøkonomi 2</p> <p>§ 54 Videregående Organisationsteori</p> <p>§ 55 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 57 Kultur- og landestudier</p> <p>§ 58 Erhvervsret</p> |
| Færdigheder: | | |
| <p>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> | <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>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 af referencer, noter og bibliografi</i></p> <p><i>6. Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som</i></p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik.</p> <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2</p> <p>§ 33-34 Language and Culture</p> <p>§ 35 Business Writing</p> <p>§ 38 Organisational Communication</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p><i>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>-Udtrykke sig korrekt på dansk og et fremmedsprog om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt</p> <p>-Oversætte tekster fra dansk til et fremmedsprog og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og fremmedsproget</p> <p>- Kunne analysere virksomheders marketingbehov</p> | <p>1+2</p> <p>§ 36 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 48 Markeds- og brancheanalyse</p> <p>§ 49 Samfundsøkonomi 1</p> <p>§ 50 Købsadfærd</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 52 Internationaliseringsstrategier</p> <p>§ 53 Samfundsøkonomi 2</p> <p>§ 54 Videregående organisationsteori</p> <p>§ 55 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 57 Kultur- og landestudier</p> <p>§ 58 Erhvervsret</p> |
| <p>Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde 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>- Kunne analysere organisationers kommunikation på dansk og et fremmedsprog</p> <p>-Tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og et fremmedsprog</p> <p>- Beherske basal erhvervsøkonomisk me-</p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 35 Business Writing</p> <p>§ 48 Markeds- og brancheanalyse</p> <p>§ 49 Samfundsøkonomi 1</p> <p>§ 50 Købsadfærd</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>tode</p> | <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 52 Internationaliseringsstrategier</p> <p>§ 53 Samfundsøkonomi 2</p> <p>§ 54 Videregående organisationsteori</p> <p>§ 55 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</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 forskellige målgrupper</i></p> <p><i>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt</i></p> <p>-Formulere og afgrænse en forretnings- eller projekt idé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen</p> | <p>§ 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> <p>§ 48 Markeds- og brancheanalyse</p> <p>§ 50 Købsadfærd</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 52 Internationaliseringsstrategier</p> <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 57 Kultur- og landestudier</p> <p>§ 58 Erhvervsret</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | § 67 Bachelorprojekt |
| Kompetencer: | | |
| Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdssammenhænge. | <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 samt dokumentere denne</i></p> <p>-Bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og et fremmedsprog i alle typer af virksomheder</p> <p>-Beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder</p> <p>- kunne deltage i virksomhedens markedsføring og planlægning heraf</p> | <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |
| Skal selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang. | <p>Dimittenden skal::</p> <p><i>16. Kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia</i></p> <p>- Vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuell opgave</p> | <p>§ 56 Marketingprojekt</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | - Selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til profession, herunder på grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet | |
| Skal kunne identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer. | Dimittenden skal: - Selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder selvstændigt tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt | § 67 Bachelorprojekt |
| Kvalifikationsrammen for videregående uddannelser | Uddannelsens kompetencemål som fastsat i studieordning for bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation, Engelsk og Digital markeds-kommunikation | De enkelte fagelementers læringsmål |
| Viden: | | |
| Skal have forskningsbaseret viden om teori, metode og praksis inden for et eller flere fagområder | Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om: - et fremmedsprog og dansk samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsforhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold, organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i de valgte sprogområder samt i Danmark - Forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation, samt teorier og metoder til at analysere -forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver | § 24 Dansk sprog og grammatik § 30 Pronunciation § 33-34 Language and Culture § 36 Intercultural Market Communication |
| Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis | Dimittenden skal: <i>1. Kunne afgrænse og definere et fagligt</i> | § 24 Dansk sprog og grammatik § 25 Digital kommunikation |

| | | |
|--|---|--|
| | <p><i>problem på et videnskabeligt niveau</i></p> <p>-Ved hjælp af videnskabelige teorier og metoder analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og et fremmedsprog</p> <p>- Forstå og redegøre for international marketing, herunder kultures indflydelse på markeds kommunikationen</p> | <p>§ 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2</p> <p>§ 33-34 Language and Culture</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> <p>§ 59 Digital markeds kommunikation</p> <p>§ 61 Multimodal tekstproduktion</p> <p>§ 62 Interaktions- og interfacedesign</p> <p>§ 65 Digital Projektstyring</p> |
| Færdigheder: | | |
| <p>Skal kunne anvende et eller flere fagområdets videnskabelige metoder og redskaber samt kunne anvende generelle færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for fagområdet/erne</p> | <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 af referencer, noter og bibliografi</i></p> <p><i>6. Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som</i></p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 32 English Text Analysis and Text Production 1 og 2</p> <p>§ 33-34 Language and Culture</p> <p>§ 35 Business Writing</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p><i>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>-Udtrykke sig korrekt på dansk og et fremmedsprog om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt.</p> <p>-Oversætte tekster fra dansk til et fremmedsprog og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og fremmedsproget</p> <p>- Varetage kommunikations- og formidlingsopgaver ved hjælp af digitale teknologier</p> | <p>§ 36 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> <p>§ 59 Digital markedskommunikation</p> <p>§ 61 Multimodal tekstproduktion</p> <p>§ 62 Interaktions- og interfacedesign</p> <p>§ 63 Målgruppe- og receptionsanalyse</p> <p>§ 64 Visuel analyse og design</p> <p>§ 65 Digital Projektstyring</p> |
| <p>Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde 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>- Kunne analysere organisationers kommunikation på dansk og et fremmedsprog</p> <p>-Tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og et fremmedsprog</p> <p>- Analysere virksomheders marketingbehov</p> | <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 35 Business Writing</p> <p>§ 59 Digital markedskommunikation</p> <p>§ 60 Markedssemiotik</p> <p>§ 61 Multimodal tekstproduktion</p> <p>§ 62 Interaktions- og interfacedesign</p> <p>§ 63 Målgruppe- og receptionsanalyse</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>§ 64 Visuel analyse og design</p> <p>§ 65 Digital Projektstyring</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</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 forskellige målgrupper</i></p> <p><i>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt.</i></p> <p>-Formulere og afgrænse en forretnings- eller projekt idé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen</p> | <p>§ 26 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 24 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 27 Organisationsteori</p> <p>§ 30 Pronunciation</p> <p>§ 31 Oral Proficiency</p> <p>§ 28-29 English Grammar</p> <p>§ 38 Organisational Communication 1+2</p> <p>§ 59 Digital markedskommunikation</p> <p>§ 60 Markedssemiotik</p> <p>§ 62 Interaktions- og interfacedesign</p> <p>§ 65. Digital Projektstyring</p> <p>§ 67. Bachelorprojekt</p> |
| Kompetencer: | | |
| <p>Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdssammenhænge</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 da-</i></p> | <p>§ 25 Digital kommunikation</p> <p>§ 59 Digital markedskommunikation</p> <p>§ 61 Multimodal tekstproduktion</p> <p>§ 65 Digital Projektstyring</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p><i>tabaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne</i></p> <p>-Bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og et fremmedsprog i alle typer af virksomheder.</p> <p>-Beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder</p> <p>- Kunne indgå i planlægningen og udførelsen af intern og ekstern kommunikation på strategisk, taktisk og operationelt niveau</p> <p>- Kunne bidrage til kvalitetssikringen af organisationens kommunikation</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>-Vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel opgave</p> <p>-Selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til profession, herunder på grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet</p> <p>- indgå i innovations- og læreprocesser i</p> | <p>§ 65 Digital Projektstyring</p> <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |

| | | |
|--|---|-----------------------------|
| | <p>virksomheder og organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og vidensamfund</p> <p>- deltage i virksomhedens markedsføring og planlægning heraf</p> | |
| <p>Skal kunne identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer</p> | <p>Selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder selvstændigt tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt</p> | <p>§ 67 Bachelorprojekt</p> |