

STUDIEORDNING

DIPLOMUDDANNELSEN I DIGITAL KONCEPTUDVIKLING

Fælles, januar 2016

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INDLEDNING	2
2. UDDANNELSENS FORMÅL	2
3. UDDANNELSENS VARIGHED	2
4. UDDANNELSENS TITEL.....	2
5. ADGANGSKRAV	3
6. UDDANNELSENS MÅL FOR LÆRINGSUDBYTTE, STRUKTUR OG INDHOLD.....	3
6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte	3
6.2 Uddannelsens struktur	4
7. AFGANGSPROJEKT.....	5
7.1 Læringsmål for afgangsprojektet	5
7.2 Udarbejdelse af afgangspjekt	5
8. UDDANNELSENS PÆDAGOGISKE TILRETTELÆGGELSE	6
8.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	6
8.2 Evaluering.....	6
9. PRØVER OG BEDØMMELSER	6
9.1 Antal forsøg	7
9.2 Tilmelding og afmelding	7
9.3 Ny prøve	7
9.4 Særlige prøvevilkår.....	8
9.5 Snyd.....	8
9.6 Forstyrrende adfærd ved eksamen	8
10. MERIT	8
11. CENSORKORPS.....	9
12. STUDIEVEJLEDNING.....	9
13. KLAGER OG DISPENSATION	9
14. OVERGANGSORDNINGER	9
15. RETSGRUNDLAG	9
BILAG 1: OBLIGATORISKE MODULER (OB)	11
BILAG 2: VALGFRIE MODULER INDEN FOR UDDANNELSENS FAGLIGE OMRÅDE (VF).....	15

1. INDLEDNING

Diplomuddannelsen i digital konceptudvikling er en erhvervsrettet videregående uddannelse udbudt efter lov om erhvervsrettede grunduddannelser og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven) og efter bestemmelserne om tilrettelæggelse af deltidsuddannelser i lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v. Uddannelsen er omfattet af reglerne i Uddannelsesministeriets bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Uddannelsen hører under fagområdet medie og kommunikation i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Studieordningen er udarbejdet i fællesskab af de institutioner, som er godkendt af Uddannelsesministeriet til udbud af denne uddannelse. Studieordningen finder anvendelse for alle godkendte udbud af uddannelsen, og ændringer i studieordningen kan kun foretages i et samarbejde mellem de udbydende institutioner.

Følgende uddannelsesinstitutioner er pr. 1. februar 2016 godkendt til udbud af diplomuddannelsen i digital konceptudvikling:

Københavns Erhvervsakademi
Erhvervsakademi Aarhus

Ved udarbejdelse af den fælles studieordning og væsentlige ændringer heraf tager institutionerne kontakt til aftagerne og øvrige interessenter samt indhenter en udtalelse fra censorformandskabet, jf. eksamensbekendtgørelsen.

Studieordningen og væsentlige ændringer heraf træder i kraft ved et studieårs begyndelse og skal indeholde de fornødne overgangsordninger.

2. UDDANNELSENS FORMÅL

Formålet med diplomuddannelsen i digital konceptudvikling er:

- at uddanne og videreuddanne til jobs inden for strategisk funderet konceptudvikling af e-shops/e-handelsløsninger og digital markedsføring samt administrativ drift og videreudvikling af e-shops/e-handelsløsninger i bureauer, organisationer og virksomheder.
- at uddanne og videreuddanne til jobs inden for strategisk funderet konceptudvikling af digital reklame og digitale marketingløsninger, kommunikation, design i bureauer, organisationer og virksomheder.
- at uddanne og videreuddanne til iværksætteri og udvikling af nye services og konsulentytelser inden for handel og e-handel, marketing, reklame, design og digital kommunikation i bureauer, virksomheder og organisationer.

Formålet ligger inden for fagområdets formål, som er fastsat i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

3. UDDANNELSENS VARIGHED

Uddannelsen er normeret til 1 studenterårsværk. 1 studenterårsværk er en heltidsstuderendes arbejde i 1 år og svarer til 60 ECTS-point (European Credit Transfer System).

ECTS-point er en talmæssig angivelse for den totale arbejdsbelastning, som gennemførelsen af en uddannelse eller et modul er normeret til. I studenterårsværket er indregnet arbejdsbelastningen fra alle former for uddannelsesaktiviteter, der knytter sig til uddannelsen eller modulet, herunder skemalagt undervisning, selvstudie, projektarbejde, udarbejdelse af skriftlige opgaver, øvelser og cases, samt eksaminer og andre bedømmelser.

4. UDDANNELSENS TITEL

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen *Diplomuddannet i digital konceptudvikling*, den engelske betegnelse er *Diploma of Digital Concept Development* jf. bekendtgørelse for diplomuddannelser bilag 1.

5. ADGANGSKRAV

Adgang til optagelse på diplomuddannelsen i digital konceptudvikling eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en erhvervsakademiuddannelse eller en relevant videregående voksenuddannelse (VVU) gennemført som reguleret forløb samt at ansøger har mindst 2 års relevant erhvervs erfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse. Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse som ovenfor nævnt, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i henhold til § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne.

6. UDDANNELSENS MÅL FOR LÆRINGSUDBYTTE, STRUKTUR OG INDHOLD

Den studerende får mulighed for at tilegne sig viden efterspurgt i forskellige brancher inden for e-handel, digital reklame, marketing, kommunikation og design. Den enkelte kan vælge moduler efter behov og sammensætte sit studieforløb til at udgøre en fuld diplomuddannelse.

6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om teori og metode inden for e-handel, digital reklame/marketing, design og digital kommunikation samt om praksis.
- kunne forstå teorier og metoder samt kunne reflektere over teori og metoder inden for e-handel, design, digital reklame, marketing og kommunikation.
- have udviklingsbaseret viden om teori og praksis for iværksætteri og udvikling af nye services og konsulent-ydelser inden for handel og e-handel, marketing, reklame, design og digital kommunikation.
- kunne forstå teorier og metoder samt kunne reflektere over teori og metoder for iværksætteri og udvikling af nye services/ ydelser inden for handel og e-handel, marketing, reklame, design og digital kommunikation.

