

SYDDANSK UNIVERSITET

STUDIEORDNING FOR

Bachelor i International Virksomhedskommunikation
Slagelse

Studiestart 2016

DET HUMANISTISKE FAKULTET

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	2
Faglig del	4
I. Bestemmelser for Bacheloruddannelsen i International Virksomheds-kommunikation	4
A. Mål og forudsætninger:	4
§ 1. Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation.....	4
§ 2. Kompetencebeskrivelse.....	4
§ 3. Studerendes mulighed for kontakt til relevant forskningsmiljø.....	6
§ 4. Beskæftigelsesprofil.....	6
§ 5. Titel	7
B. Opbygning og progression.....	8
§ 6. Faglig progression og sammenhæng	8
§ 7. Principper for valg af undervisnings- og prøveformer	12
§ 8. Forløbsmodel - placering af undervisning	16
§ 9. Eksamensoversigt, Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation med Engelsk/Kommunikation.....	18
§ 10. Eksamensoversigt, Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation med Engelsk/International marketing	21
C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget:.....	24
§ 11. Fællesbestemmelser.....	24
§ 12. Forudsætninger for deltagelse i undervisningen.....	24
§ 13. Profilmagpakker.....	24
§ 14. Undervisningsdeltagelse.....	24
§ 15. Projektorienteret forløb	24
§ 16. Eksamen afholdt på computer	25
§ 17. Hjælpe midler – skriftlige	25
§ 18. Skriftlig prøve.....	25
§ 19. Hjemmeopgave.....	25
§ 20. Studiestartsprøven	26
§ 21. 1. årsprøven.....	26
§ 22. Synopsis	26
§ 23. Porteføljeevaluering	26
§ 24. BA-projekt.....	26
§ 25. Undervisnings- og eksamenssprog	27
§ 26. Internationalisering – udlandsophold	27
II. Beskrivelse af bacheloruddannelsens discipliner	28
Fællesfag.....	28
§ 27. Studiestartsprøve	28
§ 28. Dansk sprog og grammatik	29
§ 29. Digital kommunikation	30
§ 30. Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2	32
§ 31. Organisationsteori	35
§ 32. Global ledelse	37
Engelsk.....	40
§ 33. English Grammar 1	40
§ 34. English Grammar 2	41
§ 35. English Text Analysis and Text Production	43
§ 36. Pronunciation	45
§ 37. Business Communication.....	46
§ 38. Negotiation and Oral Proficiency	48

§ 39.	Intercultural Market Communication.....	50
§ 40.	Language and Culture US.....	52
§ 41.	Language and Culture UK	53
Kommunikation		56
§ 42.	Tale og tekst.....	56
§ 43.	Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2.....	57
§ 44.	Markedssemiotik	59
§ 45.	Branding.....	61
§ 46.	Kommunikationsplanlægning	63
§ 47.	Visuel analyse og design	64
§ 48.	Innovation, projektledelse og teamsamarbejde	66
§ 49.	Kultur, kommunikation og forandring i organisationer.....	68
§ 50.	Strategisk ledelseskommunikation.....	70
International marketing		72
§ 51.	Markedsføringsplanlægning.....	72
§ 52.	Research Methods.....	73
§ 53.	Anvendt metode.....	75
§ 54.	Markedspsykologi.....	76
§ 55.	International virksomhedsledelse	78
§ 56.	Erhvervsøkonomi.....	81
§ 57.	Samfundsøkonomi.....	83
§ 58.	Videregående organisationsteori	84
§ 59.	Marketingprojekt.....	86
§ 60.	International CSR	88
§ 61.	Erhvervsret	89
Valgfag.....		91
§ 62.	Valgfag	91
Bachelorprojekt		92
§ 63.	Bachelorprojekt	92
III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser.....		94
§ 64.	Gyldighed	94
§ 65.	Godkendelse	94
§ 66.	Overgangsbestemmelser	94
§ 67.	Senere ændringer til studieordningen	97
Almen del.....		98
IV. Fællesbestemmelser for de humanistiske uddannelser ved Syddansk Universitet		98

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.

A. 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 censorkorpset for erhvervskommunikation og –sprog.

§ 2. Kompetencebeskrivelse

Formålet med bacheloruddannelsen er dels at give den studerende en grundlæggende og målrettet erhvervskompetence 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:

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

13. anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling
14. kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog
15. kunne formulere sig nuanceret korrekt om faglige emner
16. 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 BA-uddannelse kan den studerende:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studie sammenhænge, herunder at 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 at tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt
- selvstændigt at 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

Fagspecifikke kompetencemål for profilen Kommunikation

Viden

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

- organisationers skriftlige, mundtlige, visuelle og multimodale kommunikation på dansk, herunder den relevante organisationelle og kommunikationsmæssige kontekst, som kommunikationen skal fungere i
- videnskabelige teorier og metoder til at analysere, planlægge og løse skriftlige, mundtlige og visuelle kommunikationsopgaver på dansk
- interkulturel kommunikation
- innovation, projektledelse og teamsamarbejde i organisationer

Færdigheder

Efter endt BA-uddannelse kan den studerende:

- med brug af videnskabelige teorier og metoder analysere og planlægge organisationers skriftlige, mundtlige, visuelle og multimodale kommunikation på dansk, herunder den relevante organisationelle og kommunikationsmæssige kontekst, som kommunikationen skal fungere i
- analysere eksempler på interkulturel kommunikation inden for forskellige teorirammer
- udvikle, analysere og realisere en forretnings- eller projektidé

Kompetencer

Efter endt BA-uddannelse kan den studerende:

- skriftligt, mundtligt, visuelt og multimodalt at formidle organisationers kommunikation på dansk nuanceret og formålsbestemt til forskellige målgrupper
- kommunikere i forskellige interkulturelle kontekster samt rådgive herom
- udvikle og igangsætte innovative tiltag både i form af egne projekter og forretningsideer og inden for rammerne af eksisterende organisationer

Fagspecifikke kompetencemål for profilen 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

§ 3. Studerendes mulighed for kontakt til relevant forskningsmiljø

Uddannelsens discipliner har en fagansvarlig forsker og er forankret i forskningsmiljøer på henholdsvis Institut for Sprog og Kommunikation og Institut for Marketing og Management. Forskernes aktuelle forskning inddrages hyppigt i undervisning og vejledning, forskningsgrupperne holder jævnligt møder, workshops og symposier, som de studerendes inviteres til at deltage i.

§ 4. Beskæftigelsesprofil

Bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation med engelsk

En bachelor i International Virksomhedskommunikation med engelsk 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, 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.

BA degree in International Business Communication in English

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 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.

Dimittender med profil i Kommunikation

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.

Graduates with a profile in Communication

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.

Dimittender med profil i International marketing

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.

Graduates with a profile in International marketing

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.

§ 5. Titel

En bacheloruddannelse i International Virksomhedskommunikation i engelsk og kommunikation (180 ECTS) eller engelsk og International marketing (180 ECTS) giver ret til betegnelsen:

Bachelor (BA) i International Virksomhedskommunikation i engelsk.

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

B. Opbygning og progression

§ 6. Faglig progression og sammenhæng

Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation består af følgende profilpakker

- Engelsk/Kommunikation
- Engelsk/International marketing

Engelsk og Kommunikation:

Fællesfag	30 ECTS
Engelsk	60 ECTS
Profilpakken Kommunikation	60 ECTS
Valgfag	15 ECTS
Bachelorprojekt	15 ECTS

I alt 180 ECTS

Engelsk og International marketing:

Fællesfag	30 ECTS
Engelsk	60 ECTS
Profilpakken International marketing	60 ECTS
Valgfag	15 ECTS
Bachelorprojekt	15 ECTS

I alt 180 ECTS

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 videnskabs-teoretiske positioner, der knytter an til den elementære videnskabsteori og metodelære som med gymna-siereformen indgår i de gymnasiale uddannelser, men derudover sigter disciplinen mod at sætte de stude-rende 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 be-lyses.

Undervisningen i uddannelsens første semestre tager udgangspunkt i velkendte læringsformer fra gymna-siet, som forelæsninger, faste afleveringsopgaver, porteføljeafleveringer, øvelsesgennemgang, holddis-kussioner 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 i International Virksomhedskommunikation – **Engelsk/Kommunikation**

6. sem.					2 t/u	2 t/u	2 t/u	6	UV om ugen
	15 ECTS				5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point
	Bachelorprojekt				Valgfag	Language and Culture UK	Strategisk ledelses-kommunikation		
5. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Valgfag	Valgfag	Global ledelse	Intercultural Market Communication	Language and Culture US	Kultur, Kommunikation og forandring i organisationer			
4. sem.	4 t/u		4 t/u		4 t/u		12	UV om ugen	
	10 ECTS		10 ECTS		10 ECTS		30	ECTS-point	
	Visuel analyse og design		Negotiation and Oral Proficiency		Innovation, projektledelse og teamsamarbejde				
3. sem.	2 t/u	2 t/u	4 t/u		2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	10 ECTS		5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Kommunikations-og videnskabsteori 2	Organisationsteori	Business Communication		Kommunikations-planlægning	Branding			
2. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Kommunikations-og videnskabsteori 1	Pronunciation	English Grammar 2	English Text Analysis and Text Production	Markedssemiotik	Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2			
1. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Digital kommunikation	Dansk sprog og grammatik	English Grammar 1	English Text Analysis and Text Production	Tale og tekst	Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1			

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

Progression for IVK i International Virksomhedskommunikation – **Engelsk/International marketing**

6. sem.					2 t/u	2 t/u	2 t/u	6	UV om ugen
	15 ECTS				5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point
	Bachelorprojekt				Language and Culture UK	International CSR	Erhvervsret		
5. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	4 t/u		12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	10 ECTS		30	ECTS-point	
	Valgfag	Global ledelse	Intercultural Marked Communication	Language and Culture US	Marketingprojekt				
4. sem.	2 t/u	2 t/u	4 t/u		2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	10 ECTS		5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Valgfag	Valgfag	Negotiation and Oral Proficiency		Videregående organisationsteori	Samfundsøkonomi			
3. sem.	2 t/u	2 t/u	4 t/u		2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	10 ECTS		5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Kommunikations- og videnskabsteori 2	Organisationsteori	Business Communication		International virksomhedsledelse	Erhvervsøkonomi			
2. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Kommunikations- og videnskabsteori 1	Pronunciation	English Grammar 2	English Text Analysis and Text Production	Anvendt metode	Markedspsykologi			
1. sem.	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	2 t/u	12	UV om ugen	
	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	5 ECTS	30	ECTS-point	
	Digital kommunikation	Dansk sprog og grammatik	English Grammar 1	English Text Analysis and Text Production	Markedsførings-planlægning	Research Method			

§ 7. Principper for valg af undervisnings- og prøveformer

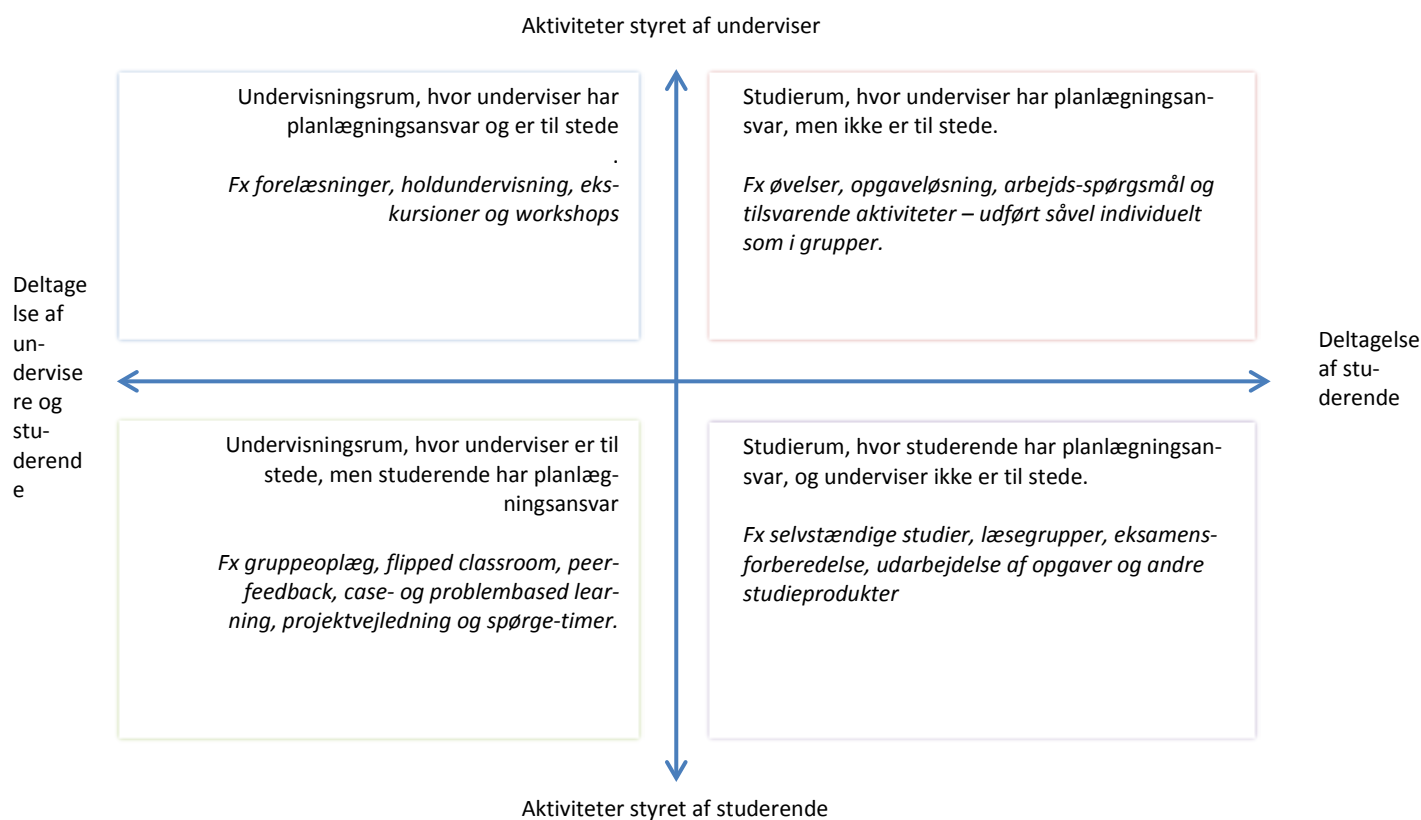
Der arbejdes på uddannelsen med en række forskellige undervisnings- og prøveformer, som hver især er afstemt i forhold til de læringsmål, der er sat for de enkelte fag. I fag med et styrket fokus på tilegnelse af en specifik faglig viden, er undervisningen typisk holdundervisning eller forelæsninger kombineret med øvelser, og eksamensformen kan både være skriftlige opgaver og mundtlig eksamen, der udprøver de studerendes tilegnelse og selvstændige viderebearbejdelse af den pågældende viden. I fag med et tydeligt fokus på færdigheder (selvfølgelig understøttet af viden og kompetence), arbejdes der typisk løbende i undervisningen med disse færdigheder, fx i form af portefølje. Sigtet er at skabe sammenhæng mellem læringsmål, arbejdsformer, undervisningsformer og eksamenstype.

