

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Denne studieordning er udarbejdet med hjemmel i

- Uddannelses- og Forskningsministeriet, bekendtgørelse nr. 674 af 16. juni 2014 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen), samt Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser, bekendtgørelse nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen).
- Uddannelses- og Forskningsministeriet, bekendtgørelse nr. 670 af 19. juni 2014 om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen), samt Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser, bekendtgørelse nr. 666 af 24. juni 2012 om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen).
- Uddannelses- og Forskningsministeriet, bekendtgørelse nr. 1601 af 17. december 2014 om karakterskala og anden bedømmelse ved universitetsuddannelser (karakterbekendtgørelsen).
- Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser, bekendtgørelse nr. 1487 af 16. december 2013 om adgang til bacheloruddannelser ved universiteterne (bacheloradgangsbekendtgørelsen).

Tilvalget er tilknyttet Studienævn for Erhvervsøkonomi.

Tilvalget er tilknyttet censorkorps for Det Erhvervsøkonomiske Censorkorps.

Studienævnet kan, når det er begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastlagt af universitetet.

Relevant uddrag af bekendtgørelserne er i studieordningen gengivet med kursiv og med reference til de respektive bekendtgørelsers paragraffer, men det anbefales også at læse bekendtgørelserne i deres fulde ordlyd.

Studieordningen har virkning for de studerende, der påbegynder tilvalget den 1. september 2013 og senere.

Studieordningen er godkendt den 19. marts 2013 af Studienævn for Erhvervsøkonomi og den 21. marts 2013 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet

Studieordningens punkt 1.1 er opdateret den 25. november 2014 af Studienævn for Erhvervsøkonomi, ligesom referencer til gældende bekendtgørelser er ajourført. Studieordningen er godkendt den 5. februar 2015 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet.

Uddannelsen udbydes i:

Odense

Gældende fra
og med
2013, version
01

Side:
2 af 19

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Indhold

INDHOLD	3
1. TILVALGETS OVERORDNEDE FORMÅL	4
1.1 KOMPETENCEBESKRIVELSE	4
2. TILRETTELÆGGELSE M.V.	5
2.1 TIDSRIST FOR STUDIET	5
2.1.1 Regler om studieaktivitet	5
2.2 TILVALGETS OPBYGNING	6
2.2.1 Moduler, fagelementer og valgfag	6
2.2.2 Fagbeskrivelser og prøveformer	6
2.3. AKTIVERENDE UNDERVISNING OG AKTIV LÆRING	7
2.2.3 Principper for valg af undervisningsformer	7
2.2.4 Principper for valg af prøveformer	7
3. ADGANGSKRAV M.V.	8
4. TILVALGET	9
4.1 NORMERING	9
4.2 BETEGNELSE	9
4.3 UDDANNELSENS SAMMENSÆTNING	9
4.3.1 Fagtitler, ECTS-værdi, eksamensvægt samt censur/bedømmelse	9
4.3.2 Tidsmæssig placering (vejledende normalstudieplan)	10
4.3.3 Diagram over tilvalget	10
4.4 BESTÅKRAV M.V.	11
5. EKSAMEN M.V.	12
5.1 PENSUMBESKRIVELSER	12
5.2 ORDINÆR PRØVE	12
5.3 FORUDSÆTNINGER FOR DELTAGELSE I PRØVER	12
5.4 HJÆLPEMIDLER	12
5.5 GRUPPEPRØVER	12
5.6 PRØVESPROGET	13
5.7 ANTAL PRØVEFORSØG	13
5.8 TIL- OG AFMELDING TIL PRØVER	13
5.9 SYGE- OG OMRØVE	14
5.10 INTERNE ELLER EKSTERNE PRØVER	15
5.11 KARAKTER ELLER BEDØMMELSEN BESTÅET/IKKE BESTÅET	15
5.12 STAVE- OG FORMULERINGSEVNE	15
5.13 KLAGER OVER EKSAMEN	15
6. ANDRE BESTEMMELSER	17
6.1 REGLER OM MERIT	17
6.2 FAG FRA KANDIDATUDDANNELSEN	18
6.3 KLAGE	18
6.4 OVERGANGSREGLER	19

Uddannelsen udbydes i:

Odense

Gældende fra
og med
2013, version
01

Side:
3 af 19

1. Tilvalgets overordnede formål

1.1 *Kompetencebeskrivelse*

Viden og forståelse

Bachelortilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation giver en bachelor med et humanistisk centralfag viden om teorier og metoder til problemløsning inden for marketing, branding og kommunikation. Centrale fagområder er: brand management, markedskommunikation og reklame samt marketing og forbrugeradfærd. Til støtte for de centrale fagområder, giver tilvalget desuden viden om markedsforståelse og –analyse, organisationsforståelse og – kulturanalyse samt viden fra valgfag inden for fagområder som for eksempel: kultursociologi, tekstanalyse, visuel analyse og –design, interpersonel kommunikation, International Service Management, innovation, projektledelse og teambuilding og mundtlig kommunikation. Bacheloren i et humanistisk fag med dette tilvalg har desuden mulighed for at få mere praktisk viden om tilvalgets fagområder gennem et projektorienteret forløb i en virksomhed eller en organisation.

Den viden, bacheloren gennem tilvalget har erhvervet sig, er på et sådant niveau, at han eller hun bliver i stand til at forstå, beskrive og analysere markeder og virksomheder ud fra en række forskellige videnskabelige perspektiver og fagområder, der omhandler markedsføring, branding og kommunikation i en national og global kontekst. Bacheloren har i tilvalget ligeledes lært at reflektere over begrænsninger og muligheder i en teori eller en metodes anvendelighed i forhold til en konkret problemstilling.

Færdigheder

Bachelortilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation giver færdighed i, ved hjælp af teorier og videnskabelige metoder inden for disse fagområder at identificere, strukturere og begrunde en teoretisk eller praktisk problemstilling. Bacheloren med dette tilvalg er på den baggrund i stand til at begrunde og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller i forhold til problemstillingen og i denne forbindelse at identificere, analysere og anvende relevante informationskilder. Resultaterne kan bacheloren med dette tilvalg formidle skriftligt og mundtligt til forskellige målgrupper, herunder private og offentlige organisationer og virksomheder samt de relevante uddannelsesmæssige aktører på universitetet.

Kompetencer

Tilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation giver den humanistiske bachelor kompetence til at håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer samt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang. Dette kan ske inden for en bred vifte af brancher i både private og offentlige virksomheder. Bachelortilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation giver derfor kompetence til beskæftigelse i såvel i private som offentlige virksomheder inden for alle virksomhedens funktioner, der er relateret til markedsføring, kommunikation og reklame.

Tilvalget giver sammen med en kandidatuddannelse og relevant erhvervs erfaring en god basis for et karriereforløb inden for marketing, branding og kommunikation.

2. Tilrettelæggelse m.v.

2.1 Tidsfrist for studiet

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 5

Bachelor- og kandidatuddannelser skal tilrettelægges som heltidsuddannelse, sådan at den studerende kan fuldføre bacheloruddannelsen på 34 måneder, ved studiestart i forårssemestret dog 36 måneder

Universitetet kan i studieordningen fastsætte regler for, hvornår den studerende senest skal have afsluttet bacheloruddannelsen, efter at den studerende har påbegyndt den enkelte uddannelse.

2.1.1 Regler om studieaktivitet

Jf. Bacheloradgangsbekendtgørelsen § 33

Universitetet kan fastsætte regler om, at indskrivningen bringes til ophør for studerende, der ikke har været studieaktive i en sammenhængende periode på mindst 1 år. Det skal fremgå af reglerne, hvad der forstås ved studieaktivitet for uddannelsen.

Regler om de prøver, som den studerende i henhold til bekendtgørelse om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen) skal have bestået inden udgangen af andet studieår, gælder uafhængig af regler fastsat i henhold til ovenstående.

Universitetet kan dispensere fra egne studieaktivitetskrav, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

Der er ikke fastsat en tidsfrist for afslutning af bachelorstudiet, men i stedet gælder følgende regel om studieaktivitet:

Indskrivningen bringes til ophør, når en studerende inden for de seneste to år ikke har været studieaktiv, medmindre der indgås en skriftlig aftale om andet mellem den studerende og studienævnet/studielederen. Orlovsperioder medregnes ikke i perioden.

Ved manglende studieaktivitet forstås, at den studerende ikke har bestået minimum 60 ECTS i en sammenhængende periode på 2 år. Hvis der konstateres manglende studieaktivitet, kontaktes den studerende med tilbud om vejledning og eventuelle støtteforanstaltninger med henblik på genoptagelse af studieaktiviteten.