Færdighed

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til indsamling og analyse af markedsinformation og måling af brugeradfærd inden for e-handel, digital reklame, marketing, kommunikation og design.
- mestre de færdigheder, der knytter sig til at udvikle og videreudvikle koncepter inden for e-handel, digital reklame, marketing, kommunikation og design.
- kunne vurdere teoretiske og praksisnære problemstillinger angående konceptudvikling af løsninger inden for e-handel, digital reklame, marketing, kommunikation og design samt begrunde de valgte løsninger.
- kunne formidle praksisnære og multidisciplinære problemstillinger og løsninger til samarbejdspartnere og brugere - både teknologiske, forretningsmæssige, økonomiske, kreative, kommunikative og designmæssige.
- kunne mestre de færdigheder der knytter sig til iværksætteri og udvikling af nye services og konsulent ydelser inden for handel og e-handel, digital reklame, marketing, kommunikation og design.
- kunne anvende metoder og redskaber til at indsamle information og analysere markedsforhold for iværksætteri og udvikling af nye services og konsulent ydelser inden for handel og e-handel, marketing, reklame, design og digital kommunikation.

Kompetence

Den studerende skal:

- kunne håndtere kompleks udvikling af koncepter for tværmediale, digitale kommunikationsløsninger eller digital, tværmedial reklamekampagne eller e-shop/e-handelsløsning.

- kunne koble relevante fagområder og flerfaglige emner sammen i teoretisk og i praktisk udøvelse af e-konceptudviklingsprocesser.
- kunne håndtere kompleks argumentation for trufne valg, udviklingsforløb, projektstyring og projektledelse samt dybtgående analyser af problemfelter relateret til digital konceptudvikling.
- kunne håndtere udvikling af komplekse konceptuelle prototyper på e-handelsløsninger, digitalt kampagne-materiale eller anden digital kommunikationsløsning.
- selvstændigt kunne indgå i flerfaglige e-konceptudviklingsprocesser i samarbejde med andre faggrupper og eksterne samarbejdspartnere.
- kunne identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden og færdigheder med henblik på at opbygge en specifik, jobskabende rolleprofil som digital konceptudvikler.

6.2 Uddannelsens struktur

Uddannelsen består af tre obligatoriske moduler, seks valgfri moduler, samt et afgangsprøve, der afslutter uddannelsen – alle på 5 ECTS-point. Modulerne skal ikke tages i en bestemt rækkefølge.

Obligatoriske moduler

- Cross media concepts
- Digital projektledelse
- Videnskabsteori

Valgfrie moduler

Der skal vælges seks forskellige moduler (flere moduler vil blive tilføjet efterhånden):

- E-handel: Strategi og forretningsudvikling
- E-handel: Optimering af salg og indtjening
- E-shop start up
- Digital marketing
- Digitalt design
- Customer insight
- Content marketing
- CRM og loyalitetsprogrammer
- Bureauvirksomhed
- Forretningsforståelse og digital strategi
- Teknologisk konceptudvikling
- Medieplatforme i kunderejsen
- Kreativitet på tværs af fagområder

Afgangsprøve 15 ECTS

De obligatoriske fag på digital konceptudvikling og afgangsprøvet er konstituerende for uddannelsen, mens valgfagene har til hensigt at give en yderligere professionel specialisering.

Den studerende skal udvikle eller videreudvikle sin egen specialiserede jobkompetence og profession. Projekterne vil inddrage den studerendes erfaring med praksis. Herved træner den studerende interkulturel formidling/kommunikation og koblingskompetence med andre faglige kompetencer.

Obligatoriske moduler jf. bilag 1

Uddannelsens obligatoriske moduler, der er fælles for alle studerende, uanset uddannelsesretning, omfatter i alt 15 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1.

Valgfrie moduler jf. bilag 2

Uddannelsen omfatter valgfrie moduler, der for den enkelte studerende skal udgøre i alt 30 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område henvises til bilag 2.

Den studerende kan desuden vælge moduler uden for uddannelsens faglige område, dog højst 15 ECTS-point. Institutionen vejleder om valg af moduler uden for uddannelsens faglige område.

Afgangsprojekt

Afgangsprojektet på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprojektet skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprojektets emne skal ligge inden for uddannelsens faglige område og formuleres, så eventuelle valgfag uden for uddannelsens faglige område inddrages. Institutionen skal godkende emnet.

Forudsætningen for indstilling til prøve i afgangprojektet er, at den studerende har bestået alle tidligere prøver.

7. AFGANGSPROJEKT

7.1 Læringsmål for afgangprojektet

Formålet med afgangprojektet er at vise, at den studerende kan kombinere teoretiske, praktiske og udviklingsorienterede elementer med henblik på løsning af en relevant problemstilling i praksis.

Afgangprojektet tager således udgangspunkt i en praksisnær problemstilling i en relevant virksomhed. Afgangsprojektet skal afspejle såvel uddannelsens akademiske niveau som dens professions sigte i praksis.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om principper og processer for det valgte område inden for digital konceptudvikling og kunne anvende teori og metode herom.
- kunne forstå og reflektere over forholdet mellem teori og praksis ud fra det valgte område.

Færdigheder

Den studerende skal:

- mestre de færdigheder det kræver at udvikle en komplekst konceptuel løsning/koncept samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller. Det vil sige et koncept/løsning/prototype på en e-shop/e-handelsløsning, digitalt reklamekampagnemateriale, design eller anden digital kommunikationsløsning.
- kunne formidle en kompleks skriftlig rapport med dokumentation af:
 - det praktiske eksamensprojekts udviklingsforløb, projektstyring og ledelse
 - dybtgående analyser af problemfelter relateret til digital konceptudvikling.
- kunne vurdere teoretiske problemstillinger fra minimum tre større relevante faglige emner inden for de i uddannelsen valgte fagmoduler.