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 Syddansk Universitets principper for uddannelse: aktiverende undervisning og aktiv læring. Modellen tager udgangspunkt i, at aktiv læring realiseres gennem deltagelse i flere forskellige former for undervisning og aktiviteter. Den viser samtidig, hvordan undervisningen kan være aktiverende på forskellig vis..

Humanioramodellen baserer sig på, at forskellige former for undervisningsaktiviteter foregår i forskellige "rum", der defineres af underviseres og studerendes respektive roller og ansvar. Modellen synliggør, at den studerende har forskellige opgaver og roller i løbet af sit studium, herunder at deltage i forskellige aktiviteter og bidrage med en 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 undervisernes særlige kompetencer og styrkeområder udnyttes bedst muligt i implementeringen af modellen.

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

Undervisningsrum, hvor underviser har planlægningsansvar og er til stede

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I nedenstående skema er markeret de undervisningsrum/studierum, som de studerende aktiveres i de enkelte discipliner.

Bacheloruddannelsen i International virksomhedskommunikation

Vejledende oversigt over anvendte undervisningsrum/studierum i forhold til den enkelte disciplin

Uddannelsens discipliner	Undervisningsrum	Studierum	Undervisningsrum	Studierum
	Underviser har planlægningsansvar og er til stede	Underviser har planlægningsansvar og er <u>ikke</u> til stede	Studerende har planlægningsansvar, underviser er til stede	Studerende har planlægningsansvar, underviser er <u>ikke</u> til stede
	F.eks. forelæsninger, holdundervisning	F.eks. gruppearbejde, øvelser, opgaveløsning	F.eks. studenteroplæg, flipped classroom, case- og problembased learning, peer-feedback, projektvejledning og spørgetimer	F.eks. selvstændige studier
1. semester				
<i>Fællesfag</i>				
Dansk sprog og Grammatik	√	√	√	
Digital Kommunikation	√	√	√	
<i>Engelsk</i>				
English Grammar 1	√	√	√	
English Text Analysis and Text Production	√	√	√	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Tale og tekst	√	√	√	
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1	√	√	√	
<i>Profilpakken International marketing</i>				
Markedsføringsplanlægning	√	√	√	
Research Method	√	√	√	
2. semester				
<i>Fællesfag</i>				
Kommunikations- og videnskabsteori 1	√	√	√	
<i>Engelsk</i>				
English Grammar 2	√	√	√	
English Text Analysis and Text Production	√	√	√	
Pronunciation	√	√	√	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2	√	√	√	
Markedssemiotik	√	√	√	
<i>Profilpakken International marketing</i>				
Anvendt metode	√	√	√	
Markedspsykologi	√	√	√	
3. semester				
<i>Fællesfag</i>				
Kommunikations- og videnskabsteori 2	√	√	√	√
Organisationsteori	√	√	√	√
<i>Engelsk</i>				
Business Communication	√	√	√	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Branding	√	√	√	
Kommunikationsplanlægning	√	√	√	√
<i>Profilpakken International marketing</i>				
International virksomhedsledelse	√	√	√	√

Erhvervsøkonomi	✓	✓	✓	
4. semester				
<i>Engelsk</i>				
Negotiation and Oral Proficiency	✓	✓	✓	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Visuel analyse og design	✓	✓	✓	
Innovation, projektledelse og teamsamarbejde	✓	✓	✓	
<i>Profilpakken International marketing</i>				
Videregående organisationsteori	✓	✓	✓	
Samfundsøkonomi	✓	✓	✓	
5. semester				
<i>Fællesfag</i>				
Global ledelse	✓	✓	✓	
<i>Engelsk</i>				
Language and Culture US	✓	✓	✓	
Intercultural Market Communication	✓	✓	✓	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Kultur, kommunikation og forandring i organisationer	✓	✓	✓	✓
<i>Profilpakken International marketing</i>				
Marketingprojekt	✓	✓	✓	✓
6. semester				
<i>Fællesfag</i>				
Bachelorprojekt	✓	✓	✓	✓
<i>Engelsk</i>				
Language and Culture UK	✓	✓	✓	
<i>Profilpakken Kommunikation</i>				
Strategisk ledelseskommunikation	✓	✓	✓	
<i>Profilpakken International marketing</i>				
International CSR	✓	✓	✓	
Erhvervsret	✓	✓	✓	

Undervisningsoversigt:

§ 8. Forløbsmodel - placering af undervisning

Bacheloruddannelsen med centralt fag i International Virksomhedskommunikation (180 ECTS)

Undervisningsfag			Undervisningsplacering						
	Disciplin- ansvar	§	1. sem.	2. sem.	3. sem.	4. sem.	5. sem.	6. sem.	ECTS
Fællesfag for både profilpakken Kommunikation og International Marketing									
Studiestart*	ISK	§ 27	X						0
Dansk sprog og grammatik	ISK	§ 28	2						5
Digital kommunikation	ISK	§ 29	2						5
Kommunikations- og videnskabsteori 1	ISK	§ 30		2					5
Kommunikations- og videnskabsteori 2	ISK	§ 30			2				5
Organisationsteori	ISK	§ 31			2				5
Global ledelse	ISK	§ 32					2		5
Bachelorprojekt	ISK	§ 63						X	15
Engelsk for både profilpakken Kommunikation og International Marketing									
English Grammar 1	ISK	§ 33	2						5
English Grammar 2	ISK	§ 34		2					5
English Text Analysis and Text Production	ISK	§ 35	2	2					10
Pronunciation	ISK	§ 36		2					5
Business Communication	ISK	§ 37			4				10
Negotiation and Oral Proficiency	ISK	§ 38				4			10
Intercultural Market Communication	ISK	§ 39					2		5
Language and Culture US	ISK	§ 40					2		5
Language and Culture UK	ISK	§ 41						2	5

Undervisningsfag			Undervisningsplacering						
	Disciplin- ansvar	§	1. sem.	2. sem.	3. sem.	4. sem.	5. sem.	6. sem.	ECTS
Profilpakken Kommunikation									
Tale og tekst	ISK	§ 42	2						5
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1	ISK	§ 43	2						5
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2	ISK	§ 43		2					5
Markedssemiotik	ISK	§ 44		2					5
Branding	ISK	§ 45			2				5
Kommunikationsplanlægning	ISK	§ 46			2				5
Visuel analyse og design	ISK	§ 47				4			10
Innovation, projektledelse og teamsamarbejde	ISK	§ 48				4			10
Kultur, kommunikation og forandring i organisationer	ISK	§ 49					2		5
Strategisk ledelseskommunikation	ISK	§ 50						2	5
Valgfag, engelsk og kommunikation	ISK	§ 62					4	2	15
Samlet timetal, Engelsk/Kommunikation			12	12	12	12	12	6	
Profilpakken International Marketing									
Markedsføringsplanlægning	ISK	§ 51	2						5
Research Methods	ISK	§ 52	2						5
Anvendt metode	ISK	§ 53		2					5
Markedspsykologi	ISK	§ 54		2					5
International virksomhedsledelse	ISK	§ 55			2				5
Erhvervsøkonomi	ISK	§ 56			2				5
Samfundsøkonomi	ISK	§ 57				2			5
Videregående organisationsteori	ISK	§ 58				2			5
Marketingprojekt	ISK	§ 59					4		10
International CSR	ISK	§ 60						2	5
Erhvervsret	ISK	§ 61						2	5
Valgfag, engelsk og marketing	ISK	§ 62				4	2		15
Samlet timetal, Engelsk/International Marketing			12	12	12	12	12	6	

*)**Studiestart:** Generelle studieunderstøttende aktiviteter svarende til 20 timers studieintroduktion. Den studerende kan mest hensigtsmæssigt placere et udlandsophold eller virksomhedspraktikophold i 5. semester, hvor det vil være muligt at få merit for valgfag jf. §13.

§ 9. Eksamensoversigt, Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation med Engelsk/Kommunikation

Undervisningsfag	Prøveform	Censur	Prøvens varighed	Vurdering	Prøvens placering	ECTS	§
1. semester							
Studiestartsprøve	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	60 min.	G/IG	1. sem.	0	§ 27
Dansk sprog og grammatik *	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 28
Digital kommunikation	Fri hjemmeopgave, samt et digitalt medieprodukt	Intern prøve, 1 eksaminator	-	7-skala	1. sem.	5	§ 29
English Grammar 1	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 33
English Text Analysis and Text Production, 1. sem.	4 ud af 5 udbudte hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 35
Tale og tekst	Mundtlig prøve	Intern prøve, 2 eksaminatorer	20 min.	7-skala	1. sem.	5	§ 42
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 43
2. semester							
Kommunikations- og videnskabsteori 1	Porteføljemappe med 2 opgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	2. sem.	5	§ 30
English Grammar 2 *	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	2 timer	7-skala	2. sem.	5	§ 34
English Text Analysis and Text Production, 2. sem. *	4 ud af 5 bundne opgaver hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	2. sem.	5	§ 36
Pronunciation *	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	60 min.	7-skala	2. sem.	5	§ 37
Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2 *	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	5 døgn	7-skala	2. sem.	5	§ 43
Markedssemiotik *	Mundtlig prøve på baggrund af synopsis	Intern prøve, 2 eksaminatorer	20 min.	7-skala	2. sem.	5	§ 44

3. semester							
Kommunikations- og videnskabsteori 2	Porteføljemappe med 2 opgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	3. sem.	0	§ 30
	Mundtlig prøve med 30 min. forberedelse	Intern prøve, 2 eksaminatorer	30 min.	7-skala		5	
Organisationsteori	Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	2 døgn	7-skala	3. sem.	5	§ 31
Business Communication	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	24 timer	7-skala	3. sem.	10	§ 37
Branding	Mundtlig prøve på baggrund af synopsis	Intern prøve, 2 eksaminatorer	20 min.	7-skala	3. sem.	5	§ 45
Kommunikationsplanlægning	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	-	7-skala	3. sem.	5	§ 46
4. semester							
Negotiation and Oral Proficiency	Mundtlig prøve med 30 min. forberedelse	Intern prøve, 2 eksaminator	-	7-skala	4. sem.	10	§ 38
Visuel analyse og design	Fri hjemmeopgave	Ekstern prøve	-	7-skala	4. sem.	10	§ 47
Innovation, projektledelse og teamsamarbejde	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	4. sem.	10	§ 48
5. semester							
Global ledelse	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	-	G/IG	5. sem.	0	§ 32
	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	3 uger	7-skala		5	
Intercultural Market Communication	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	7 dage	7-skala	5. sem.	5	§ 39
Language and Culture US	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	5. sem.	5	§ 40
Kultur, kommunikation og forandring i organisationer	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 2 eksaminatorer	-	7-skala	5. sem.	5	§ 49
Valgfag	Afhænger af den enkelte disciplin					10	§ 62

6. semester							
Language and Culture UK	Mundtlig prøve på baggrund af synopsis	Ekstern prøve	20 min.	7-skala	6. sem.	5	§ 41
Strategisk ledelseskommunikation	Mundtlig prøve med 20. min. forberedelse	Ekstern prøve	20 min.	7-skala	6. sem.	5	§ 50
Valgfag	Afhænger af den enkelte disciplin					5	§ 62
Bachelorprojekt	Bachelorprojekt med mundtligt forsvar	Ekstern prøve	25 min.	7-skala		15	§ 63

* Indgår i 1. årsprøven, som skal afsluttes inden sarten på 2. semester

Dansk sprog og grammatik, 1. semester

English Grammar 2, 2. semester

English Text Analysis and Text Production, 2. semester

Pronunciation, 2. semester

Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2, 2. semester

Markedssemiotik, 2. semester

§ 10. Eksamensoversigt, Bacheloruddannelsen i International Virksomhedskommunikation med Engelsk/International marketing