Hvis det efter den sammenhængende periode på 2 år besluttes at bringe indskrivningen til ophør, adviseres vedkommende herom med angivelse af dato for ophør af indskrivning. Hvis den studerende ikke reagerer på henvendelserne, eller hvis den studerende udebliver fra vejledningstilbuddet, bringes indskrivningen til ophør.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

2.2 Tilvalgets opbygning

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 17

Bacheloruddannelser, der består af ét centralt fag, skal kombineres med et tilvalg uden for det centrale fag. Tilvalget skal udgøre mindst 30 ECTS-point. Tilvalget kan være inden for eller uden for det centrale fags område. Det centrale fag og tilvalget skal være inden for den gymnasiale fagrække. 60 ECTS-point svarer til 1 års heltidsstudier.

2.2.1 Moduler, fagelementer og valgfag

Tilvalget består af 5 obligatoriske fag og 5 ECTS valgfag, hvor både kerne- og valgfag er relateret til marketing, branding og kommunikation.

2.2.2 Fagbeskrivelser og prøveformer

Fagbeskrivelser og prøveformer opdateres to gange årligt. Fagbeskrivelserne er den del af studieordningen, der beskriver det enkelte fag. Fagbeskrivelserne indeholder oplysning om:

- Fagets danske og engelske titel.
- Hvilken campusby faget udbydes i.
- Fagets niveau (bachelor- eller kandidatfag).
- Det ansvarlige studienævn.
- Studienævnets godkendelsesdato.
- Fagansvarlig lærer.
- Instituttilknytning.
- ECTS-point / årsværksværdi.
- De faglige forudsætninger (anbefalede, ikke påkrævede).
- Fagets formål og sigte.
- Fagets indhold (centrale områder).
- Målbeskrivelse.
- Litteratur.
- Undervisningstidspunkt (efterår eller forår).
- Undervisningsform og –sprog.
- Eksamenstidspunkt.
- Eksamensbetingelser (opfyldes for at deltage i eksamen).
- Prøveform, intern eller ekstern bedømmelse samt 7-trinsskala eller bestået/ikke bestået.

Der eksamineres maksimalt 3 gange efter et fags afvikling, med mindre faget udbydes igen, og prøveformen samt pensum er altid den aktuelt gældende.

Det er kun tilladt at følge fag, der indgår i det studium, man er indskrevet på, med mindre der er opnået forhåndsgodkendelse af merit fra studienævnet for fag, som ikke udbydes på eget studium

2.3. Aktiverende undervisning og aktiv læring

2.2.3 Principper for valg af undervisningsformer

De bærende principper for uddannelse på Syddansk Universitet er aktiverende undervisning og aktiv læring¹. Undervisningen ved Det Samfundsvidenskabelige Fakultet skal leve op til disse principper, og de studerende, medarbejderne og ledelsen har i fællesskab ansvaret for, at principperne realiseres igennem hele uddannelsesforløbet. Det overordnede mål er at øge de studerendes læringsudbytte med afsæt i faglighed, faglig udvikling og pædagogisk nytænkning i et forpligtende læringsfællesskab.

Valg af undervisningsformer på tilvalget er baseret på, at disse skal støtte den studerende i at nå læringsmålet i det enkelte fag. Det er således målet, at den studerende gennem sin aktive deltagelse i de undervisningsaktiviteter, der stilles til rådighed kan forbedre sin mulighed for at nå læringsmålet. Et af tilvalgets læringsmål er, at den studerende selvstændigt og i samarbejde med andre kan håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer. Derfor indgår der i tilvalget læringsaktiviteter, der skal opbygge disse kompetencer. Med afsæt i kompetenceprofilen vægter bachelortilvalget i Marketing, Branding og Kommunikation i særlig grad undervisningsformer, hvor den studerende i enkeltvis eller i samarbejde med andre studerende løser opgaver, der inddrager konkrete praksisrelaterede problematikker. For, at den enkelte studerende kan opnå det fulde læringsudbytte af undervisningen, anses det for væsentligt, at alle studerende aktivt indgår i de planlagte undervisningsaktiviteter på en ansvarlig måde. Dette indebærer, at der stilles krav til de studerendes aktive deltagelse i aktiviteterne, herunder deltagelse i præsentationer, gruppearbejde og udarbejdelse af rapporter i løbet af semesteret enkeltvis eller i grupper.