Kompetencer

Den studerende skal:

- håndtere komplekse og flerfaglige e-konceptudviklingsprocesser i samarbejde med andre faggrupper og eksterne samarbejdspartnere.
- selvstændigt være i stand til at identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden og færdigheder med henblik på at opbygge en specifik rolleprofil som digital konceptudvikler.

7.2 Udarbejdelse af afgangprojekt

Afgangprojektets problemstilling skal godkendes af uddannelsesinstitutionen.

Afgangprojektet udarbejdes enten individuelt eller i grupper af maksimalt 3 studerende.

Ved løsningen af den opstillede problemstilling er det vigtigt, at den studerende anvender centrale teorier og metoder inden for det valgte områdes praksis. Derudover skal afgangsprojektet inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.

Uddannelsesinstitutionen udarbejder nærmere retningslinjer for de formelle krav til projektet.

8. UDDANNELSENS PÆDAGOGISKE TILRETTELÆGGELSE

Uddannelsen omfatter både teori og praksis og undervisningen vil typisk være anvendelsesorienteret. Uddannelsens indhold vil løbende blive udviklet, så de studerende lærer og arbejder på måder, de møder i arbejdslivet. Endvidere vil centrale udviklingstendenser i erhvervslivet blive inddraget i uddannelsen ved den årlige evaluering og eventuelle revision af studieordningen.

Undervisningen vil i løbet af uddannelsens forløb indeholde dels elementer med karakter af forelæsning og klasseundervisning, dels elementer, som støtter kursisten/den studerendes selvstændige arbejde både når den studerende arbejder individuelt og i projektgrupper.

- Forelæsninger og klasseundervisning vil give fagligt overblik, udfolde komplekse temaer og demonstrere fagområdernes terminologi og ræsonnementer.
- De studerendes selvstændige arbejde (enkeltvis og i grupper) med undervisningens temaer, vil foregå ved workshops, studenteroplæg, opgaver, praktiske øvelser og egentligt projektarbejde.

Undervisningsmetodikken består således af en vekselvirkning mellem deduktive forelæsninger, induktiv undervisning, selvstudie og projektarbejde. Undervisningen er problem- og projektorienteret, hvor hensigten er at støtte den studerende i at anvende uddannelsesområdets teorier, metoder og teknikker på konkrete problemstillinger samt at skabe rammer for udvikling af de formelle kompetencer.

Hensigten med projektarbejdet er, at den studerende bliver trænet i at håndtere udviklingsorienterede situationer, deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang samt tilegne sig færdigheder og ny viden i en struktureret sammenhæng i relation til professionen.

8.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres som en kombination af holdundervisning, forelæsninger, workshops, studiegrupper, øvelser og større projektarbejder. Tilrettelæggelsen af undervisningen tager udgangspunkt i relevant erhvervspraksis og anvendt teori.

Der vil i uddannelsen indgå undervisningsformer, der kan udvikle den studerendes selvstændighed, samarbejdsevne og evne til at skabe fornyelse. I uddannelsen indgår, i det omfang det er relevant, undervisning i iværksætterkultur, miljømæssige problemstillinger og i samspillet mellem forskellige kulturformer.

8.2 Evaluering

Der gennemføres løbende evaluering på alle diplommoduler med henblik på at indhente information om de studerendes tilfredshed med og udbytte af undervisningen. En gang om året foretages der en trivselsundersøgelse af et eksternt analysebureau, som sætter fokus på udvalgte parametre i forhold til tilfredshed. Evalueringerne bruges til efterfølgende refleksion og til fremtidig planlægning af fag og af uddannelsen som helhed.

9. PRØVER OG BEDØMMELSER

Alle prøver og eksamener er fastlagt af institutionen og kan aflægges på dansk, norsk, svensk eller engelsk.

Hvert modul afsluttes med en individuel prøve med individuel bedømmelse, jf. karakterskalaen i karakterbekendtgørelsen.

Grundlaget for en bedømmelse er den studerendes individuelle præstation. Der gives en samlet karakter for den mundtlige og skriftlige præsentation i de prøver, hvor den studerende skal forsvare et afleveret projekt/produkt. Den skriftlige og mundtlige præstation vægtes lige.

Afgangsprojektet afsluttes med en mundtlig prøve med ekstern censur. I den samlede bedømmelse af afgangsprøvet indgår den studerendes formulerings- og staveevner. Det faglige indhold vægter tungest, mens formuleringssevner indgår i vurderingen med en mindre, men dog betydende vægt, mens staveevner kun indgår med ringe vægt.

Mindst tre obligatoriske moduler, hvoraf det ene er afgangsprøvet, bedømmes med ekstern censur.

Der kan ses bort fra formulerings- og staveevnerne, hvis den studerende kan dokumentere en relevant specifik funktionsnedsættelse.

9.1 Antal forsøg

Den studerende kan deltage tre gange i samme prøve. Ved usædvanlige forhold kan der tillades ekstra prøvegange.

En bestået prøve kan ikke tages om.

Der findes tre variationer af omprøver:

1. En omprøve som skyldes, at den studerende skal bruge et nyt prøveforsøg, fordi prøven ikke er bestået, den studerende ikke møder op eller ikke har opfyldt aktivitetskravene.
2. En omprøve som skyldes, at en studerende i forbindelse med en klage over en prøve eller anke får tilbud om en ny prøve.
3. En omprøve som skyldes, at institutionen tilbyder en ny prøve på grund af væsentlige fejl og mangler i forbindelse med prøven.

I version to og tre bruges der ikke et prøveforsøg ved omprøven.

Møder den studerende ikke op til den tilmeldte prøve eller bortvises under prøven, tæller det som et prøveforsøg. Der bruges også et prøveforsøg, hvis den studerende ikke har opfyldt de fastsatte aktivitetskrav inden prøven.

Ved sygdom skal den studerende have dokumentation fra en læge.

9.2 Tilmelding og afmelding

Institutionens regler og frister vedrørende til- og framelding af eksaminer meddeles af den enkelte udbyder.