Undervisningsfag	Prøveform	Censur	Prøvens varighed	Vurdering	Prøvens placering	ECTS	§
1. semester							
Studiestartsprøve	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	60 min.	G/IG	1. sem.	0	§ 27
Dansk sprog og grammatik *	Undervisningsdeltagelse	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 28
Digital kommunikation	Fri hjemmeopgave, samt et digitalt medieprodukt	Intern prøve, 1 eksaminator	-	7-skala	1. sem.	5	§ 29
English Grammar 1	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 33
English Text Analysis and Text Production, 1. sem.	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	1. sem.	5	§ 35
Markedsføringsplanlægning	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator		7-skala	1. sem.	5	§ 51
Research Methods	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	2 timer	B/IB	1. sem.	5	§ 52
2. semester							
Kommunikations- og videnskabsteori 1	Porteføljemappe med 2 opgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	2. sem.	5	§ 30
English Grammar 2 *	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	2 timer	7-skala	2. sem.	5	§ 34
English Text Analysis and * Text Production, 2. sem.	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	2. sem.	5	§ 35
Pronunciation*	Skriftlig prøve	Intern prøve, 1 eksaminator	60 min.	7-skala	2. sem.	5	§ 36
Anvendt metode *	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 2 eksaminatorer	-	7-skala	2. sem.	5	§ 53
Markedspsykologi *	Projektrapport med mundtligt forsvar	Intern prøve, 1 eksaminator	-	7-skala	2. sem.	5	§ 54

3. semester							
Kommunikations- og videnskabsteori 2	Porteføljemappe med 2 opgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	3. sem.	0	§ 30
	Mundtlig prøve med 30 min. forberedelse	Intern prøve, 2 eksaminatorer	30 min.	7-skala		5	
Organisationsteori	Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	2 døgn	7-skala	3. sem.	5	§ 31
Business Communication	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	24 timer	7-skala	3. sem.	10	§ 37
International virksomhedsledelse	Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	3 uger	G/IG	3. sem.	0	§ 55
	Fri hjemmeopgave	Ekstern prøve	-	7-skala	3. sem.	5	
Erhvervsøkonomi	Caseopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	-	G/IG	3. sem.	0	§ 56
	Mundtlig prøve på baggrund af caseopgave	Intern, 2 eksaminatorer	20 min.	7-skala	3. sem.	5	
4. semester							
Negotiation and Oral Proficiency	Mundtlig prøve med 30 min. forberedelse	Intern prøve, 2 eksaminator	-	7-skala	4. sem.	10	§ 38
Samfundsøkonomi	Skriftlig prøve	Ekstern prøve	4 timer	7-skala	4. sem.	5	§ 57
Videregående organisationsteori	Bunden hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	3 uger	7-skala	4. sem.	5	§ 58
Valgfag	Afhænger af den enkelte disciplin					10	§ 62

5. semester								
Global ledelse	Fri hjemmeopgave	Intern prøve, 1 eksaminator	-	G/IG	5. sem.	0	§ 32	
	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	3 uger	7-skala		5		
Intercultural Market Communication	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	7 dage	7-skala	5. sem.	5	§ 39	
Language and Culture US	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver	Intern prøve, 1 eksaminator	-	B/IB	5. sem.	5	§ 40	
Marketingprojekt	Projektrapport med mundtligt forsvar	Ekstern prøve	20 min.	7-skala	5. sem.	10	§ 59	
Valgfag	Afhænger af den enkelte disciplin						5	§ 62
6. semester								
Language and Culture UK	Mundtlig prøve på baggrund af synopsis	Ekstern prøve	20 min.	7-skala	6. sem.	5	§ 41	
International CSR	Bunden hjemmeopgave	Ekstern prøve	3 uger	7-skala	6. sem.	5	§ 60	
Erhvervsret	Mundtlig prøve med 20 min. forberedelse	Intern prøve, 2 eksaminator	20 min.	7-skala	6. sem.	5	§ 61	
Bachelorprojekt	Bachelorprojekt med mundtligt forsvar	Ekstern prøve	25 min.	7-skala		15	§ 63	

* Indgår i 1. årsprøven, som skal afsluttes inden sarten på 2. semester

Dansk sprog og grammatik, 1. semester

English Grammar 2, 2. semester

English Text Analysis and Text Production, 2. semester

Pronunciation, 2. semester

Markedspsykologi, 2. semester

Anvendt metode, 2. semester

C. Særlige definitioner og eksamensbestemmelser for faget:

§ 11. Fællesbestemmelser

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

- ECTS (§ 21)
- Typeenheder (§ 23)
- Normalsider (§ 22)

Endvidere er der bl.a. fastsat regler om

- Bachelorprojekt (§ 12)
- Resumé i forbindelse med bachelorprojekt og kandidatspeciale (§ 14)
- Individuelle og gruppeprøver (§ 9)
- eksterne/interne prøver (§ 7)
- Stave- og formuleringsevne (§ 8)
- Eksamenssprog (§ 10)
- Meritoverførsel/fritagelse (§ 19)
- Regler om ophør af indskrivning pga. manglende studieaktivitet (§ 25)
- Regler for tidsfrister for afslutning af uddannelsen (§ 26)

§ 12. Forudsætninger for deltagelse i undervisningen

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

§ 13. Profilmfagpakker

På bacheuddannelsen med engelsk kan den studerende vælge mellem en af nedenstående profilmfagpakker:

- Kommunikation
- International marketing

Fagsammensætningen af de enkelte profilmfagpakker fremgår af § 8, Forløbsmodel – placering af undervisning og eksamen.

§ 14. 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.

§ 15. 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.

§ 16. 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

§ 17. 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 Internet ikke må benyttes.

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

§ 18. Skriftlig prøve

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

§ 19. 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.

§ 20. Studiestartsprøven

Studiestartsprøven skal afholdes senest 2 måneder efter uddannelsens studiestart, og resultatet skal være meddelt den studerende senest 2 uger efter prøvens afholdelse. Hvis prøven ikke er godkendt, har den studerende mulighed for at deltage i en omprøve, der afholdes senest 3 måneder efter uddannelsens studiestart. Den studerende har 2 prøveforsøg til at bestå studiestartsprøven.

Se nærmere beskrivelse i § 27.

§ 21. 1. årsprøven

Prøverne, der hører til 1. årsprøven, er markeret med * i eksamensoversigten, og skal være bestået **inden** udgangen af 2. semester efter studiestart.

Er 1. årsprøven ikke bestået **inden udgangen af** 2. semester efter studiestart, kan man ikke fortsætte på uddannelsen, medmindre studienævnet har givet dispensation på grund af usædvanlige forhold.

1. årsprøven omfatter følgende discipliner:

Fællesfag:

- Dansk sprog og grammatik, 1. semester

Engelsk:

- English Grammar 2, 2. semester
- English Text Analysis and Text Production, 2. semester
- Pronunciation, 2. semester

Kommunikation:

- Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2, 2. semester
- Markedssemiotik, 2. semester

International marketing:

- Markedspsykologi, 2. semester
- Anvendt metode, 2. semester

§ 22. 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 synopsen. 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.

§ 23. 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.

§ 24. BA-projekt

Det afsluttende BA-projekt skrives inden for en af de obligatoriske fagblokke. Se nærmere under § 64, samt under fællesbestemmelsernes §16.

§ 25. Undervisnings- og eksamenssprog

Undervisnings- og eksamenssproget er dansk/engelsk eller engelsk/dansk. Hvilket er nævnt i bestemmelserne for den enkelte disciplin.

§ 26. Internationalisering – udlandsophold

For at styrke sprogkunderskab 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 forhåndsgodkendt ophold. Der afholdes info-møde i løbet af september/primo oktober. Ansøgningsfrist for ophold i udlandet er 15. november og inden da skal opholdet forhåndsgodkendes af studienævnet.

For BA-uddannelsen i International Virksomhedskommunikation med kommunikation eller International marketing som profilfagpakke 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 bestå, 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 studerede skal bestå, skal være relevante for den studerendes BA-uddannelse og godkendes af studienævnet.

II. Beskrivelse af bacheloruddannelsens discipliner

Fællesfag

§ 27. Studiestartsprøve

Study Start 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 Gruppe
- 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 Gruppe, og den faglige tutor forestår processen med studieGruppe, 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 Godkendt/Ikke godkendt 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:	60 min.
Sprog:	Dansk
Hjælpe midler:	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 september. Såfremt den studerende ikke har bestået studiestartsprøven senest 3 måneder efter studiestart, kan den studerende ikke fortsætte på uddannelsen.

§ 28. Dansk sprog og grammatik

Danish Language and Grammar

a. Undervisningens omfang:

2 timer pr. uge i gennemsnit i 1. semester
Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om og:

- kunne demonstrere viden om det danske sprogs strukturer og funktioner, herunder sprogets betydninger og arkitektur

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne identificere og definere sproglige funktioner og former
- kunne gennemføre en tilbundsgående funktionelt funderet analyse af sætninger og tekster
- vurdere teksters kvalitet i forhold til afsender, modtager og situation på baggrund af analysen

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der kombinerer præsentation og diskussion af disciplinens teoretiske og deskriptive faglighed med den studerendes praktiske arbejde med at applicere denne faglighed på konkret sætningsanalyse og tekstvurdering.

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset introducerer på et funktionelt og anvendelsesorienteret metodisk grundlag til det danske sprogs syntaktiske, semantiske og pragmatiske kerneområder og kan herunder perspektivere til studiets fremmedsprog. Kurset fokuserer på analyse og vurdering af eksisterende tekster, herunder på muligheder for tekstrevision. Kurset danner således det lingvistiske fundament for at kunne træffe relevante valg i forbindelse med tekstvurdering og tekstproduktion i uddannelsens øvrige tekstorienterede discipliner.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Holdundervisning, gruppearbejde, øvelsesløsning og øvelsesgennemgang samt udarbejdelse af afløsningsopgaven/eksamensforberedelse. Undervisningen er baseret på eksamensformen "undervisningsdeltagelse" og foregår på dansk. Uden for undervisningen forudsættes ud over litteraturstudium et betydeligt arbejde med øvelser. De studerende opfordres til at danne studiegrupper i dette kursus.

Undervisningen foregår på dansk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensumopgivelser:

Ca. 350 sider.

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes præstation lever op til målbeskrivelsen, samt i hvilken grad den studerende behersker de i §1 nævnte generelle kompetencemål, især nr. 4, 9, 12 og 15, som faget i særlig grad understøtter.

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. § 14. Den studerende skal aflevere en tekstanalyse, herunder en kort tekstvurdering af en autentisk, selvvalgt virksomhedskommunikativ tekst med minimum 30 sætninger.

Sprog:	Dansk
Censur:	Intern prøve 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

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

§ 29. Digital kommunikation

Digital Communication

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus har den studerende viden om:

- beskrive et digitalt medieprodukt ud fra en kommunikationsteoretisk indfaldsvinkel
- have kendskab til analyse- og designprocesser for digitale medieprodukter
- have forståelse for sammenhængen mellem relevante teknologier, sociale praksisser og semiotiske potentialer inden for skærmmedier

Efter endt kursus har den studerende færdigheder i forhold til at:

- definere en digital kommunikationsopgave i en virksomhed/organisation
- udvikle og designe et digitalt medieprodukt, både hvad angår indhold, design og delvis implementering
- anvende software til at udforme en funktionel prototype
- formidle et løsningsforslag

Efter endt kursus har den studerende kompetencer i forhold til at:

- vurdere et digitalt medieprodukt i forhold til teknisk konstruktion, funktionalitet, æstetik, form og brugskontekst

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 kommunikationsformer i virksomhedens interne og eksterne arbejdsprocesser og informationstilgængelighed og -udveksling. De studerende lærer også at bruge praktiske værktøjer til at fremstille digitale medieprodukter. I undervisningen fokuseres primært på websteder, men andre digitale medier kan også inddrages. Den praktiske tilegnelse og brug af værktøjer indebærer, at de studerende kan reflektere over værktøjernes semiotiske potentialer i forhold til en designpraksis.

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

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Undervisningsformen omfatter forelæsninger, holddiskussioner, gruppearbejde, studenteroplæg samt praktiske øvelser i brugen af software til fremstilling af digitale medieprodukter.

Undervisningen foregår på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

Ca. 300 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på ba-
cheloruddannelsens 1. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes
præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvide-
re 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 ka-
racterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser:

Faget afsluttes ved, at de studerende udarbejder en fri hjemmeopgave samt et digitalt
medieprodukt som omfatter opbygningen af fx et websted. I hjemmeopgaven skal de
studerende gøre rede for til- og fravalg af medieproduktets virkemidler i relation til mål-
gruppe, formål og kontekst.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang	
pr. studerende:	6-8-normalsider samt et digitalt medieprodukt
Gruppe:	Op til 3 studerende kan bidrage til en besvarelse. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af op- gaven
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamensafholdes som ordinær prøve.
Besvarelsen fra den ordinære prøve kan ikke genbruges.

§ 30. Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2

Communication Studies and Philosophy of Science 1 and 2

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:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende
som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. neden-

for), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus har den studerende viden om:

- centrale videnskabsteoretiske positioner og argumenter
- centrale humanvidenskabelige retninger i det 20. og 21. århundrede
- centrale sprog- og kommunikationsteoretiske positioner og argumenter, med særlig vægt på det 20. og 21. århundrede

Efter endt kursus har den studerende færdigheder i forhold til at:

- kunne identificere og vurdere videnskabsteoretiske antagelser og argumenter i gængse sprog- og kommunikationsteorier
- kunne arbejde ud fra en basal forståelse for forskellige sprog- og kommunikationsteoriens analytiske muligheder og begrænsninger
- kunne anvende en basal forståelse for forskningsprocessen i sprog- og kommunikationsvidenskaberne
- kunne præsentere og diskutere kommunikations- og videnskabsteoretiske problemstillinger i skrift og tale, samt indgå i en dialog herom

Efter endt kursus har den studerende kompetencer i forhold til. at:

- relatere den videnskabsteoretiske refleksion til sproglige, kommunikative, kulturelle problemstillinger i og uden for en videnskabelig kontekst

c. Undervisningsfagets 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.