2.2.4 Principper for valg af prøveformer

Valg af prøveform i det enkelte fag skal ske under hensyntagen til flere faktorer. Der skal som udgangspunkt være en klar sammenhæng mellem det enkelte fags formål, indhold, læringsaktiviteter og prøveformen, således, at eksamensresultatet i det enkelte fag afspejler den studerendes grad af opfyldelse af fagets læringsmål.

For uddannelsen i sin helhed tilstræbes en variation af prøveformer på tværs af fag, således at de studerende samlet set udprøves i de forskellige typer af viden, færdigheder og kompetencer, som er repræsenteret i uddannelsens kompetenceprofil. Dette skal sikre, at den studerendes samlede eksamensresultat afspejler den studerendes grad af opfyldelse af uddannelsens læringsmål.

¹ http://www.sdu.dk/om_sdu/institutter_centre/c_unipaedagogik/baerende_principper

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

3. Adgangskrav m.v.

Optagelse på tilvalget forudsætter indskrivning på en bacheloruddannelse, hvori muligheden for tilvalg indgår, eller hvor ansøgeren kan opnå merit for tilvalget. Ansøgere med et udenlandsk uddannelsesforløb skal derudover have bestået ”Studieprøven i dansk som andetsprog” eller dokumentere tilsvarende dansk kundskaber. Danskkravet gælder ikke for nordiske ansøgere.

Såfremt der i de centrale fag har indgået fag, som helt eller delvist kan sidestilles med fag i tilvalgsuddannelsen, kan der søges om fritagelse for faget. Faget skal dog erstattes af valgfag med det tilsvarende antal ECTS.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

4. Tilvalget

4.1 Normering

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 17

Tilvalget kan enten bestå af fagpakker sammensat af universitetet eller af valgfag sammensat af den studerende.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Tilvalg i Marketing, Branding og Kommunikation på bachelorniveau er ved Syddansk Universitet et fuldtidsstudium på 45 ECTS. Hertil kommer et centralt fag på 135 ECTS.

4.2 Betegnelse

Betegnelsen for bachelortilvalget fremgår af studieordningen for det centrale fag.

4.3 Uddannelsens sammensætning

4.3.1 Fagtitler, ECTS-værdi, eksamensvægt samt censur/bedømmelse

Fagtitel	ECTS	Vægt	Censur/bedømmelse
Obligatoriske konstituerende fag (45 ECTS):			
Marketing	10	10	Ekstern – 7-trinsskala
Organisationsforståelse og –kulturanalyse	10	10	Intern – 7-trinsskala
Brand Management	5	5	Intern – 7-trinsskala
Markedskommunikation og reklame	10	10	Intern – 7-trinsskala
Forbrugeradfærd	5	5	Ekstern – 7-trinsskala
Valgfag, herunder projektorienteret forløb	5	5	Ifølge fagbeskrivelserne

* Studerende fra Design og Kulturøkonomi (bachelor) uddannelsen fritages for faget Marketing på baggrund af faget Marketing i Design og Kulturøkonomi uddannelsen. Faget erstattes med valgfag svarende til 10 ECTS.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

4.3.2 Tidsmæssig placering (vejledende normalstudieplan)

Fagtitel	Efterårsfag	Forårsfag
Marketing	3 (f)	
Brand Management	2 (f)	
Forbrugeradfærd	2 (f)	
Organisationsforståelse og –kulturanalyse		3 (f)
Markedskommunikation og reklame		* 3 (f)
Valgfag, herunder projektorienteret forløb**	x	x

* Udover forelæsningerne afvikles der et workshop-forløb 2 timer om ugen i 10 uger.

** Ved projektorienteret forløb er ikke forelæsninger og øvelser – men vejledning med den vejleder, der tildeles. Tidsrum for vejledning aftales mellem den studerende og vejlederen.

4.3.3. Diagram over tilvalget

2. semester	Organisationsforståelse og –kulturanalyse (10)		Markedskommunikation og reklame (10)	Valgfag (5)*
1. semester	Marketing (10)	Forbrugeradfærd (5)	Brand Management (5)	

* Der skal vælges valgfag svarende til i alt 5 ECTS. Der kan vælges mellem et 5 ECTS fag eller projektorienteret forløb på 5 ECTS.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

4.4 Beståkrav m.v.

Jf. Karakterbekendtgørelsen §§ 15-18

En prøve er bestået, når der er opnået mindst karakteren 02 eller bedømmelsen Bestået. En bestået prøve kan ikke tages om.