9.3 Ny prøve

En ny prøve skal afholdes hurtigst muligt og senest, når den pågældende prøve afholdes igen på institutionen eller ved en eventuel sygeprøve.

En studerende, der har været forhindret i at gennemføre en prøve på grund af dokumenteret sygdom eller af anden uforudseelig grund, skal have mulighed for at aflægge prøven snarest muligt.

Er det en prøve, der er placeret i uddannelsens sidste eksamenstermin, skal den studerende have mulighed for at aflægge prøven i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf.

Indgår der flere dele i en prøve, hvor der gives karakter for hver del, kan den studerende kun aflægge prøve i den eller de dele, der ikke er gennemført med mindre andet følger af reglerne om uddannelsen. Dette gælder også, hvor de enkelte karakterer regnes sammen til én karakter for den samlede prøve.

Resultatet af første prøveforsøg skal meddeles den studerende i så god tid, at en eventuel omprøve kan finde sted i samme eksamenstermin.

I en prøveform hvor der indgår et projekt eller produkt, der skal afleveres inden selve prøven, skal der ved et nyt prøveforsøg, hvor den studerende ikke har bestået den forudgående prøve, ikke er mødt op til den tilmeldte prøve eller bortvist fra prøven, kan den studerende vælge enten at:

- aflevere et nyt projekt eller produkt
- aflevere samme projekt eller produkt
- aflevere en forbedring af det gamle projekt eller produkt.

Institutionen kan for den enkelte studerende dispensere fra de tidspunkter, der er fastsat for at bestå prøven eller prøverne, hvis det er begrundet i barsel eller usædvanlige forhold.

9.4 Særlige prøvevilkår

Institutionen tilbyder særlige prøvevilkår til studerende med fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse samt til studerende med et andet modersmål end dansk, når institutionen vurderer, at dette er nødvendigt for at ligestille disse studerende med andre studerende i prøvesituationen.

9.5 Snyd

En studerende, der under en prøve skaffer sig eller giver en anden studerende uretmæssig hjælp til besvarelse af en opgave eller benytter ikke tilladte hjælpemidler, vil blive bortvist fra prøven, hvilket betyder, at der bruges et prøveforsøg.

Opstår der under eller efter en prøve en formodning om, at en studerende uretmæssigt har skaffet sig eller ydet hjælp, har udgivet en andens arbejde for sit eget eller anvendt eget tidligere bedømt arbejde uden henvisning, indberettes dette til institutionen.

Bliver formodningen bekræftet, og handlingen har fået eller ville kunne få betydning for bedømmelsen, bortviser institutionen den studerende fra prøven, hvilket betyder, at der bruges et prøveforsøg.

Institutionen kan under skærpende omstændigheder beslutte, at den studerende skal bortvises fra institutionen i en kortere eller længere periode. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om, at gentagelse kan medføre varig bortvisning.

En bortvisning fra en prøve betyder af den studerende har brugt et prøveforsøg og en eventuel allerede givet karakter bortfalder.

En studerende skal ved aflevering af en skriftlig besvarelse skrive under på, at opgaven er udarbejdet uden uretmæssig hjælp.

9.6 Forstyrrende adfærd ved eksamen

Udviser en studerende forstyrrende adfærd, kan institutionen bortvise den studerende fra prøven. I mindre alvorlige tilfælde giver institutionen først en advarsel.

Institutionen kan under skærpende omstændigheder beslutte, at den studerende skal bortvises fra institutionen i en kortere eller længere periode. I sådanne tilfælde gives en skriftlig advarsel om at gentagelse kan medføre varig bortvisning.

En bortvisning fra en prøve betyder, at den studerende har brugt et prøveforsøg og en eventuel allerede givet karakter bortfalder.

10. MERIT

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf efter denne studieordning bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Er uddannelseselementet bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt og ækvivalerer et helt fag i nærværende studieordning, overføres karakteren.

Institutionen kan godkende at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet som gennemført, hvis det er bestået efter reglerne på den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som bestået.

11. CENSORKORPS

Diplomuddannelsen i digital konceptudvikling benytter det af Uddannelsesministeriet godkendte censorkorps for de medie- og kommunikationsfaglige diplomuddannelser.

12. STUDIEVEJLEDNING

På uddannelsesinstitutionen er der tilknyttet en studievejledning, hvor den studerende kan få vejledning både før og under studiet. Kontaktinformation fremgår af institutionens hjemmeside, hvor studieordningen også er tilgængelig.

13. KLAGER OG DISPENSATION

Proceduren for hvordan klager håndteres afhænger af klagens indhold. I studievejledningen kan studerende få hjælp til, hvordan proceduren er i forbindelse med en klage.

Institutionen kan, når særlige forhold begrundes, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget, men alene er fastsat af institutionen.

Klager over afgørelser i henhold til denne studieordning indgives til institutionen. Fristen for indgivelse af klager er 2 uger fra den dag, at afgørelsen er meddelt den pågældende. Her bedes eksaminator og censor tage stilling til den skriftlige klage, og studielederen tager endelig beslutning om udfaldet efter at alle parter er hørt.

Institutionens afgørelser i henhold til bekendtgørelse om diplomuddannelser kan af den studerende indbringes for Uddannelsesministeriet, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klagen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Klagen stiles til Uddannelsesministeriet, men afleveres til institutionen. Institutionen afgiver en udtalelse, som klageren har lejlighed til at kommentere inden for en uges frist. Institutionen fremsender herefter klagen, skolens udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til uddannelsesministeriet.

Klager over prøver behandles efter reglerne i bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser.

14. OVERGANGSORDNINGER

Bekendtgørelse om diplomuddannelser trådte i kraft den 15. juli 2012 og har virkning for studerende der begynder diplomuddannelsen herefter eller senere.

15. RETSGRUNDLAG

Studieordningens retsgrundlag udgøres af:

- 1) Bekendtgørelse om diplomuddannelser
- 2) Bekendtgørelse af lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne
- 3) Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
- 4) Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser
- 5) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- 6) Bekendtgørelse om fleksible forløb inden for videregående uddannelse for voksne

Retsgrundlaget kan læses på adressen www.retsinfo.dk

BILAG 1: OBLIGATORISKE MODULER (OB)

Bilag 1 gennemgår læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler.