Undervisningen foregår på dansk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

Bedømmelsen Bestået/Ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

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

g. Eksamensbestemmelser:

Kommunikations- og videnskabsteori 1 (2. semester)

Eksamen består af en porteføljemappe.

Porteføljemappen består af 2 obligatoriske porteføljeopgaver, som den studerende skal aflevere i løbet af semestret. Hver opgave skal have et omfang på 5-6 sider. Alle porteføljeopgaver skal afleveres inden for de tidsfrister, der fastsættes af underviseren.

Porteføljemappe

Prøveform: Porteføljemappe, bestående af 2 porteføljeopgaver

Sideomfang pr. studerende

pr. porteføljeopgave: 5-6 normalsider

Gruppe: Nej

Sprog: Dansk

Censur: Intern prøve med 1 eksaminator

Bedømmelse: Bestået/Ikke bestået

Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

Kommunikations- og videnskabsteori 2 (3. semester)

Eksamen består af en porteføljemappe samt en mundtlig prøve.

Porteføljemappen består af 2 obligatoriske porteføljeopgaver, som den studerende skal aflevere i løbet af semestret. Hver opgave skal have et omfang på 5-6 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.

Forudsætning

Porteføljemappe

Prøveform: Porteføljemappe, bestående af 2 porteføljeopgaver

Sideomfang pr. studerende	
pr. porteføljeopgave:	5-6 normalsider
Gruppe:	Nej
Sprog:	Dansk
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.

Afsluttende mundtlig prøve

Prøveform:	Individuel mundtlig prøve
Varighed:	30 min. inkl. censur
Forberedelse:	30 min.
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler (under forberedelsen)
Sprog:	Dansk
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamnen afholdes som ordinær prøve.

§ 31. Organisationsteori

Organization Theory

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om og kunne:

- redegøre for udviklingen i organisationsteorien samt for de mest centrale teoretiske tilgange til organisation

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at kunne:

- identificere, karakterisere og analysere forskellige organisationstyper, organisations 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

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at kunne:

- bruge sin viden og færdigheder til på et grundlæggende niveau at analysere organisatoriske problemstillinger samt på baggrund heraf kunne formulere løsningsmuligheder på disse problemstillinger

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der veksler mellem forelæsninger, diskussion, studenteroplæg og casearbejde, kombineret med studiegrupperarbejde og selvstudium.

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 kommunikationen indgår i.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Forelæsninger, diskussion, studenteroplæg og casegennemgang. Cases indgår som et centralt element i disciplinen, og der forventes betydelig aktivitet fra de studerendes side med hensyn til forberedelse, fremlæggelse og diskussion af cases. Det forudsættes, at de studerende danner studiegrupper i disciplinen. Undervisningen foregår på dansk.

Undervisningen foregår på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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. 2, 3, 4, 5, 8, 9, 12 og 15, som faget i særlig grad understøtter.

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

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende får udleveret 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 pr. studerende

Gruppedannele:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 32. Global ledelse

Global Management

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 5. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende kunne demonstrere viden om:

- globaliseringens indvirkning på ledelsesmæssige aktiviteter

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende færdigheder:

- kunne kommunikere mundtligt og skriftligt – på engelsk – om emner inden for faget

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende kompetencer:

- som medarbejder selvstændigt med at kunne deltage i debatter og formidling omkring fagets emner

c. Undervisningsfagets indhold:

Der sættes fokus på relationer mellem globalisering og ledelse.

Vægten vil blive lagt på at perspektivere og gå i dybden med valgte emner og teorier omhandlende globaliseringsprocesser og ledelse.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning og diskussioner, hvor der lægges vægt på, at den studerende kan arbejde selvstændigt med kurssets emner.

Undervisningen foregår på engelsk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

Bedømmelsen Godkendt/Ikke godkendt markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

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

f. Eksamensbestemmelser:

Forudsætning

Det er en forudsætning for at indstille sig til den skriftlige afsluttende eksamen, at den studerende, alene eller i grupper på tre, i løbet af kurset har fået godkendt en fri opgave bestående af en skriftlig afleveringsopgave i form af en poster og en mundligt fem minutters præsentation af denne på holdet. Afleveringsfristen samt dato for præsentation meddeles af underviseren samt ved opslag ved undervisningens begyndelse.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave (skriftlig og mundtlig)
Varighed:	Fastsættes af underviseren og meddeles ved undervisningens begyndelse
Sideomfang:	Fastsættes af underviseren og meddeles ved undervisningens begyndelse
Sprog:	Engelsk
Gruppe:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven.
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Godkendt/Ikke godkendt
Vægtning:	0 ECTS

Afløsningsprøve: Som ovenfor

Afsluttende prøve

Faget afsluttes med en bunden skriftlig hjemmeopgave hvor den studerende vælger ét spørgsmål ud af en række spørgsmål som udleveres af underviseren

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 uger
Omfang:	6-8 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Engelsk
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

Reksamensbestemmelser

Reksamensafholdes som ordinær prøve.

Engelsk

§ 33. English Grammar 1

Engelsk grammatik 1

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet for såvel English Grammar 1 som English Grammar 2 er både teoretisk og praktisk. Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- det engelske sprogs strukturer og funktioner, herunder sprogets betydninger og arkitektur

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne identificere og definere sproglige funktioner og former
- kunne identificere grammatiske funktioner og materialer
- kunne identificere egne og andres fejl og fejlkilder

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer i forhold til at:

- beskrive egne og andres fejl og fejlkilder 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. 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.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Kurset består i en kombination af holdundervisning og øvelser.

Undervisningen foregår på engelsk

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

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 af 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 hjemmeopgaver
Sideomfang:	Ca. 1 normalside pr. opgave
Sprog:	Engelsk
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
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

§ 34. English Grammar 2

Engelsk Grammatik 2

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- det engelske sprogs strukturer og funktioner, herunder sprogets betydninger og arkitektur
- kunne redegøre for typiske syntaktiske og grammatiske problemområder for danskere med engelsk som fremmedsprog

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne definere og identificere grammatiske funktioner og materialer
- kunne identificere fejl og fejlkilder samt beskrive disse med anvendelse af relevante og korrekte grammatiske begreber med henblik på fejlretning, revision og kommentering

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 og øvelser.

Undervisningen foregår på engelsk

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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. 1-10, som faget i særlig grad understøtter.

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

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
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 35. English Text Analysis and Text Production

Engelsk tekstanalyse og tekstproduktion

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester.

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester.

Vægtning: 10 ECTS.

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus har den studerende viden om:

- kommunikationsmodeller og tekstanalyse
- genre- og register analyse
- oversættelsesteoretiske metoder

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- bestemme teksters formål, genre, opbygning, stilistiske træk og ordvalg
- kunne analysere og tilegne sig indholdet i en given tekst uden alvorlige, kommunikationshæmmende sproglige og grammatiske fejl
- kunne oversætte tekster fra dansk til engelsk og fra engelsk til dansk
- anvende relevante sproglige hjælpemidler i form af ordbøger, opslagsværker etc.

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- beskrive tekststruktur og målgrupperrelevans af forskellige teksttyper
- kunne producere forskellige typer af tekst på et hensigtsmæssigt og situationstilpasset engelsk

c. Undervisningsfagets indhold:

English Text Analysis and Text Production, 1. semester

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 analysemateriale 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. semester

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 målgrupperrelevans. Den studerende udarbejder et antal skriftlige og mundtlige oversættelser til og fra engelsk baseret på sagprosaetekster.

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.

Undervisningen foregår på engelsk

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel- len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

Bedømmelsen Bestået/Ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Afsluttende prøve efter 1. semester

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

Prøveform:	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser:

Prøveform:	Skriftlig prøve under tilsyn med computer
Varighed:	4 timer
Hjælpe midler:	Alle skriftlige hjælpemidler
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminatorer
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

Afsluttende prøve efter 2. semester

English Text Analysis and Text Production, 2. semester indgår i 1.årsprøven

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

Prøveform:	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver
Sprog:	Engelsk

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

Reksamensbestemmelser:

Prøveform:	Skriftlig prøve under tilsyn med computer
Varighed:	4 timer
Hjælpe midler:	Alle skriftlige hjælpemidler
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

§ 36. Pronunciation

Fonetik

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester.

Vægtning: 5 ECTS.

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- demonstrere teoretisk og analytisk viden om engelsk udtale

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende praktiske færdigheder:

- kunne identificere samtlige engelske vokal- og konsonantfonemer
- kunne anvende de gængse regler for korrekt engelsk (britisk/amerikansk standard) udtale
- kunne læse og konvertere lydskrift til almindelig ortografi
- kunne gengive korrekt, sammenhængende engelsk/amerikansk udtale i relation til fonemer og regler for engelsk prosodi

c. Undervisningsfagets indhold:

Der indledes med en oversigt over nogle forskelle mellem amerikansk og britisk engelsk. Derefter følger en gennemgang af det engelske lydssystem (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.

Undervisningen foregår på engelsk

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på ba-
cheloruddannelsens 2. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes
præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvide-
re 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 gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i ka-
racterskalabekendtgørelsen.

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.
Hjælpe midler:	Ikke tilladt
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reeksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve

§ 37. Business Communication

Virksomhedskommunikation

a. Undervisningens omfang

4 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende
som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. neden-
for), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på
følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- almene kommunikationsmodeller, forretningskorrespondancens formalia, samt
genre teori, og pragmatisk tekstanalyse

- Løsning af skriftlige frie og bundne virksomhedsrelaterede kommunikationsopgaver på engelsk

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- 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 et i det alt væsentlige grammatisk korrekt sprog (dansk eller engelsk afhængigt af opgavetype) med anvendelse af korrekt og relevant fagterminologi og på et stilistisk passende niveau med fokus på oversættelser og resumeopgaver

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- løse frie og bundne kommunikationsopgaver inden for organisationskommunikation
- udførelse af oversættelses- og resumeopgaver samt andre frie og bundne skriftlige sprogopgaver
- foretage sproglig revision af andres tekster og give konstruktivt formuleret faglig kritik

c. Undervisningsfagets indhold:

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

b: 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 fx. 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 klasseundervisning, diskussioner, evt. oplæg og skriftlige øvelser, herunder fx oversættelser imellem dansk og engelsk af erhvervs- og samfundsøkonomiske samt resuméopgaver.

Undervisningen foregår på engelsk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

400-600 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensform og niveauet på bache-
loruddannelsens 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 understøt-
ter.

Karakteren gives i henhold til gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i ka-
racterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Sideomfang:	3-4 normalsider
Varighed:	24 timer
Gruppe:	Nej
Sprog:	Engelsk
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

Reeksamen afvikles som en individuel skriftlig prøve i oversættelse eller selvstændig for-
mulering af forretningsbrev.

Reeksamensbestemmelser

Prøveform:	Skriftlig prøve under tilsyn med computer
Varighed:	4 timer
Hjælpemidler:	Alle skriftlige hjælpemidler
Sprog:	Engelsk
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

§ 38. Negotiation and Oral Proficiency

Forhandling og mundtlig sprogfærdighed

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende
som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. neden-

for), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende kunne:

- demonstrere praktisk, teoretisk og strategisk viden om mundtlig kommunikation og forhandling på engelsk

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende praktiske færdigheder:

- kunne udtrykke sig på idiomatisk, situationsafhængigt engelsk (britisk, amerikansk eller anden anerkendt variant) samt evne at analysere og håndtere en forhandlingsituation

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- beherske talt engelsk til professionelle formål (forhandling, præsentationer, møder, 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:

a. Faget giver en grundig introduktion til en række centrale forhold inden for forhandling. Herunder en forståelse for forhandlingens væsen og hvad der skal til for at øve indflydelse på andre. Der fokuseres på de studerendes evne til at analysere relationen og magtforholdet mellem to eller flere parter. Der er ligeledes fokus på det korrekte valg af forhandlingsstrategi i forhold til de ønskede mål. Andre beslægtede områder, som kan påvirke forhandlingsprocessen og resultatet, vil blive belyst, herunder kognitive temaer, etik og moral, personlighedens rolle m.m. Hertil kommer gennemgang af værktøjer og checklister til forberedelse, gennemførelse og evaluering af en forhandling

b. 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. Der vil også være fokus på spørgeteknik, lytteteknik og kropssprogets betydning.

Lytteeksempler og filmede eksempler kan indgå i undervisningen.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Udtryksfærdigheden trænes ved at placere de studerende i forskellige situationer (forhandlinger, oplæg/præsentationer, styrede diskussioner, emnerelaterede samtaler etc.). Det emnemæssige fokus – indenfor en række kommunikationsformer mellem to eller flere deltagere – kan være på aktuelle samfunds- eller virksomhedsorienterede problemstillinger, merkantile forhandlinger m.m. Fokus i disse øvelser vil ligge på anvendelse af idiomatisk og kommunikativt hensigtsmæssig sprogbrug samt evnen til at styre/påvirke fremdriften i mødet/samtalen m.m. i den mange forskellige kommunikations-situationer. I løbet af kurset præsenteres de studerende desuden for en række lyd-eksempler på varianter af talt engelsk, som diskuteres og analyseres med henblik på identifikation af særlige kendetegn.

Undervisningen foregår på engelsk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 pkt. 3, 4, 7, og 10, som faget i særlig grad understøtter.

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

f. Eksamensbestemmelser:

Eksamen afvikles som en 30 minutters mundtlig case-baseret eksamen med medvirken af 2 eller flere studerende på baggrund af 30 minutters forberedelse af en af eksaminatorerne formuleret kommunikations- og forhandlingssituation.