Består en prøve af flere delprøver, skal karakteren for den samlede prøve være mindst 02. Hvis den samlede prøve er bestået, kan delprøver med karakteren 00 eller -3 ikke tages om. Selv om den samlede prøve ikke er bestået, kan delprøver med karakteren 02 eller derover ikke tages om.

Det kan fastsættes, at to eller flere prøver skal bestås i samme eksamenstermin.

Det kan fastsættes, at to eller flere prøver bestås på et samlet karaktergennemsnit. I så fald skal gennemsnittet være mindst 2,0 uden oprunding.

Det fastsættes, hvilke karakterer der indgår i det samlede eksamensresultat.

Det kan fastsættes, at det samlede eksamensresultat udtrykkes ved en gennemsnitskvotient. Ved beregningen af gennemsnitskvotienten medtages én decimal. En eksamen er bestået, når gennemsnitskvotienten er mindst 2,0 uden oprunding, og når alle prøver, der bedømmes med Bestået/ikke bestået, er bestået.

Hvis der ikke beregnes gennemsnit, skal alle prøver, der indgår i eksamen, være bestået.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Tilvalget er bestået, når der i alle fag mindst er opnået karakteren 02 eller bedømmelsen ”Bestået”. Beståede fag kan ikke tages om.

5. Eksamen m.v.

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 29

For eksamen og udstedelse af eksamensbeviser gælder:

- 1) Bekendtgørelse om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen).*
- 2) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse ved uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område (karakterbekendtgørelsen).*

5.1 Pensumbeskrivelser

Eksamenspensum udgives på studiets side på www.sdu.dk. Eksamenspensum er en del af studieordningen. Der eksamineres altid i nyeste pensum.

5.2 Ordinær prøve

Der afholdes som hovedregel ordinære prøver ved afslutningen af et undervisningsforløb, hhv. januar og juni. Information om dette vil fremgå af de respektive fagbeskrivelser.

5.3 Forudsætninger for deltagelse i prøver

Forudsætninger for deltagelse i prøver, der er opfyldt før ordinær prøve, skal ikke gentages ved et evt. nyt prøveforsøg.

5.4 Hjælpemidler

Hvis hjælpemidler er tilladt ved eksamen, betyder det "bøger, noter, papirer, lommeregner o.l."

Hjælpemidler, der kan kommunikere i og udenfor lokalet, og som kan virke forstyrrende: computere, printere, telefoner o.lign. må aldrig medbringes, med mindre det udtrykkeligt er anført i fagbeskrivelsen.

5.5 Gruppeprøver

Jf. Eksamensbekendtgørelsen §§ 4 og 5

Universitetet fastsætter ud fra faglige hensyn i studieordningen, om en prøve tilrettelægges som en individuel prøve eller som en gruppeprøve. Når en prøve tilrettelægges som en gruppeprøve, fastsætter universitetet samtidig, hvor mange studerende der højst kan deltage i den enkelte gruppeprøve, og om den studerende i stedet kan vælge en individuel prøve. Ved såvel en individuel prøve som en gruppeprøve skal der foretages en individuel bedømmelse af de studerendes præstationer og gives individuelle karakterer.

Ved en mundtlig gruppeprøve skal den enkelte studerende eksamineres på en sådan måde, at det sikres, at der foretages en individuel bedømmelse af den studerendes præstation. Ved tilrettelæggelse af en mundtlig gruppeprøve skal universitetet sikre, at den tid, der er afsat til prøven, tilpasses antallet af studerende, der deltager i prøven.

Ved en skriftlig opgavebesvarelse, som er udarbejdet af flere studerende, kan der kun gives en selvstændig karakter eller anden bedømmelse, hvis den enkelte studerendes bidrag kan konstateres. Universitetet fastsætter krav om individualisering i studieordningen.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Når der ikke skal gives en selvstændig karakter eller anden bedømmelse for en skriftlig opgavebesvarelse, som er udarbejdet af flere studerende, kan opgavebesvarelsen indgå i bedømmelsen ved en efterfølgende mundtlig prøve.

Afholder universitetet en individuel, mundtlig prøve som opfølgning på en skriftlig opgavebesvarelse, der er udarbejdet af flere studerende, og som opfølgning på en eventuel mundtlig gruppeprøve, må disse studerende ikke være til stede i prøvelokalet, før de skal eksamineres i den individuelle, mundtlige prøve.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Antallet af studerende i en gruppeprøve kan som hovedregel maksimalt være 4. Studienævnet kan beslutte at afvige reglen. Det vil i givet fald fremgå af fagbeskrivelsen.