Obligatoriske moduler:

- Cross media concepts
- Digital projektledelse
- Videnskabsteori og metode

De obligatoriske moduler er beskrevet på de kommende sider.

Ob: Cross media concepts 5 ECTS

Formål

Den studerende skal kunne bidrage til danske og internationale virksomheder og organisationers forbedring eller udvikling af nye digitale e-handelsløsninger, digitale reklameløsninger og digitale marketingløsninger samt andre slags digitale kommunikationsløsninger.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om metoder til innovation og kreativ udvikling af digitale koncepter og anvendt teori herom.
- have udviklingsbaseret viden om aktuelle tendenser inden for digital konceptudvikling - fx e-handel, digital marketing, (digital) reklame, servicedesign, kommunikation, teknologi, interkulturelle forhold mm.
- have udviklingsbaseret viden om, hvordan lokale og internationale brancher udvikler sig inden for digital konceptudvikling.
- have udviklingsbaseret viden om, hvordan der bedst udvikles koncepter, der bygger på holistisk indsigt i virksomhedens strategi og forretning samt brancheudvikling (herunder også betydningen af CSR).

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til at udvikle nye koncepter inden for et eller flere af områderne for digital konceptudvikling.
- kunne begrunde valgte metoder og værktøjer til analyse til efterfølgende kreativ udvikling af nye koncepter.
- kunne mestre de færdigheder, der knytter sig til implementering nye koncepter.
- kunne anvende metoder og redskaber til at sælge ideen om et nyt koncept internt i organisationen og eksternt i markedet.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede tendenser på markedet og inddrage denne indsigt i konceptudvikling af konkrete løsninger
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og håndtere synergien i og risikoen ved at forskellige interessenter bidrager med hver deres input til konceptudviklingsprocessen af nye løsninger.
- kunne omsætte egen læring om digital konceptudvikling til forbedring af egen praksis i en organisation eller en virksomhed.

Ob: Digital projektledelse 5 ECTS

Formål

Den studerende skal lære at styre projekters økonomi samt lede salg og/eller indkøb af konsulentytelser samt kunne skabe fremdrift i en projektgruppes udvikling og implementering af (fortrinsvis digitale) projekter i en international, interkulturel og forretningsmæssig kontekst.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om interessentanalyse samt anvendt metode og teori herom.
- have udviklingsbaseret viden om ledelse og organisering af flerfaglige projektgrupper og virtuelle teams samt kunne reflektere herom.
- have udviklingsbaseret viden om samt kunne reflektere over salgs- og forhandlingsprocesser af digitale kommunikationsløsninger og anden digital kommunikation; både fra virksomheds- og fra leverandørside.
- kunne forstå praksis om samt kunne reflektere over internationale og interkulturelle forholds betydning for ledelse og udførelse af projekter i en forretningsmæssig kontekst.
- have udviklingsbaseret viden om konflikthåndtering og kunne reflektere over konflikthåndtering i projektteams samt løsning af konflikter mellem kunde og rekvirent.
- have udviklingsbaseret viden om udviklingsmetoder og modeller samt anvendt metode og teori herom.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til at analysere projektets interesser - herunder interessentanalyse - samt til at skabe gennemsigtighed og fremdrift i projekter.
- kunne organisere flerfaglige projektgrupper og virtuelle teams.
- kunne anvende metoder og redskaber til at sælge virksomhedens services samt kravspecifere og prisfastsætte services og løsninger inden for digital kommunikation og handel, reklamekampagner mm. (både fra virksomheds- og fra leverandørside).
- anvende metoder og redskaber til at lede internationale projekter – det vil sige kunne tage hensyn til interkulturelle forholds betydning for ledelsen og udførelsen af projekter i en forretningsmæssig kontekst.
- kunne anvende redskaber til konflikthåndtering i projektteams samt konflikter mellem kunde og rekvirent.
- kunne vurdere udviklingsmetoder og modeller samt vælge og begrunde forskellige modellers anvendelighed i forskellige typer af projekter.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere ledelse af komplekse udviklingsprojekter med flere faggrupper involveret.
- selvstændigt kunne indgå i ledelse af projekter, som foregår i virtuelle teams.
- kunne håndtere kompleks kravspecifikation, prisfastsættelse, salgs- og forhandlingsprocesser af digitale kommunikations- og handelsløsninger og anden digital kommunikation; både fra virksomheds- og fra leverandørside.
- kunne håndtere internationale projekter, hvor komplekse interkulturelle forhold er af betydning for ledelse og udførelse.
- kunne håndtere kompleks konflikthåndtering i projektteams samt konflikter mellem kunde og rekvirent.
- kunne udvikle egen projektlederrolle.

Ob: Videnskabsteori og metode 5 ECTS

Formål

Den studerende skal lære at relatere videnskabsteori og metodelære til digital konceptudvikling som fagområde - herunder især brugerundersøgelser.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om og kunne reflektere over videnskabsteoretiske retninger og historisk udvikling.
- have udviklingsbaseret viden om og kunne reflektere over anvendelsen af kvalitativ og kvantitativ metode, også i relation til videnskabsteori.
- have udviklingsbaseret viden om videnskabsteori og metodelære i idehistorisk sammenhæng.
- have udviklingsbaseret viden om og kunne reflektere over videnskabelige metoder og redskaber i forhold til testning og analyse af brugeradfærd samt digitale kommunikationsløsningers design, funktionalitet, brugervenlighed og informationsarkitektur.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende videnskabsteoretiske retninger.
- kunde mestre de færdigheder der knytter sig til kvalitativ og kvantitativ metode, også i relation til videnskabsteori.
- kunde anvende videnskabsteori og metodelære i idehistorisk sammenhæng.
- kunne mestre videnskabelige metoder og redskaber i forhold til vurdering af testning og analyse af digitale kommunikationsløsningers design, funktionalitet, brugervenlighed og informationsarkitektur.