Prøveform:	Mundtlig prøve
Varighed:	30 min. incl. censur
Forberedelse:	30 min.
Hjælpe midler:	Engelsk-engelsk ordbog
Sprog:	Engelsk
Gruppe:	2-3 studerende.
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala.
Vægtning:	10 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 39. Intercultural Market Communication

Interkulturel markedskommunikation

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

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

- interkulturel teori og metode i en markedskommunikativ kontekst

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende færdigheder:

- anvende viden til at analysere praktiske problemstillinger i forhold til interkulturel markeds kommunikation i en række sammenhænge
- diskutere og vurdere forskellige interkulturelle teoriers styrker og svagheder i forskellige anvendelsessituationer
- håndtere, skriftligt og mundtligt – på engelsk – virksomhedsrelaterede kommunikationsopgaver med interkulturelle facetter
- formulere sig skriftligt og mundtligt på et professionelt niveau, dvs. på et i alt væsentligt Grammatisk korrekt engelsk med anvendelse af relevant fagterminologi og på et stilistisk passende niveau

Efter endt kursus skal den studerende besidde følgende kompetencer:

- bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse opgaver indenfor interkulturel markeds kommunikation
- kunne håndtere komplekse situationer samt indgå i tværfaglige og interkulturelle teams

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 markeds kommunikation. 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.

Der undervises på engelsk

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensform og bacheloruddannelsens 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 kompetence mål, især nr. 3-7, som faget i særlig grad understøtter.

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

f. Eksamensbestemmelser

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

Prøveform: Bunden hjemmeopgave
Sideomfang: 6-8 normalsider

Varighed:	7 dage
Gruppe:	Nej
Sprog:	Engelsk
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamensafholdes som ordinær prøve

§ 40. Language and Culture US

Sprog og kultur i USA

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 5. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- politiske, økonomiske, sociale og kulturelle forhold i USA

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder ift. til at:

- indsamle og bearbejde information relateret til det amerikanske samfund samt tilvejebringe overblik over denne
- identificere forskelle/ligheder mellem det amerikanske og det danske samfund, hvor dette er relevant
- formidle samfundsmæssig og kulturel viden på såvel mundtligt som skriftligt engelsk

Efter endt kursus har den studerende kompetencen til at:

- fortolke, forstå og formidle samfundsmæssige forhold og begivenheder i USA med henblik dels på den kommunikative kompetence dels på kompetencen i forhold til tværnationalt (sam)arbejde

c. Undervisningsfagets indhold:

Undervisningen er koncentreret om amerikanske forhold, fx immigration, population, 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, hjemmearbejde samt et antal obligatoriske, skriftlige opgaver.

Undervisningen foregår på engelsk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

200-300 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Jf. karakterbekendtgørelsen og under hensyntagen til niveauet på bacheloruddannel-
sens 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.

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 hjemmeopga-
ver. Tidspunkt for udlevering og aflevering fastsættes af underviseren ved undervisnin-
gens begyndelse og meddeles ved opslag.

Prøveform:	4 ud af 5 bundne hjemmeopgaver
Sideomfang:	Ca. 1 normalside pr. opgave
Sprog:	Engelsk
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

Reeksamensbestemmelser:

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

§ 41. Language and Culture UK

Sprog og kultur i Storbritannien

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- politiske, økonomiske, sociale og kulturelle forhold i det Forenede Kongerige

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- indsamle og bearbejde information relateret til det Forenede Kongerige samt tilvejebringe overblik over denne
- identificere forskelle/ligheder mellem det britiske og det danske samfund, hvor dette er relevant formidle samfundsmæssig og kulturel viden på såvel mundtligt som skriftligt engelsk

Efter endt kursus har den studerende kompetencen til at:

- fortolke, forstå og formidle samfundsmæssige forhold og begivenheder i det Forenede Kongerige med henblik dels på den kommunikative kompetence dels på kompetencen i forhold til tværnationalt (sam)arbejde

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, hjemmearbejde samt en række skriftlige opgaver.

Undervisningen foregår på engelsk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensynstagen til karakterbekendtgørelsen og til niveauet på bacheloruddannelsens 6. 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.

f. Eksamensbestemmelser:

Eksamen afvikles ved en mundtlig prøve på engelsk.

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 synopsisen 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:

Sideomfang: Jf. § 19 vedr. synopsis

Sprog: Engelsk

Gruppe: Nej

Individuel mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Synopsis samt evt. noter til synopsis

Sprog: Engelsk

Censur: Ekstern prøve

Bedømmelse: 7-trinsskala. Der gives én samlet karakter for det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation

Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamensafholdes som ordinær prøve.

Kommunikation

§ 42. Tale og tekst

Introduction to Rhetorics

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus har den studerende viden om:

- grundbegreber inden for retorik såsom argumentationsteori, appelformer, eksemplificering, troværdighed, topik og disposition
- grundbegreber inden for mundtlig tekstproduktion og praktisk fremførelse inden for genrer relevante for organisationskommunikation

Efter endt kursus har den studerende færdigheder i forhold til at:

- producere mundtlige og skriftlige oplæg i organisationsmæssige sammenhænge ud fra de relevante retoriske grundbegreber
- foretage en retorisk analyse af eksisterende organisationskommunikative tekster (mundtlige og skriftlige)

Efter endt kursus har den studerende kompetencer i forhold til at:

- at kunne reflektere over, hvordan mundtlige og skriftlige oplæg tilpasses kommunikationssituation og målgruppe
- at kunne relatere retoriske redskaber og grundbegreber til problemstillinger i organisatoriske sammenhænge

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset introducerer til en moderne forståelse af retoriske redskaber og grundbegreber, såsom argumentationsteori, appelformer, 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.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 1. semester lægges vægt på, i hvil-
ken 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 gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i ka-
racterskalabekendtgørelsen.

f. Eksamensbestemmelser :

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), afsender-
rolle, emne formål og målgruppe. Eksaminationen fortsætter herefter som en dialog
med spørgsmål fra eksaminatorerne.

Prøveform:	Mundtlig prøve
Sideomfang:	Oplæg min. 1,5 normalside pr. studerende
Gruppe:	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

Reksamensbestemmelser:

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 43. Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2

Text Analysis and Text Production 1 and 2

(er ændret, jf. § 67)

a. Undervisningens omfang:

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

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende
som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. neden-
for), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på
følgende punkter:

Efter endt kursus har den studerende viden om:

- grundbegreber inden for skriftlig kommunikation og tekstopbygning

- grundlæggende begreber inden for kommunikationsteori og modeller, der er egnet til at analysere organisationers interne og eksterne kommunikation

Efter endt kursus har den studerende færdigheder i forhold til at:

- udforme målrettede tekster inden for organisationens interne og eksterne kommunikation
- 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

Efter endt kursus har den studerende kompetencer i forhold til at:

- 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 genreteorier. 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 studenterooplæg 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.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 Godkendt/Ikke godkendt markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser :

Dansk Tekstanalyse og tekstproduktion 1

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

Reksamensbestemmelser

Prøveform: Bunden skriftlig prøve under tilsyn
Varighed: 5 timer
Hjælpe midler: 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.

Prøveform: Fri hjemmeopgave
Sideomfang: 12-15 normalsider for én studerende
Gruppe: Op til 3 studerende.
Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog: Dansk
Censur: Ekstern prøve
Bedømmelse: 7-trinsskala
Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 44. Markedssemiotik

Market Semiotics

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

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

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- grundlæggende viden om semiotik
- beskrive semiotiske discipliner i en marketingkontekst
- kunne definere nøglebegreber i markedssemiotikken

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- analysere markedskommunikation ved hjælp af semiotiske begreber, modeller og teorier
- gøre rede for samspil mellem semiotiske virkemidler og den øvrige markedsføringsindsats

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer i forhold til at:

- planlægge den praktiske brug af tegn i en markedskommunikationsindsats
- vurdere praktisk anvendelse af tegn i virksomhedskommunikation i forhold til marketingmix

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset introducerer til strategisk brug af semiotik i et markedsføringsperspektiv. Gængse marketing-, reklame- og brandingbegreber gennemgås ud fra et semiotisk grundlag. De studerende tilegner sig viden og værktøjer til at analysere, udforme og evaluere kommercielle budskaber, herunder eksempelvis produktemballage, butiksinretning, reklamer og/eller websteder.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

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

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

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 karakter skalabekendtgørelsen.

g. 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

Synopsis:

Sideomfang: 3 normalsider pr. studerende

Gruppe: Nej

Individuel mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Oplæg samt evt. noter eller præsentationsmateriale

Sprog: Dansk/engelsk – som fastsat af underviser

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 45. Branding

Branding

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

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

Efter endt kursus har den studerende viden om :

- relevante brandingteorier
- branding som strategisk redskab

Efter endt kursus har den studerende færdigheder til at:

- analysere en virksomheds brandingstrategier
- vurdere fordele og ulemper ved forskellige strategier
- udforme brandingstrategier

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- konstruere storytelling på strategisk såvel som operationelt niveau

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset introducerer de studerende til en kommunikationsteoretisk forståelse af branding med udgangspunkt i semiotikken. Der arbejdes med begrebet corporate branding samt en række andre brandingstrategier herunder produkt branding. På kurset introduceres forskellige tilgange til branding, og der inddrages temaer som storytelling, brandpersonlighed, celebrity branding, oplevelsesbaseret branding, brand equity, placebranding og employerbranding.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

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

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

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
Hjælpemidler:	Synopsis samt evt. noter og præsentationsmateriale
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 46. Kommunikationsplanlægning

Communication Planning

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- forskellige teorier og modeller til kommunikationsplanlægning

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne dokumentere grundlæggende færdigheder i planlægning af kommunikationsopgaver fra idé og situationsanalyse og til udformning og evaluering, herunder relevante juridiske og økonomiske faktorer

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- kunne gennemføre kommunikationsplanlægning i praksis fra idéoplæg til løsning

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der veksler mellem forelæsninger, diskussion og studenteroplæg, samt gennem den studerendes selvstændige arbejde med en fri hjemmeopgave som eksamen i faget.

c. Undervisningsfagets 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 og økonomiske 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, diskussion, studenteroplæg og arbejde med eksamensopgave.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

Ca. 600 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på ba-
cheloruddannelsens 3. semester lægges der vægt på, i hvilken grad den studerendes
præstation lever op til ovennævnte målbeskrivelse. Der lægges i bedømmelsen endvide-
re vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencer, der er
beskrevet i § 2, særligt pkt. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12 og 15, som faget i særlig grad un-
derstøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i ka-
racterskalabekendtgørelsen.

g. Eksamensbestemmelser:

Den studerende udvælger et eksempel på en intern og/eller ekstern opgave inden for
kommunikation i en organisation. Emnet vælges i løbet af semestret og problemformu-
lering godkendes af underviser.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang	
pr. studerende:	10-12 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve, 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 47. Visuel analyse og design

Visual Analysis and Design

a. Undervisningens omfang

4 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om:

- multimodal teori og kommunikationsmodeller samt de diskursive og kontekstuelle faktorer, der er vigtige for at kunne analysere og producere situationstilpassede visuelle tekster til brug i organisationers kommunikation

- de studerende skal desuden have forståelse for sammenhængen mellem teknologi, praksis og semiotiske potentialer med særligt fokus på trykte medier

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- karakterisere den kommunikationssituation, der gør sig gældende for visuel organisationskommunikation
- analysere visuelle tekster, herunder gennemføre detaljerede billedanalyser og, i det omfang det er relevant, karakterisere valg af layout, farver, grafisk form, typografi og sats samt diskutere deres potentielle betydning i kommunikationssituationen
- gennemføre grundlæggende planlægning og udarbejdelse af visuelle tekster
- rederøre for de visuelt kommunikative strategier, der ligger til grund for den udarbejdede visuelle kommunikation

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- den studerende skal kunne indgå i dialog med relevante faggrupper om tilrettelæggelsen af visuel organisationskommunikation

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der veksler mellem præsentation og diskussion af disciplinens teoretiske og analytiske faglighed, og praktisk arbejde med at planlægge, udarbejde og diskutere visuelle tekster.

c. Undervisningsfagets indhold:

Undervisningen omfatter en indføring i multimodal kommunikationsteori og teori om visuelt kommunikative virkemidler som f.eks. farve, typografi, grafisk form, billedteori, der er egnet til at analysere visuel organisationskommunikation. Desuden gives der en introduktion til produktionen af visuelle tekster vha. software til f.eks. billedbehandling og desktop publishing. Den studerendes læring sker som en vekselvirkning mellem teoretisk/analytisk refleksion og egen produktion.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Holdundervisning, øvelsesarbejde, studenteroplæg og selvstændig eksamensforberedelse. Der forventes betydelig aktivitet fra de studerendes side med hensyn til udarbejdelse og fremlæggelse af egne visuelle produktioner samt feedback på og diskussion af med-studerendes produktioner.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 endvide-

re vægt på, i hvilken grad den studerende behersker de generelle kompetencemål, der er beskrevet i §2, særligt pkt. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12 og 15, som disciplinen i særlig grad understøtter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen som beskrevet i karakterskalabekendgørelsen.

g. Eksamensbestemmelse:

De studerende vælger selv en visuel case, som analyseres og vurderes. Der prøves endvidere i planlægning og design af en visuel produktion, som kan være enten en revision af den samme visuelle kommunikation eller et forslag til en caserelateret supplerende visuel kommunikation.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang:	12-15 normalsider samt 1 designforslag pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende
	Det skal nøjefremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven. Der gives individuelle karakterer
Sprog:	Dansk/Engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	10 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 48. 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:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om og:

- kunne demonstrere grundlæggende viden om de tre teorifelter innovation og entreprenørskab, projektledelse og teamsamarbejde

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne udvikle, analysere og realisere en forretnings – eller projektidé
- kunne beskrive og vurdere behovet og interessen for ideen
- kunne udforme og fremlægge en plan for realisering af ideen, der analytisk er funderet i viden om innovation, entreprenørskab, projektledelse og teamsamarbejde

- kunne evaluere og diskutere egne og andres ideer på en konstruktiv måde

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- blive i stand til at anvende sin viden og færdigheder indenfor innovation, entreprenørskab, projektledelse og teamsamarbejde til at udvikle innovative tiltag i faget og andre sammenhænge. Kompetencen kan eksempelvis anvendes til at starte egne projekter og forretningsideer op eller til at udvikle nyt i eksisterende organisationer indenfor den private, offentlige og frivillige sektor

c. Undervisningsfagets 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 projektforsløb og organisering af et projektforsløb, begreber om teamsamarbejde, kompetenceafklaring, gruppeprocesser 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 studerende. I løbet af den første måned af forløbet forudsættes det, at de studerende inddeles i teams, der arbejder med udviklingen og realiseringen af en idé, samt mundtlig og skriftlig formidling af den. I resten af forløbet forudsættes et betydeligt gruppearbejde uden for undervisningen. Undervisningen tilrettelægges ud fra uddannelsens og disciplinens placering i de studerendes studieforløb, og søger desuden i kraft af individuel og teambaseret kompetenceafklaring at trække på viden, færdigheder og kompetencer fra øvrige fag og erfaringer, som de studerende kan aktivere i faget.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensumopgivelser:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på BA-uddannelsens 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 § 1, særligt pkt. 1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12 og 13.