5.6 Prøvesproget

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 6

I uddannelser, der udbydes på dansk, aflægges prøverne på dansk, med mindre det er en del af prøvens formål at dokumentere den studerendes færdigheder i et fremmedsprog. Prøverne kan dog aflægges på svensk og norsk i stedet for dansk, medmindre det er en del af prøvens formål at dokumentere færdigheder i dansk.

Universitetet kan i øvrigt, hvor forholdene gør det muligt, tillade studerende at aflægge en prøve på et fremmedsprog. Det gælder dog ikke, hvis det er en del af prøvens formål at dokumentere færdigheder i dansk eller i et bestemt andet fremmedsprog.

Har undervisningen i et fag været gennemført på et fremmedsprog, aflægges prøven på dette sprog, medmindre det er en del af prøvens formål at dokumentere den studerendes færdigheder i et andet sprog. Universitetet kan fravige den regel.

I uddannelser, der udbydes på engelsk eller et andet fremmedsprog, aflægges prøverne på det udbudte sprog, medmindre det er en del af prøvens formål at dokumentere den studerendes færdigheder i et andet sprog. Universitetet kan fravige denne regel.

5.7 Antal prøveforsøg

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 13

En bestået prøve kan ikke tages om, jf. karakterbekendtgørelsen.

Den studerende har 3 prøveforsøg til at bestå en prøve m.v. Universitetet kan tillade yderligere forsøg, hvis der foreligger usædvanlige forhold. Manglende studieegnethed er ikke et usædvanligt forhold.

5.8 Til- og afmelding til prøver

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 14

Følgende er gældende i forårssemestret 2015 for studerende, der er påbegyndt uddannelsen før 1. september 2014.

På uddannelser, hvor der er eksamenstermin i slutningen af efterårssemesteret, skal studerende, der har deltaget i en ordinær prøve uden at bestå denne, have mulighed for at gå til omprøve i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf, dog senest i februar. På uddannelser, hvor der er eksamenstermin i slutningen af forårssemesteret, skal studerende, der har deltaget i en ordinær prøve uden at bestå denne, have mulighed for at gå til omprøve i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse

Uddannelsen udbydes i:

Odense

Gældende fra
og med
2013, version
01

Side:
13 af 19

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

heraf, dog senest i august. Tilsvarende gælder, hvis studerende har været forhindret i at deltage i en ordinær prøve på grund af sygdom.

Hvis rettidig afmelding ikke foreligger, betragtes prøven med hensyn til antal prøveforsøg som påbegyndt.

Følgende er gældende for studerende, der er påbegyndt uddannelsen 1. september 2014 og for alle studerende fra den 1. september 2015.

Den studerende er automatisk tilmeldt til prøven eller prøverne, når den studerende er tilmeldt til et fag eller fagelement, hvortil der er knyttet en eller flere prøver. Framelding kan ikke finde sted, og der er brugt et prøveforsøg, hvis den studerende ikke deltager i prøven, medmindre universitetet har dispenseret fordi der foreligger usædvanlige forhold. Opfylder den studerende ikke de af universitetet fastsatte forudsætninger for at deltage i prøven, er der brugt et prøveforsøg, medmindre universitetet har dispenseret fordi der foreligger usædvanlige forhold.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Tilmelding til undervisning i det enkelte fag er samtidig en tilmelding til eksamen.

Tilmeldingsfrister til omprøve- og sygeeksamen offentliggøres ved opslag.

Fristen for rettidig afmelding er 2 uger før en eksamen finder sted (skriftlige eksamener), en opgave udleveres (hjemmeopgaver) eller en eksamen påbegyndes (mundtlige eksameners 1. eksamensdag), dvs. hvis en eksamen eksempelvis afholdes en mandag, er sidste afmeldingsfrist mandagen 2 uger før.

5.9 Syge- og omprøve

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 18

På uddannelser, hvor der er eksamenstermin i slutningen af efterårssemesteret, skal studerende, der har deltaget i en ordinær prøve uden at bestå denne, have mulighed for at gå til omprøve i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf, dog senest i februar. På uddannelser, hvor der er eksamenstermin i slutningen af forårssemesteret, skal studerende, der har deltaget i en ordinær prøve uden at bestå denne, have mulighed for at gå til omprøve i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf, dog senest i august. Tilsvarende gælder, hvis studerende har været forhindret i at deltage i en ordinær prøve på grund af sygdom.