Kompetencer

Den studerende skal:

- selvstændigt kunne indgå i samarbejde med andre faggrupper og i samspil give input til disse faggrupper om validiteten af kvalitativ og kvantitativ metode.
- videreudvikle egne kompetencer inden for videnskabsteori og metode og især til koblingen til praktisk arbejde med brugerundersøgelser.
- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i samarbejdet med andre faggrupper om metoder og redskaber i forhold til testning og analyse af digitale kommunikationsløsningers design, funktionalitet, brugervenlighed og informationsarkitektur.

BILAG 2: VALGFRIE MODULER INDEN FOR UDDANNELSENS FAGLIGE OMRÅDE (VF)

Oversigt og gennemgang af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler, som alle har et omfang på 5 ECTS-point:

- E-handel: Strategi og forretningsudvikling
- E-handel: Optimering af salg og indtjening
- E-shop start up
- Digital marketing
- Digitalt design
- Customer insight
- Content marketing
- CRM og loyalitetsprogrammer
- Bureauvirksomhed
- Forretningsforståelse og digital strategi
- Teknologisk konceptudvikling
- Medieplatforme i kunderejsen
- Kreativitet på tværs af fagområder

De valgfri moduler er beskrevet på de kommende sider.

Vf: E-handel - Strategi og forretningsudvikling

Formål

Den studerende skal lære ud fra analyser af virksomhedens trends, markeder og brancher at lægge en e-handelsstrategi, udvikle business case samt have overblik over strategiimplementering med fokus på lokale og internationale markeder.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om udvikling af forretningsplan og business case samt reflektere over, hvordan planerne kan implementeres og følges op.
- kunne reflektere over e-handelens udvikling og trends.
- have udviklingsbaseret viden om at sammenkoble intern analyse af e-handelsvirksomhed med analyser af virksomhedens eksterne miljø (konkurrenceforhold, lovgivning, trends, teknologi mm.).

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne mestre udvikling af en e-handelsstrategi, business case, forretningsplan samt udvikling af projektplaner for implementering.
- kunne mestre de færdigheder, der knytter sig til at budgettere udviklingsplaner.
- kunne formidle faglige strategiske løsninger og planer til samarbejdspartnere og kolleger i og uden for virksomheden.
- kunne vurdere analyser og planer og herudfra begrunde og vælge relevante løsninger og sætte projektaktiviteter i gang i virksomheden, styre aktiviteterne og følge dem op.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger såvel som målkonflikter i e-handelsvirksomheden med udgangspunkt i strategisk forretningsindsigt.
- ud fra en overordnet strategi selvstændigt kunne indgå i egen og forskellige faggruppers kompetenceudvikling.

Vf: E-handel - Optimering af salg og indtjening

Formål

Den studerende skal lære at skabe overblik over de faktorer, der driver salg og omkostninger i en e-shops værdikæde samt kunne projektledede aktiviteter, der optimerer driftsomkostningerne og øger salget.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om analyse af webshop performance.
- have udviklingsbaseret viden om anvendt teori og metoder for optimering af e-salg, logistik, indkøb, lager, salg og logistik, det vil sige hele værdikæden.
- kunne reflektere over mulighederne for optimering i en e-shop.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne mestre analyse af en e-shops performance i forhold til dens nøgletal og vurdere hvordan webshoppen kan optimere drift og salg.
- kunne begrunde og vælge relevante løsningsmodeller for, hvordan de enkelte dele af værdikæden optimeres mest hensigtsmæssigt i forhold til virksomhedens kompetencer
- kunne vurdere analyser samt formidle problemstillinger, konsekvenser og løsninger til samarbejdspartnere og kolleger i og uden for virksomheden.
- kunne mestre projektaktiviteter i virksomheden, det vil sige styre aktiviteterne og følge dem op (projektledelse).

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger såvel som målkonflikter i e-handelsvirksomheden med udgangspunkt i indsigt i performance analyser af virksomhedens værdikæde.
- ud fra et overblik over driverne for salg og omkostninger i e-handelsvirksomheden selvstændigt kunne indgå i egen og forskellige faggruppers kompetenceudvikling.

Vf: E-shop start up

Formål

Den studerende skal lære at udvikle og implementere koncept, business case, forretningsplan for e-shop eventuelt i kombination med fysisk butik.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om udviklingen i dansk og international e-handel i relation til traditionel handel.
- kunne forstå praksis samt anvendt teori og metode om strategi og jura inden for e-handel.
- kunne forstå praksis samt anvendt teori og metode om forskellige typer e-shop løsninger og eventuelt mulighed for skalerbarhed - herunder standardløsninger versus skræddersyede løsninger, platforme, betalingsmoduler mm.
- have udviklingsbaseret viden om udvikling af løsninger inden for indkøb, lager, logistik, salg og marketing.
- kunne reflektere over mulighederne for optimering af salg og indtjening.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne mestre udvikling af e-shop strategi, forretnings- og implementeringsplan.
- kunne vurdere virksomhedens kompetencer i relation til opstart og drift af e-shop.
- kunne formidle problemstillinger, konsekvenser og løsninger til samarbejdspartnere og kolleger i og uden for virksomheden.
- kunne mestre de færdigheder, der knytter sig til at igangsætte projektaktiviteter i virksomheden.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger såvel som målkonflikter i e-handelsvirksomheden.
- ud fra et overblik over behovet i en opstartsvirksomhed selvstændigt kunne indgå i egen og forskellige faggruppers kompetenceudvikling.