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, jf. § 11 samt følgende bestemmelse: I løbet af undervisningen udarbejdes i teams enten en projektplan eller forretningsplan for ideen. Planen afleveres ved undervisningens afslutning. Ud fra analyserne i planen præsenterer teamet ideen for de andre 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

Prøveform:	Undervisningsdeltagelse
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS

Reksamensbestemmelser:

Prøveform:	Individuel bunden skriftlig prøve under tilsyn
Varighed:	5 timer
Hjælpe midler:	Alle hjælpemidler
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	10 ECTS

§ 49. 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:

Efter endt kursus skal den studerende have viden om og kunne:

- redegøre for, diskutere og vurdere væsentlige teorier og metoder til analyse af organisationers kultur og kommunikation

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne arbejde med forandring i organisationer ud fra en kognitiv, kommunikativ og kulturel forståelse

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- kunne diskutere kommunikative problemstillinger i forbindelse med kultur og forandring samt foreslå relevante løsningsforslag

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der veksler mellem forelæsninger, diskussion og studenteroplæg, samt gennem den studerendes selvstændige arbejde med en fri hjemmeopgave som eksamen i faget.

c. Undervisningsfagets 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 sensemaking, gruppetaenkning 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, diskussion, studenteroplæg og arbejde med eksamensopgave.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

Ca. 500 sider

f. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til karakterbekendtgørelsen, eksamensformen og niveauet på bacheloruddannelsens 5. 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, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14 og 15, som faget i særlig grad understøtter.

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

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 skal godkendes af underviser.

Prøveform: Fri hjemmeopgave

Sideomfang:	12-15 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende
	Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/engelse – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 50. 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 have viden om og kunne:

- demonstrere en grundlæggende viden om virksomhedens kommunikation på strategisk ledelsesniveau, herunder kendskab til emner som virksomhedens identitet, image, strategisk PR, CSR, krisekommunikation, forandringskommunikation og corporate storytelling samt særlige udfordringer ved offentlig kommunikation

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne planlægge kommunikation ud fra ledelsesmæssige strategier samt planlægge kommunikation under hensyn til virksomhedens mission, vision og værdier

Efter endt kursus skal den studerende have kompetencer til at:

- kunne udforme kommunikationspolitikker, planlægge og udføre kvalitetsstyring af kommunikation samt rådgive virksomheder om krisekommunikation og risikokommunikation

Ovennævnte mål opnås gennem en undervisning, der veksler mellem forelæsninger, studenteroplæg samt analyse af eksempler på virksomheders strategiske kommunikation.

c. Undervisningsfagets 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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

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

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Pensum:

Ca. 600 sider.

f. 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, særligt pkt. 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 14 og 15, som faget i særlig grad understøtter.

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

g. Eksamensbestemmelser:

Faget afsluttes med en mundtlig prøve, hvor den studerende trækker et spørgsmål inden for det opgivne pensum.

Prøveform:	Mundtlig prøve
Varighed:	20 min. inkl. censur
Forberedelse:	20 min.
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler må benyttes i forberedelsen. Ved eksaminationen må kun medbringes eksamensspørgsmål samt noter fra forberedelsen
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

International marketing

§ 51. Markedsføringsplanlægning

Market Planning

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Formålet med kurset er at give den studerende en introduktion til markedsføringsbegrebet, samt bibringe de studerende en viden om de forskellige kommunikationskanaler indenfor markeds kommunikation.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- forskellige teorier og modeller til markedsføringsplanlægning
- grundlæggende kommunikationsmodeller
- forskellige kommunikationsformer og -kanaler
- mediets indflydelse på budskab og prisniveau

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne dokumentere grundlæggende færdigheder i planlægning af markedsføringsopgaver
- diskutere og vurdere fordele og ulemper ved forskellige medier
- sammensætte et passende mediemix ud fra strategiske og taktiske valg

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- Kunne gennemføre en begrundet markedsføringsplan i praksis fra ideoplæg til løsning

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset omhandler markeds kommunikation og introducerer til grundlæggende kommunikationsmodeller, valg af målgrupper, formulering af målsætninger, valg af budskaber og medier, budgetlægning, evaluering af kommunikationsindsatsen samt relevante juridiske og økonomiske forhold i forbindelse med markedsføringsprojekter. Ved hjælp af overvejelser omkring segmentering og positionering skal de studerende også kunne argumentere for taktiske medievalg. 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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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, 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.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang	
pr. studerende:	8-10 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve, 1 eksaminator
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamnen afholdes som ordinær prøve.

§ 52. Research Methods

Research Methods

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 1. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på kvantitative metoder i virksomheds- og markedskommunikationsforskning. Det sigter mod at gøre de studerende bekendt med tilgængelige værktøjer indenfor akademisk forskning og give dem de nødvendige instrumenter til at læse og forstå videnskabelige artikler. Kurset er grundlæggende for de fleste af de øvrige kurser i profilpakken International marketing (for eksempel anvendt metode, erhvervsøkonomi, samfundsøkonomi og international ledelse).

Efter endt kursus vil de studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- Hvilke forskningsspørgsmål der kan besvares via kvantitative metoder
- Hvordan og hvorfor der anvendes kvantitative metoder

Efter endt kursus vil de studerende have færdigheder i forhold til at:

- Anvende et udvalg af grundlæggende statistiske begreber
- Analysere et datasæt

Efter endt kursus vil de studerende have kompetencer til at

- Forstå en akademisk tidsskriftsartikel, der bruger kvantitative data

c. Undervisningsfagets indhold:

Hovedparten af den forskning man finder i litteraturen indenfor markedsføring og virksomhedskommunikations bygger på tal. Data er afgørende for at kunne forstå verden omkring os både professionelt og privat. Hvordan sikrer man sig, at forskellige priser, undersøgelsesmetoder, undervisningsmetoder, m.m. virkelig adskiller sig fra hinanden? Hvordan kan man afgøre, hvad det er der påvirker den endelige karakter på et givent hold, er det fx tid, ressourcer, indsats eller motivation? For at få præcise svar på disse spørgsmål skal vi bruge kvantitative metoder.

Undervisningen dækker grundlæggende kvantitative metoder, og er målrettet studerende på profilpakken international marketing. Kurset introducerer til de mest grundlæggende (men vigtige) begreber indenfor statistik. Der lægges særlig vægt på en praksisbaseret tilgang til statistik.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

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

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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, 3, 5 og 8 som faget i særlig grad understøtter.

Bedømmelsen Bestået/Ikke bestået markerer, om de generelle og diciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Skriftlig prøve under tilsyn
Varighed:	2 timer
Hjælpe midler:	Alle skriftlige hjælpemidler

Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve, 1 eksaminator
Bedømmelse:	Bestået/Ikke bestået
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 53. Anvendt metode

Applied methods

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 2. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Formålet med kurset er at give den studerende en introduktion til analysemetoder anvendt indenfor markedsføring og kommunikation.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- markedsanalyse og metode, herunder desk research, field research samt kvalitative og kvantitative analyser

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- foretage markedsanalyse under hensyntagen til metodiske overvejelser
- kritisk analyse og evaluering af analyserapporter

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- vurdere hensigtsmæssigheden af forskellige analysemetoder og anvende denne viden til at udføre markedsanalyse

c. Undervisningens indhold:

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 markedsanalyser.

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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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, 2-5, 8, og 9-12, som faget i særlig grad understøtter.

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

f. Eksamensbestemmelser:

Anvendt metode indgår i 1. årsprøven

Prøven består i udarbejdelse af en projektrapport baseret på en analyse af markedsdata.

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang:	12-15 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende
	Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/Engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 54. Markedspsykologi

Psychology of marketing

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Formålet med kurset er at give den studerende den teoretisk indsigt og de praktiske færdigheder, der er nødvendige for at forstå og anvende relevant psykologisk teori i marketingsammenhæng. Kurset introducerer til markedspsykologi i forbindelse med

forbrugeradfærd. Det vi beslutter at købe er en funktion af, hvordan vi tænker og hvad vi mener om et produkt. Dette kursus vil dække kognitive emner som hukommelse, perception, og læring, samt socialpsykologiske begreber som gruppemedlemskab, gensidighed og tabsminimering.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- målgruppestrategier både i et nationalt og internationalt perspektiv
- segmentering, positionering samt købsadfærd

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- foretage markedssegmentering ud fra relevante kriterier
- foretage et målgruppevalg
- analysere købsadfærd
- skelne mellem fysiske produkter og service

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at

- forstå og anvende relevant psykologisk teori i marketing sammenhæng

c. Undervisningsfagets 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 B2C markedet. Den studerende introduceres til produktbeslutninger og service og vil bl.a. omfatte:

- S-O-R model
- forbrugerkarakteristika og livsstil
- køberens beslutningsproces på henholdsvis B2C
- 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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 karakterskalabekendtgørelsen.

f. Eksamensbestemmelser:

Markedspsykologi indgår i 1. årsprøven

Prøven består i udarbejdelse af en projektrapport på dansk/engelsk efterfulgt af en mundtlig prøve, der tager udgangspunkt i det skriftlige projekt. 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:	Projektrapport med mundtligt forsvar
Projektrapport	
Sideomfang:	12-15 normalsider pr. studerende
Gruppe:	Op til 3 studerende
	Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Sprog:	Dansk/Engelsk – som fastsat af underviser

Individuel mundtlig prøve:

Varighed:	20 min. inkl. Censur
Forberedelse:	Nej
Hjælpe midler:	Projektrapport samt evt. noter til oplæg
Sprog:	Dansk/Engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 2 eksaminatorer
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

En studerende som ikke består den mundtlige prøve, deltager i en omprøve, der tager udgangspunkt i det afleverede projekt. Den studerende kan dog vælge at udarbejde et nyt.

§ 55. International virksomhedsledelse

International business management

a. Undervisningens omfang:

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

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. neden-

for), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Kurset omhandler virksomhedens internationaliseringsproces med særlig vægt på international strategi og ledelse.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- internationaliseringsmotiver
- internationaliseringsteorier
- udvikling af en branches/virksomheds internationale konkurrenceevne

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- redegøre for og begrunde hvorledes internationaliserings beslutninger træffes
- undersøge, analysere og kritisk vurdere relevant information om lande
- analysere kulturelle forskelle og deres indflydelse på internationalisering

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- identificere relevante internationaliserings teorier/modeller i relation til en specifik og konkret problemstilling i forhold til internationale virksomheder

c. Undervisningsfagets indhold:

Undervisningen omhandler virksomhedens internationaliseringsstrategier og internationaliseringsbeslutninger. Fokus vil være på afklaring af de forretningsmæssige beslutninger om at gå internationalt, samt på spørgsmål vedrørende præ- og post-internationalisering. Yderligere opmærksomhed vil blive givet til eksterne / miljømæssige og interne faktorer, der spiller en rolle i internationaliseringsprocessen. Desuden peger det nuværende erhvervsklima på noget, der kan kaldes en "passiv internationalisering", som henviser til den indvirkning, internationale virksomheder har på hjemme virksomheder. Kort sagt, kurset omhandler, hvorfor og hvordan virksomhederne internationalisere.

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 er hovedaktiviteten i undervisningen.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 Godkendt/Ikke godkendt markerer, om de generelle og disciplinspecifikke kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

f. Eksamensbestemmelser:

Forudsætning

Det er en forudsætning for at kunne gå til eksamen, at den studerende har deltaget i udarbejdelsen af en skriftlig rapport i faget som udarbejdes gruppevis.

Der gives 3 uger til udarbejdelse af rapporten. Dato for opgavens udlevering, aflevering og offentliggørelse af bedømmelsen fremgår af eksamensplanen. I tilfælde af, at gruppen ikke får godkendt den obligatoriske opgave skal en revideret rapport afleveres inden 2 uger.