Det kan fastsættes i studieordningen, at omprøven eller sygeprøven har en anden prøve- eller bedømmelsesform end den ordinære prøve. Det gælder dog ikke for bachelorprojektet.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Omprøve (fornyet eksamen i samme termin) afholdes for efterårsfagene i februar og for forårsfagene i august. Studienævnene kan beslutte at afholde yderligere omprøver i næstfølgende eksamenstermin. Dette vil fremgå af de respektive fagbeskrivelser. Deltagelse i omprøven kræver, at man har deltaget i ordinær eksamen i samme eksamenstermin. Studienævnet kan beslutte at ændre prøveform- og bedømmelsesform til reeksamen. Dette vil i givet fald blive offentliggjort efter tilmeldingsfristens udløb.

Sygeprøve bevilges på grundlag af ansøgning til Studieservice, Eksamen, vedlagt dokumentation for sygdommen. Ved bevilget sygeprøve annulleres prøveforsøget for den ordinære prøve. Sygeprøve afholdes på samme tidspunkter som omprøverne, hhv. februar og august. Studienævnet kan beslutte at ændre

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

prøveform- og bedømmelsesform til sygeprøve. Dette vil i givet fald blive offentliggjort efter tilmeldingsfristens udløb.

5.10 Interne eller eksterne prøver

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 20

De eksterne prøver skal dække uddannelsens væsentlige områder, herunder bachelorprojekt. Mindst 1/3 af uddannelsens samlede ECTS-point skal dokumenteres ved eksterne prøver. Dette gælder dog ikke for meritoverførte prøver.

5.11 Karakter eller bedømmelsen Bestået/ikke bestået

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 23.

Bedømmelsen Bestået/ikke bestået eller Godkendt/ikke godkendt kan højst anvendes ved prøver, der dækker 1/3 af uddannelsens ECTS-point. Det gælder dog ikke for meritoverførte prøver.

5.12 Stave- og formuleringsevne

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 24

Ved bedømmelse af bachelorprojekt og andre større skriftlige opgaver skal der ud over det faglige indhold også lægges vægt på den studerendes stave- og formuleringsevne.

Universitetet kan dispensere fra reglerne for studerende, der dokumenterer en relevant specifik funktionsnedsættelse, medmindre stave- og formuleringsevnen er en væsentlig del af prøvens formål.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Bedømmelsen af skriftlige arbejder angår primært det faglige indhold. Den studerendes stave- og formuleringsevne indgår med begrænset vægt, medmindre der er tale om ganske omfattende markante afvigelser fra en normal faglig sprogbrug. Dette vil særlig gøre sig gældende ved større skriftlige arbejder. Relevant dokumenteret funktionsnedsættelse kan gøre, at der dispenseres fra denne bestemmelse.

5.13 Klager over eksamen

Jf. Eksamensbekendtgørelsen §§ 34 og 37

Klager over prøver eller anden bedømmelse, der indgår i eksamen, indgives af den studerende til universitetet. Klagen skal være skriftlig og begrundet.

Klagen skal indgives senest 2 uger efter, at bedømmelsen er offentliggjort. Fristen løber dog tidligst fra den dato, der er meddelt for offentliggørelsen. Universitetet kan dispensere fra klagefristen, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

Ved ombedømmelse skal bedømmerne have forelagt sagens akter, herunder opgaven, besvarelsen, klagen, de oprindelige bedømmeres udtalelse, klagerens kommentarer og universitetets afgørelse.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Bedømmelsen ved ombedømmelse og omprøve, som kan resultere i en lavere karakter, meddeles til universitetet af bedømmerne. Ved ombedømmelse af skriftlige prøver vedlægger bedømmerne en skriftlig begrundelse for bedømmelsen. Bedømmelsen kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

6. Andre bestemmelser

6.1 Regler om merit

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen §§ 33-35 og 37

Beståede uddannelseselementer efter denne bekendtgørelse ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer ved andre universiteter, der udbyder samme uddannelse efter denne bekendtgørelse.

Universitetet kan, i hvert enkelt tilfælde eller ved almindelige regler fastsat af universitetet, godkende, at beståede uddannelseselementer efter denne bekendtgørelse træder i stedet for uddannelseselementer i en anden uddannelse på samme niveau efter denne bekendtgørelse (merit).

Universitetet kan tillige godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk uddannelse på samme niveau træder i stedet for uddannelseselementer efter denne bekendtgørelse.

Afgørelser træffes på grundlag af en faglig vurdering.