Vf: Digital marketing 5 ECTS

Formål

Den studerende skal tilegne sig overblik over forskellige digitale marketingdiscipliner og marketingstrategier, der er relevante i e-handel, reklame og forskellige former for digital kommunikation med henblik på at udvikle og optimere virksomhedens marketingsindsats.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om strategi for digital marketing.
- have udviklingsbaseret viden om løsninger og metoder i en vifte af e-marketings-discipliner.
- kunne reflektere over mulighederne for at evaluere/måle en samlet marketingsindsats og lægge strategi og plan for at optimere indsatsen.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber om strategi for digital marketing
- kunne vurdere forskellige e-marketingsdiscipliner.
- kunne mestre de færdigheder der knytter sig til effektmåling af brugeradfærd i forhold til e-marketing.
- kunne anvende metoder og redskaber om jura for digital marketing.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationen i forhold til udvikling og implementering af strategi for digital markedsføring.
- selvstændigt kunne indgå i forskellige faggruppers kompetenceudvikling og påtage sig ansvar ud fra et overblik over virksomhedens muligheder inden for e-markedsføring.

Vf: Digitalt design 5 ECTS

Formål:

Den studerende skal gennem designudvikling i digitale løsninger lære at skabe optimale forudsætninger for konvertering/effekt i fx reklame, e-handel, portaler, mobile løsninger, kampagner mm.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om design thinking og design strategi samt kunne reflektere over teori og metode herom
- have udviklingsbaseret viden om udvikling og trends i digitalt design samt kunne reflektere over teori og metode herom.
- have udviklingsbaseret viden om interaktionsdesign, user experience, design af brugergrænseflade, udvikling af design principper mm. på tværs af platforme og teknologier.
- have udviklingsbaseret viden om effektmåling og testning af design samt kunne reflektere over teori og metode herom.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber til at udvikle interaktionsdesign, user experience, brugergrænseflade-design, udvikling af design principper mm. på tværs af platforme og teknologier.
- kunne anvende metoder og redskaber til at udvikle designløsninger og design-strategi
- kunne mestre designprocesser.
- kunne vurdere design i en teoretisk og praktisk kontekst.
- kunne begrunde og vælge relevante løsninger, processer og designmodeller.

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere kompleks, tværmedial udvikling af designløsninger og strategier
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med forskellige interessenter - fx brugere, kunder, designere, forretningsorienterede og konceptudviklere mm.

Vf: Customer insight

Formål

Den studerende skal lære at analysere brugeres behov samt kunne skabe analytisk baggrund for at forbedre brugeroplevelser samt lære at optimere konvertering med baggrund i analysemetoder og tests af digitale kommunikations-, design- og handelsløsninger.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om brugerundersøgelser/-tests af brugeroplevelse og brugeradfærd samt kunne reflektere over teori og metoder herom.
- have udviklingsbaseret viden om tests og analyse af kommunikationsløsningers design, funktionalitet og informationsarkitektur.
- have udviklingsbaseret viden om usability tests, brugervenlighed og informationsarkitektur ud fra tekniske, designmæssige og navigationsmæssige synsvinkler.
- kunne reflektere over testresultater, og over hvordan ændringer i løsningen kan forbedre efterfølgende testresultater.

Færdigheder

Den studerende skal:

- vurdere testmetoder og herudfra begrunde og vælge de er mest hensigtsmæssige løsninger i forskellige situationer.
- kunne anvende metoder og redskaber til at teste brugerens adfærd og den digitale løsnings effektivitet.
- kunne vurdere testresultaters validitet og drage konklusioner på tests og formidle dem til kunder og samarbejdspartnere

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse testmetoder og afrapportering af resultater.
- Selvstændigt kunne indgå i samarbejde med kolleger, kunder og andre interessenter om tests.
- kunne håndtere egne, kollegaers, og kunders kompetencer i relation til tests og efterfølgende opfølgning på tests

Vf: Content marketing 5 ECTS

Formål

Den studerende skal lære at udvikle, implementere og vedligeholde content marketing tiltag med henblik på at kunne vinde nye kunder og fastholde eksisterende kunder for BtC og BtB-virksomheder såvel som for organisationer.

Viden

Den studerende skal:

- have strategisk, operationel og udviklingsbaseret viden om løsninger og metoder til produktion og distribution af redaktionelt indhold.
- have viden om roller knyttet til content marketing i virksomheder/organisationer.
- kunne reflektere over mulighederne for at evaluere/måle effekten af content marketing indsatser.
- have viden om fordele og ulemper ved content marketing.

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne udvikle business case, indholdsstrategi og forankre denne i organisationen.
- kunne anvende redaktionelle metoder og redskaber indenfor content marketing.
- kunne vurdere fordele og ulemper ved forskellige medier og platforme i det redaktionelle marketing-arbejde.
- kunne anvende metoder og redskaber til at fortælle, disponere og time den gode historie målrettet til private forbrugere og/eller virksomheders købscenter.
- kunne mestre metoder til at forstå brugerne og måle/evaluere effekter kvantitativt og kvalitativt

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i forhold til udvikling og implementering af strategier for content marketing.
- selvstændigt kunne indgå i forskellige faggruppers kompetenceudvikling og påtage sig ansvar ud fra et overblik over virksomhedens muligheder inden for content marketing.

Vf: CRM og loyalitetsprogrammer 5 ECTS

Formål

Den studerende skal lære at skabe salg, kundetilfredshed og kundefastholdelse for virksomheder og organisationer ved hjælp af Customer Relationship Management og loyalitetsprogrammer i BtC, BtB virksomheder og i organisationer.

Viden

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om kunderelationer og loyalitetsprogrammer samt definitioner af CRM og loyalitet strategisk og operationelt.
- viden om data-drevet kundeindsigt, data mining og predictive analysis.
- viden om evaluering og måling på KPI'er.
- kunne reflektere over evalueringer/målinger af kunderelationer og -adfærd.
- have viden om teknologier, leverandører og processer i organisationen i forhold til CRM og loyalitet.
- have viden om fordele og ulemper ved CRM og loyalitetsprogrammer.