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave (skriftlig)
Sideomfang:	4-6 normalsider pr. studerende, ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag
Gruppe:	Op til 3 studerende
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Intern prøve med 1 eksaminator
Bedømmelse:	Godkendt/Ikke godkendt
Vægtning:	0 ECTS

Afløsningsprøve: som ovenfor

Afsluttende prøve:

Prøveform:	Fri hjemmeopgave
Sideomfang:	4-6 normalsider pr. studerende, dog min. 15 sider pr. projekt ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag
Gruppe:	Op til 3 studerende
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 56. Erhvervsøkonomi

Business Finance

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 3. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- centrale dele af det erhvervsøkonomiske fagområde

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- 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

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- redegøre for virksomhedens forskellige finansieringsmuligheder og vælge mellem de foreliggende 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 på holdet 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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodel-
len for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens
start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

e. Bedømmelseskriterier:

Under hensyntagen til eksamensform og niveauet på 3. semester lægges vægt på, i hvil-
ken 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.

Bedømmelsen Bestået/Ikke bestået markerer, om de generelle og disciplinspecifikke
kompetencer samlet set beherskes i tilstrækkelig grad.

Karakteren gives i henhold til gradsopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i ka-
racterskalabekendtgørelsen.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består af en caseopgave, som besvares gruppevis og efterfølgende forsvares in-
dividuel 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

Forudsætning

Prøveform: Caseopgave

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

Sprog: Dansk/engelsk – som fastsat af underviser

Gruppe: Op til 3 studerende

Censur: Intern prøve med 1 eksaminator

Bedømmelse: Godkendt/Ikke godkendt

Vægtning: 0 ECTS

Afløsningsprøve: Som ovenfor.

Individuel mundtlig prøve:

Eksaminationen tager udgangspunkt i den afleverede caseopgave.

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler: Caseopgave samt evt. noter til oplæg

Sprog: Dansk/engelsk - som fastsat af underviser

Censur: Intern prøve med 2 eksaminatorer

Bedømmelse: 7-trinsskala

Vægtning: 5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 57. Samfundsøkonomi

Economics

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Målet med samfundsøkonomi er at bibringe den studerende en forståelse for samspillet mellem samfund, politik og virksomhed.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- hvordan lovgivning og regulering spiller ind på efterspørgslen
- prismetriser, herunder konkurrenceformers betydning
- samspillet mellem virksomheden og samfundet i et økonomisk perspektiv

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

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

c. Undervisningets fagets indhold:

Samfundsøkonomi giver den studerende indblik i erhvervsforhold og økonomisk politik i Danmark og andre relevante lande i et økonomisk perspektiv.

Kurset omfatter følgende emner:

- introduktion
- markedsmekanismer, vækst
- efterspørgsel, prismetriser, 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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Skriftlig prøve under tilsyn
Varighed:	4 timer
Hjælpemidler:	Alle hjælpemidler
Sprøg:	Dansk/engelsk - som fastsat af underviser
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 58. Videregående organisationsteori*Advanced Organisational Theories***a. Undervisningens omfang:**

2 timer ugentligt i gennemsnit i 4. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Kurset har til formål at give en grundlæggende indføring i forskellige discipliner inden for indflydelsesrige teorier i ledelse og organisationsforskning. Dette giver de studerende mulighed for at anerkende gældende teories forklaringskraft og anvende dem i relevante virksomhedsmæssige sammenhænge.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- Hvad er en organisation og hvad skal en teori om organisationer anvendes til
- sammenhæng mellem hele organisationen, individet og de enkelte afdelinger
- hvorledes ledelse påvirker organisationer (strukturer og design)
- psykologiske og kognitive aspekter af ledelse/medarbejder interaktion
-

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- anvende forskellige teorier til same problem
- anerkende de forskellige vinkler som forskellige teorier fremhæver

- redegøre for forskellige organisationsteoriers begrænsninger og styrker
- undersøge og redegøre for beslutningsprocesser i forskellige organisationsdesign
- undersøge og redegøre for organisationens omgivelser

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- beherske en generel forretningsforståelse, herunder forståelse for de mange teorier der kan forklare og drive virksomheders dynamik

c. Undervisningsfagets indhold:

Kurset starter med to simple spørgsmål: Hvad er en teori? Og hvad skal den bruges til? Disse spørgsmål bør være kernen i enhver universitetsuddannelse og især, hvis kurset udtrykkeligt henviser til »teori.« Enkle spørgsmål har ikke altid enkle svar. Faktisk kæmper disciplinerne, ledelses- og organisationsstudier stadig en kamp for at finde en vej til uafhængighed af andre discipliner. Desuden virker ledelsesteorier suspekter på de fleste forskere fra andre discipliner. Hvorfor? Og, hvad har ledelses- og organisationsstudier til fælles? Er den måde vi forklarer livet og processer i organisationer de samme indenfor begge disse områder? Hvor ligger forskellen, og hvorfor betyder det noget?

Dette kursus behandler disse og andre spørgsmål inden for området ledelse og organisationsstudier. Det er et videregående kursus i den forstand, at det (a) bygger på tidligere viden om organisationsteori, (b) udforsker nogle af de mest up-to-date fremskridt på området, og (c), kræver en høj grad af kritisk tænkning fra den studerendes side.

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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 uger

Sideomfang:	8-10 normalsider pr. studerende
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Gruppe:	Op til 3 studerende. 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

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 59. Marketingprojekt

Marketing Project

a. Undervisningens omfang:

4 timer ugentligt i gennemsnit i 5. semester

Vægtning: 10 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- centrale erhvervsøkonomisk metodebegreber og deres relationer til hinanden, fx beskrive og forklare samspillet mellem problemformulering, teorigrundlag, empiri og problemløsning
- E og M-handel, relationsmarkedsføring samt sociale medier
- network marketing
- branding og oplevelsesøkonomi

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder til at:

- kunne udarbejde en klar problemformulering i relation til en given problemstilling samt opstille undersøgelsesspørgsmål og undersøgelsesdesign, og opstille forslag til dataindsamlingsmetoder med argumentation for styrker og svagheder ved de forskellige muligheder
- kunne opstille forslag til analyse og tolkning samt vurdere pålidelighed, validitet og reliabilitet ved et undersøgelsesdesign
- vurdere fordele og ulemper ved E-handel og E-marketing

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til:

- på et metodebevidst grundlag - alene eller i samarbejde med andre – at kunne håndtere komplekse metodiske, praksisnære problemstillinger i virksomheder/organisationer
- at 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 samt E og M-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.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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 gradopfyldelsen af målbeskrivelsen, som beskrevet i karakterskalabekendtgørelsen.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøven består af en projektrapport med 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 projektførløbet. 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

Projektrapport:

Sideomfang: 12 normalsider pr. studerende ekskl. forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag

Sprog: Dansk/engelsk – som fastsat af underviseren

Gruppe: Op til 3 studerende

Mundtlig prøve:

Varighed: 20 min. inkl. censur

Forberedelse: Nej

Hjælpemidler:	Projektrapporten samt evt. noter til oplæg
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala. Der gives én karakter, der er en helhedsvurdering af den skriftlige og den mundtlige del
Vægtning:	10 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

§ 60. International CSR

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt i gennemsnit i 6. semester

Vægtning: 5 ECTS

b. Målbeskrivelse:

Målet med kurset er at bibringe den studerende den nødvendige teoretiske indsigt og praktiske færdigheder til at forstå og analysere individets rolle i virksomhedens sociale ansvar.

Undervisningen tilrettelægges med fokus på de centrale læringsmål for de studerende som anført nedenfor. Dette understøttes af den valgte eksamensform (se pkt. g. nedenfor), der fremmer og udprøver de studerendes viden, færdigheder og kompetencer på følgende punkter:

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- redskaber til rådighed for social ansvarlighed
- kulturelle forskelle vs. moralske standarder

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- kunne definere social ansvarlighed
- forstå hvordan/hvorfor virksomheder og etik/social ansvarlighed er forbundet

Efter endt kursus har den studerende kompetencer til at:

- Forstå kompleksiteten i etiske/socialt ansvarlige beslutninger

c. Undervisningsfagets indhold:

“The only social responsibility of business is to increase its profits.” Dette er en berømt erklæring fra Milton Friedman, vinder af 1976 Økonomisk Videnskab Prize til minde om Alfred Nobel. Den mindre kendte og mindre citerede konklusion fra den same og meget indflydelsesrige artikel fremhævede også, at social ansvarlighed fører til kommunisme. Det er med den slags ideologiske argumenter, at forskere igennem lang tid tænkte på social ansvarlighed og økonomiske resultater som virksomhedens modsætning og omvendt relateret. Mere nøjagtige studier og social udvikling har ændret den måde, vi tænker social ansvarlighed på og på vigtigheden af værdier i erhvervslivet, herunder

etik.

Kursets hovedmål er at give de studerende værktøjer, koncepter, ideer, modeller, metoder og teorier, der får dem til at forstå, hvad der er relevant indenfor social ansvarlighed, og vigtigst af alt, hvad der er "menneskelige" omkring det.

Der undervises på dansk/engelsk.

Sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse.

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, 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.

f. Eksamensbestemmelser:

Prøveform:	Bunden hjemmeopgave
Varighed:	3 uger
Sideomfang:	8-10 normalsider pr. studerende
Sprog:	Dansk/engelsk – som fastsat af underviser
Gruppe:	Op til 3 studerende. Det skal nøje fremgå af besvarelsen, hvem der er ansvarlig for hvilke dele af opgaven
Censur:	Ekstern prøve
Bedømmelse:	7-trinsskala
Vægtning:	5 ECTS

Reksamensbestemmelser

Reksamnen afholdes som ordinær prøve.

§ 61. Erhvervsret

Business Law

a. Undervisningens omfang:

2 timer ugentligt 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 erhvervs virksomhed.

Efter endt kursus skal den studerende have teoretisk og praktisk viden om:

- grundlæggende erhvervsretlige regler

Efter endt kursus skal den studerende have færdigheder i forhold til at:

- 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.

Der undervises på dansk.

Undervisningen tilrettelægges på en sådan måde, at den understøtter humanioramodelen for aktiv læring og aktiverende undervisning beskrevet i § 7. Ved undervisningens start oplyser underviseren de studerende om, hvorledes studieaktiviteterne organiseres.

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.

f. Eksamensbestemmelser:

Mundtlig prøve i pensum.

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

Reksamensbestemmelser

Reeksamen afholdes som ordinær prøve.

Valgfag

§ 62. Valgfag

Electives

a. Undervisningens omfang:

Vægtning: I alt 15 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 den enkelte disciplin.

Faget skal være godkendt af studienævnet.

d. Undervisnings- og arbejdsformer:

Afhænger af den enkelte disciplin.

Undervisningssproget afhænger af den enkelte disciplin.

e. Bedømmelseskriterier:

Afhænger af den enkelte disciplin.

f. Eksamensbestemmelser:

Afhænger af den enkelte disciplin.

Bachelorprojekt

§ 63. Bachelorprojekt

Bachelor Project

a. Omfang:

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

Vægtning: 15 ECTS.

b. Målbeskrivelse:

Den studerende skal

Viden

- 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
- kunne evaluere og revidere egne metodiske og teoretiske tilgange

Færdigheder

- kritisk og selvstændigt kunne undersøge, analysere og diskutere det faglige problem på baggrund af beskrevne intentioner ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder
- kvalificeret kunne redegøre for relevant litteratur
- kunne tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi
- kunne samle sine resultater i en klar, struktureret og sproglig korrekt fremstillingsform, der lever op til akademiske krav om analyse, argumentation og dokumentation.
- i resumeform kunne gøre rede for arbejdets intentioner, fremgangsmåde, teoretiske grundlag, analyser og resultater.

Kompetencer

- kunne systematisere viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet
- kunne uddrage og sammenfatte undersøgelsens resultater samt vurdere stærke og svage sider i eget arbejde

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 generelle kompetencemål vil forløbet understøtte alle punkter.

Karakteren gives i henhold til gradsopfølgelsen 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 kort mundtlig fremlæggelse/præsentation på engelsk inden for rammerne af den problemstilling, der er defineret og analyseret i projektet, og dels et mundtligt forsvar på engelsk på basis af det afleverede projekt.

Afleveringsfristen for bachelorprojektet vil fremgå af eksamensplanen for 6. semester.

Prøveform:	Bachelorprojekt med mundtligt forsvar
<i>Projekt:</i>	
Sideomfang for 1 studerende:	25 – 30 normalsider
Sideomfang for 2 studerende:	45 – 55 normalsider
Sideomfang pr. projekt, resumé:	1 - 2 normalsider
Sprog:	Engelsk
Resumé:	Dansk
Gruppe:	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 én samlet karakter for det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation
Vægtning:	15 ECTS

Reeksamensbestemmelser:

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

III. Ikrafttræden og overgangsbestemmelser

§ 64. Gyldighed

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 2016 eller senere

§ 65. Godkendelse

Indstillet til godkendelse af Studienævn for International Virksomhedskommunikation den 25. februar 2016 og den 28. april 2016.

Godkendt af dekanatet ved Det Humanistiske Fakultet den 18. april 2016 og den 2. juni 2016.

§ 66. Overgangsbestemmelser

I studieordninger, der er udfærdiget før nærværende studieordnings ikrafttræden, erstattes referencerne til bekendtgørelsen med den nye bekendtgørelse, jf. side 4 i nærværende studieordning.