Studerende, der som en del af uddannelsen ønsker at gennemføre uddannelseselementer ved et andet universitet eller anden videregående uddannelsesinstitution i Danmark eller i udlandet, kan ansøge hjemuniversitetet om forhåndsmerit for planlagte uddannelseselementer.

Godkendelse af forhåndsmerit kan kun gives, hvis den studerende i forbindelse med ansøgningen om forhåndsmerit forpligter sig til, når de forhåndsmeriterede uddannelseselementer er gennemført, at fremsende den fornødne dokumentation for, hvorvidt uddannelseselementerne er bestået eller ikke bestået, til hjemuniversitetet. Desuden skal den studerende give sit samtykke til, at hjemuniversitetet kan indhente de nødvendige oplysninger hos værtsinstitutionen, hvis den studerende ikke selv kan fremskaffe dokumentationen.

Når der foreligger dokumentation for, at de forhåndsmeriterede uddannelseselementer er beståede, godkender hjemuniversitetet administrativt, at disse meriteres ind i uddannelsen ved universitetet.

Efter forslag fra den studerende kan universitetet i de tilfælde, hvor de forhåndsmeriterede uddannelseselementer f.eks. ikke udbydes af værtsinstitutionen, foretage ændringer i godkendelsen af forhåndsmerit. Den studerende har ansvaret for og initiativpligten til at sammensætte forslag til studieplan. Universitetet yder faglig støtte, hvis den studerende efterspørger dette.

Universitetets afgørelser, for så vidt angår afslag eller delvis afslag på merit for beståede danske uddannelseselementer og forhåndsmerit for danske eller udenlandske uddannelseselementer, kan indbringes for et meritankenævn efter reglerne i bekendtgørelse om ankenævn for afgørelser om merit i universitetsuddannelser (meritankenævnsbekendtgørelsen).

Universitetets afgørelser, for så vidt angår afslag eller delvis afslag på merit for beståede udenlandske uddannelseselementer, kan indbringes for Kvalifikationsnævnet efter reglerne i lov om vurdering af udenlandske uddannelseskvalifikationer m.v.

6.2 Fag fra kandidatuddannelsen

Jf. uddannelsesbekendtgørelsen § 8

Universitetet kan tilmelde studerende, som er optaget og indskrevet på en bacheloruddannelse ved universitetet, til fag, fagelementer og prøver i op til 30 ECTS-point på en kandidatuddannelse, hvis universitetet skønner, at den studerende har faglige forudsætninger for at gennemføre og bestå bacheloruddannelsen og samtidig gennemføre fag eller fagelementer på kandidatuddannelsen.

Studerende, der har gennemført fag eller fagelementer på en kandidatuddannelse, har ret til optagelse på den pågældende kandidatuddannelse ved samme universitet i direkte forlængelse af afsluttet bacheloruddannelse, jf. bekendtgørelse om adgang til kandidatuddannelser ved universiteterne (kandidatadgangsbekendtgørelsen).

6.3 Klage

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 39

Universitetets afgørelser efter uddannelsesbekendtgørelsen kan indbringes for Styrelsen for Videregående Uddannelser af studerende, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klage er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt klageren.

Klagen indgives til Universitetet, der afgiver en udtalelse. Klageren skal have lejlighed til at kommentere universitetets udtalelse inden for en frist af mindst 1 uge. Universitetet sender klagen til styrelsen vedlagt udtalelsen og klagerens eventuelle kommentarer.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

6.4 Overgangsregler

Studerende, der er påbegyndt tilvalget 1. september 2012 eller tidligere, og som har bestået faget Markedsforståelse og –analyse (5 ECTS), kan færdiggøre uddannelsen efter den hidtil gældende studieordning, indtil fagene er udfaset.

1. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2012, sidste eksamen vinter 2013/2014.
2. semesters fag undervises sidste gang foråret 2013, sidste eksamen sommer 2014.

Studerende, der ikke har gennemført uddannelsen inden for ovennævnte tidsfrister, skal indsende ansøgning til studienævnet med henblik på

enten at få opstillet et studieforløb, hvor fag fra ny studieordning erstatter fag, som ikke længere udbydes *eller* at blive overført til ny studieordning.

Studerende, der er optaget pr. 1. februar 2013, og som ikke har bestået faget Markedsforståelse og –analyse (5 ECTS), overflyttes til nærværende studieordning, hvor faget vil være erstattet af faget Marketing (10 ECTS) og valgfag (5 ECTS).