Studieordning 2014 og 2015:

Studerende, der har påbegyndt uddannelsen sommeren 2014 og 2015, fortsætter uddannelsen efter den hidtil gældende studieordning. Prøver og undervisning efter denne studieordning gennemføres sidste gang i takt med studieordningernes udfasning i henhold til følgende plan:

1. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2015, sidste eksamen vinter 2016/2017
2. semesters fag undervises sidste gang foråret 2016, sidste eksamen sommer 2017
3. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2016, sidste eksamen vinter 2017/18
4. semesters fag undervises sidste gang foråret 2017, sidste eksamen sommer 2018
5. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2017, sidste eksamen vinter 2018/19
6. semesters fag undervises sidste gang foråret 2018, sidste eksamen sommer 2019.

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 2016 måtte være indført bedømmelse ved 7-trinsskala.

	Studieordning 2015	Studieordning 2016
Fællesfag:	Studiestartsprøve	Studiestartsprøve
	Dansk sprog og grammatik	Dansk sprog og grammatik
	Digital kommunikation	Digital kommunikation
	Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2	Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2
	Organisationsteori	Organisationsteori
	-	Global ledelse
Engelsk:	English Grammar 1 and 2	English Grammar 1 and 2
	English Text analysis and	English Text analysis and

	Text Production 1 and 2	Text Production 1 and 2
	Pronunciation	Pronunciation
	Business Writing + Organisational Communication 1	Business Communication
	Organisational Communication 2 + Oral Proficiency	Negotiation and Oral Proficiency
	Intercultural Market Communication	Intercultural Market Communication
	Language and Culture US	Language and Culture US
	Language and Culture UK	Language and Culture UK
Profilpakken Kommunikation:	Tale og tekst	Tale og tekst
	Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2	Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2
	Markedssemiotik	Markedssemiotik
	Branding	Branding
	Visuel analyse og design	Visuel analyse og design
	Kommunikationsplanlægning	Kommunikationsplanlægning
	Kultur, kommunikation og forandring i organisationer	Kultur, kommunikation og forandring i organisationer
	Innovation, projektledelse, og teamsamarbejde	Innovation, projektledelse, og teamsamarbejde
	Strategisk ledelseskommunikation	Strategisk ledelseskommunikation
Profilpakken International Marketing:	Markeds- og brancheanalyse + Samfundsøkonomi 1	Anvendt metode
	Købsadfærd	Markedspsykologi
	Markedsføringsplanlægning	Markedsføringsplanlægning
	Internationaliseringsstrategier	International virksomhedsledelse
	Samfundsøkonomi 2	Samfundsøkonomi
	Videregående organisationsteori	Videregående organisationsteori
	Erhvervsøkonomi	Erhvervsøkonomi
	Marketingprojekt	International CSR
	Erhvervsret	Erhvervsret

Ændringer ift. studieordning 2015:

Vedrører	Beskrivelse af ændring
§ 21 Førsteårsprøve	Tilføjet Pronunciation Tilføjet Anvendt metode
§ 29 Digital kommunikation	Eksamensform ændret fra mundtlig prøve til fri hjemmeopgave

§ 32 Global ledelse	Ny disciplin
§ 33 English Grammar 1	Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse
§ 34 English Grammar 2	Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse
§ 35 English Text Analysis and Text Production	Undervisningens omfang i 1. semester ændret fra 1 til 2 timer Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse Vægtning af prøve efter 1. semester ændret fra 0 til 5 ECTS Reksamensform for prøve efter 1. semester ændret til skriftlig prøve Prøve efter 2. semester indgår i 1. årsprøven
§ 36 Pronunciation	Disciplinen er flyttet fra 1. til 2. semester Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse
§ 37 Business Communication	Ny disciplin
§ 38 Negotiation and Oral Proficiency	Ny disciplin
§ 39 Intercultural Market Communication	Disciplinen er flyttet fra 4. til 5. semester Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse Eksamensformen er ændret således at der ikke længere indgår en forudsætningsprøve.
§ 40 Language and Culture US	Disciplinen er flyttet fra 3. til 5. semester
§ 41 Language and Culture UK	Disciplinen er flyttet fra 4. til 6. semester
§ 42 Tale og tekst	Eksamensformen er ændret således, at der ikke længere indgår en forudsætningsprøve.
§ 46 Kommunikationsplanlægning	Censur ændret fra ekstern prøve til intern prøve med 1 eksaminator.
§ 51 Markedsføringsplanlægning	Engelsk titel ændret til Market Planning? Disciplinen er flyttet fra 2. til 1. semester Målbeskrivelse og indholdsbeskrivelse er justeret. Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterets begyndelse Eksamensformen er ændret således at mundtlig prøve er erstattet af fri hjemmeopgave.
§ 52 Research Methods	Ny disciplin
§ 53 Anvendt metode	Ny disciplin
§ 54 Markedspsykologi	Ny disciplin
§ 55 International virksomhedsledelse	Ny disciplin

§ 56 Erhvervsøkonomi	Engelsk titel ændret til Business Finance Displinen er flyttet fra 4. til 3. semester Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterrets begyndelse
§ 57 Samfundsøkonomi	Ny disciplin – samfundsøkonomi 1 og 2 er slået sammen
§ 58 Videregående organisationsteori	Justering af målbeskrivelse og undervisningsfagets indhold Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterrets begyndelse Eksamensformen er ændret således at mundtlig prøve er erstattet af bunden hjemmeopgave
§ 59 Marketingprojekt	Tilføjet, at sproget fastsættes af underviser ved semesterrets begyndelse
§ 60 International CSR	Ny disciplin
§ 62 Valgfag	Der udbydes kun 15 ECTS valgfag (tidligere 20 ECTS)
Følgende fag er udgået	Oral Proficiency Business Writing Language and Globalisation Kultur og kommunikation I organisationer Markeds- og brancheanalyse Samfundsøkonomi 1 og 2 Købsadfærd Internationaliseringsstrategier Kultur- og landestudier

§ 67. Senere ændringer til studieordningen

Vedrører §	Beskrivelse af ændring	Studienævnets godkendelse	Dekanatets godkendelse
§ 43 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 2	Eksamensform er ændret til <u>fri</u> hjemmeopgave. Omfang af hjemmeopgaven er ændret. Tekst vedr. bunden hjemmeopgave er slettet.	15. december 2016	16. december 2016

Almen del

IV. Fællesbestemmelser for de humanistiske uddannelser ved Syddansk Universitet

Findes på Fakultetssekretariatets hjemmeside under:

www.sdu.dk/hum/faellesbestemmelser

Revideret af dekanen med virkning fra den 1. september 2015.

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. 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	<p>Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 39 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 40 Language and Culture US</p> <p>§ 41 Language and Culture UK</p>
Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis	<p>Dimittenden skal:</p> <p>1. Kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau</p> <p>- Ved hjælp af videnskabelige teorier og metoder analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på</p>	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 30 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 35 English Text Analysis and</p>

	dansk og et fremmedsprog	Text Production § 40 Language and Culture US § 41 Language and Culture UK § 42 Tale og tekst § 43 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. Kunne systematisere kompleks viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet</p> <p>3. Have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse</p> <p>4. Kunne argumentere på et grundlæggende videnskabeligt niveau</p> <p>5. Tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi</p> <p>6. Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationsøgning som mundtlig og skriftlig formidling</p> <p>7. Kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandinaviske sprog</p> <p>- Udtrykke sig korrekt på dansk og engelsk om både almene og faglige emner</p>	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 35 English Text Analysis and Text Production</p> <p>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 39 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 40 Language and Culture US</p> <p>§ 41 Language and Culture UK</p> <p>§ 42 Tale og tekst</p> <p>§ 43 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2</p> <p>§ 46 Kommunikationsplanlægning</p> <p>§ 47 Visuel analyse og design</p> <p>§ 49 Kultur, kommunikation og</p>

	<p>både skriftligt og mundtligt</p> <ul style="list-style-type: none">- Oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og engelsk- Varetage kommunikations- og formidlingsopgaver- Rådgive kolleger i kommunikative og sproglige sammenhænge	forandring i organisationer
--	---	-----------------------------

<p>Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p>8. Kunne undersøge, analysere og løse faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt relatere dette til aktuel forskning</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>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 43 Dansk tekstanalyse og tekstproduktion 1 og 2</p> <p>§ 44 Markedssemiotik</p> <p>§ 45 Branding</p> <p>§ 47 Visuel analyse og design</p> <p>§ 49 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 48 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 50 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>
<p>Skal kunne formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller til både fagfæller og ikke-specialister</p>	<p>Dimittenden skal :</p> <p>9. Kunne indgå i en dialog på et fagligt grundlag</p> <p>10. Anvende et sprog - skriftligt og/eller mundtligt - der er emneorienteret, præcist og korrekt</p> <p>11. Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller, således at det bliver relevant og for-</p>	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 30 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p>

	<p>ståeligt for forskellige målgrupper</p> <p>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt</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>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 44 Markedssemiotik</p> <p>§ 45 Branding</p> <p>§ 48 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 49 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 50 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>
Kompetencer:		
<p>Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdssammenhænge</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p>13. Kunne fokusere og skabe sammenhæng i løsning af opgaver</p> <p>14. Kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer og kunne indgå i et samarbejde, herunder at kunne modtage og give konstruktiv kritik</p> <p>15. Kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne</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 virksom-</p>	<p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 45 Branding</p> <p>§ 48 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 49 Kultur, kommunikation og forandring i organisationer</p> <p>§ 50 Strategisk ledelseskommunikation</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>

	<p>heder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder - 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 	
<p>Skal selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p>16. Kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel 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 vi- 	<p>§ 48 Innovation, projektledelse og teamsamarbejde</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>

	densamfund	
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	§ 63 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	<p>Efter endt BA-uddannelse har den studerende en forskningsbaseret viden om:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 39 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 40 Language and Culture US</p> <p>§ 41 Language and Culture UK</p>
Skal kunne forstå og reflektere over teori, videnskabelige metoder og praksis	<p>Dimittenden skal:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kunne afgrænse og definere et fagligt problem på et videnskabeligt niveau <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 30 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 35 English Text Analysis and Text Production</p> <p>§ 40 Language and Culture</p>

		<p>US</p> <p>§ 41 Language and Culture UK</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 56 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 57 Samfundsøkonomi</p> <p>§ 58 Videregående organisationsteori</p> <p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 61 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>2. Kunne systematisere kompleks viden og data samt udvælge og prioritere forhold, der er væsentlige for emnet</p> <p>3. Have en præcis og konsekvent begrebsanvendelse</p> <p>4. Kunne argumentere på et grundlæggende videnskabeligt niveau</p> <p>5. Tage kritisk stilling til benyttede kilder og dokumentere disse ved hjælp af referencer, noter og bibliografi</p> <p>6. Anvende IT som et redskab i forbindelse med såvel informationssøgning som mundtlig og skriftlig formidling</p> <p>7. Kunne forstå og anvende faglige tekster på engelsk og på de skandina-</p>	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 35 English Text Analysis and Text Production</p> <p>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 39 Intercultural Market Communication</p> <p>§ 40 Language and Culture US</p> <p>§ 41 Language and Culture UK</p>

	<p>viske sprog-</p> <ul style="list-style-type: none"> - Udtrykke sig korrekt på dansk og et fremmedsprog om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt - 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 - Kunne analysere virksomheders marketingbehov 	<p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 56 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 57 Samfundsøkonomi</p> <p>§ 58 Videregående organisationsteori</p> <p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 61 Erhvervsret</p>
<p>Skal kunne vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrundede og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <p>8. Kunne undersøge, analysere og løse faglige problemer ved hjælp af relevante faglige teorier og metoder samt relatere dette til aktuel forskning</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kunne analysere organisationers kommunikation på dansk og et fremmedsprog - Tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og et fremmedsprog - Beherske basal erhvervsøkonomisk metode 	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p> <p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning § 56 Erhvervsøkonomi</p> <p>§ 57 Samfundsøkonomi</p> <p>§ 58 Videregående organisationsteori</p> <p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>
<p>Skal kunne formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller til både</p>	<p>Dimittenden skal :</p> <p>9. Kunne indgå i en dialog på et fagligt</p>	<p>§ 28 Dansk sprog og grammatik</p>

fagfæller og ikke-specialister	<p>grundlag</p> <p>10. Anvende et sprog - skriftligt og/eller mundtligt der er emneorienteret, præcist og korrekt</p> <p>11. Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller, således at det bliver relevant og forståeligt for forskellige målgrupper</p> <p>12. Formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt</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>§ 30 Kommunikations- og videnskabsteori 1 og 2</p> <p>§ 31 Organisationsteori</p> <p>§ 33 English Grammar 1</p> <p>§ 34 English Grammar 2</p> <p>§ 36 Pronunciation</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 61 Erhvervsret</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>
Kompetencer:		
Skal kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i studie- eller arbejdssammenhænge	<p>Dimittenden skal:</p> <p>13. Kunne fokusere og skabe sammenhæng i løsning af opgaver</p> <p>14. Kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer og kunne indgå i et samarbejde, herunder at kunne modtage og give konstruktiv kritik</p> <p>15. Kunne anvende internetbaserede databaser, anvende en for emnet relevant litteratursøgning, begrunde anvendelsen af den udvalgte litteratur samt dokumentere denne</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</p>	<p>§ 29 Digital kommunikation</p> <p>§ 51 Markedsføringsplanlægning</p> <p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>

	<p>virksomheder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder - Kunne deltage i virksomhedens markedsføring og planlægning heraf 	
<p>Skal selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang</p>	<p>Dimittenden skal::</p> <p>16. Kunne arbejde selvstændigt, disciplineret, struktureret og målrettet, herunder også kunne overholde deadlines og formalia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel 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 	<p>§ 59 Marketingprojekt</p> <p>§ 63 Bachelorprojekt</p>
<p>Skal kunne identificere egne læringsbehov og strukturere egen læring i forskellige læringsmiljøer</p>	<p>Dimittenden skal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>§ 63 Bachelorprojekt</p>