Færdigheder

Den studerende skal:

- metodisk kunne analysere kundesegmenter, kundelivstidsværdi, kanaler og teknologier med henblik på valg af strategi
- kunne planlægge og eksekvere en loyalitetsskabende kunderejse med CRM aktiviteter via eCRM (email Marketing Automation), Social CRM og Mobile CRM
- anvende værktøjer til at opstille forretningskritiske krav til teknologier, leverandører og processer i organisationen
- kunne vurdere virksomhedens organisatoriske, kulturelle, strukturelle og teknologiske modenhed
- kunne vurdere fordele og ulemper ved forskellige typer teknologier- og leverandørvalg
- kunne opstille og beregne business case

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i forhold til udvikling og implementering af strategier for CRM og loyalitetsprogrammer - herunder hvilken rolle ledelse, uddannelse og resten af organisationen bør forvente af en implementeringsproces.
- selvstændigt kunne indgå i forskellige faggruppers kompetenceudvikling og påtage sig ansvar ud fra et overblik over virksomhedens modenhed i forhold til CRM og loyalitetsprogrammer.

Vf: Bureauvirksomhed 5 ECTS

Formål

Den studerende skal - ved at skabe sig et overblik over bureauet som virksomhed og forretning - lære at bidrage mere aktivt til bureauets værdiskabelse og rentabilitet. Den studerende vil undervises i branchens historiske udvikling og de forskellige bureautyper- og kompetencer samt forretningsmodeller branchen indeholder. Derudover vil den studerende undervises i forskellige bureautypers ledelse og organisering, samarbejde med kunder/annoncører og leverandører samt udvikling, salg og budgettering af bureauservices.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsbaseret viden om hvordan bureauer drives som forretning samt viden om eksistensvilkårene i branchen - praktisk og historisk
- have udviklingsbaseret og teoretisk viden om bureauets services (herunder praksis og metoder), budgettering og salg af services, bureauets ledelse/organisering samt bureausamarbejde med annoncørerne/kunderne og leverandørerne
- kunne reflektere over bureauers udviklingsmuligheder med et blik på bureauet og på efterspørgslen efter dets ydelser

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber samt mestre:
 - udvikling af services,
 - ledelse/organisering,
 - bureau-samarbejde med annoncører/kunde og samarbejde med leverandør og
 - budgettering af serviceydelser
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til:
 - udvikling af services,
 - ledelse/organisering,
 - bureau-samarbejde med annoncører/kunde og samarbejde med leverandør og
 - budgettering af serviceydelser
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til bureauets værdiskabelse

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede projekter med blik på bureauet som forretning og værdiskaber
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde på bureauet samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik i relation til bureau-virksomhed
- gennem et større kendskab til bureauet som forretning og værdiskaber, være i stand til bedre at kunne tage ansvar for at udvikle sin egen praksis/kompetence ift. rollen på bureauet

Vf: Forretningsforståelse og digital strategi 5 ECTS

Formål

Den studerende skal udvikle sin evne til at udvikle strategiske værdiskabende kampagner og forretningsløsninger for bureauets kunder.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have forståelse for samt udviklingsbaseret og teoretisk viden om praksis og anvendt teori og metode i forhold til:
 - at kunne forstå bureau-kundernes forretning
 - at udvikle relevante strategier for kunden samt handlende idéer og værdiskabende løsninger
 - at arbejde på tværs af faggrupper og afholde effektive og værdiskabende møder
- kunne reflektere over bureaubranchens generelle arbejde med forretningsforståelse og strategi samt reflektere over, hvordan branchen udnytter mulighederne

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber samt mestre at:
 - at kunne forstå bureau-kundernes forretning, bl.a. i forhold til e-marketing udfordringer og muligheder
 - udvikle relevante digitale strategier og forretningsmodeller for kunden samt tværgående idéer og værdiskabende løsninger
 - arbejde på tværs af faggrupper og afholde effektive og værdiskabende møder på bureauet og sammen med kunderne
- kunne vurdere forretningsmæssige og strategiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsninger (både praksisnært og teoretisk)
- kunne formidle forretningsmæssige og strategiske problemstillinger og løsninger til samarbejdspartnere og brugere (både praksisnært og fagligt)

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede kampagner og forretningsløsninger på bureauet og i samarbejde med kunderne
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar omkring udvikling af strategiske kampagner og forretningsløsninger indenfor rammerne af en professionel etik
- kunne udvikle egen praksis i forhold til udvikling af strategiske forretningsløsninger på bureauet

Vf: Teknologisk konceptudvikling 5 ECTS

Formål

Den studerende skal lære at udnytte mulighederne for udvikling af teknologiske løsninger på tværs af platforme med fokus på fremtidssikring samt lære at udvikle konceptuelle løsninger i forhold til implementering/aktivering.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have teoretisk og udviklingsbaseret viden om internet of things, ubiquitous computing, cross platform og deres påvirkning på samfund, kunder og brugere
- have udviklingsbaseret og teoretisk og praktisk viden om valg af udviklingsstrategi, proces og værktøjer
- kunne reflektere over bureauers mulighed for at integrere nye tendenser, teorier og teknologier i sine ydelser overfor kunder og brugere

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber samt mestre:
 - udviklingsstrategi, proces og værktøjer indenfor teknologianvendelse i bureauets ydelser overfor kunderne
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til:
 - cross platform og alternative teknologier
 - identifikation af teknologiske trends
 - valg af udviklingsstrategi, processer og værktøjer
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante udviklingsstrategier, processer og værktøjer

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede projekter med fokus på cross platform og trends
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde på bureauet omkring teknologiprojekter samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik i relation til teknologianvendelse
- gennem læring om udvikling af teknologiske løsninger på tværs af platforme bedre kunne udvikle egen praksis på bureauet

Vf: Medieplatforme i kunderejsen 5 ECTS

Formål

Den studerendes skal lære at udvikle strategi for brug af medieplatforme samt dataopfølgning i touchpoints hele vejen i brugernes købsrejse.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have teoretisk, operativ og udviklingsbaseret viden om hvordan kundens fortrinsvist digitale købsrejse kan udnyttes til at skabe forøget effekt
- have udviklingsbaseret, teoretisk og praktisk viden om platforme, platformsstrategi og indholdsstrategi
- have udviklingsbaseret og teoretisk og praktisk viden om marketing automation samt anvendelse af data
- kunne reflektere over bureaus mulighed for at integrere forskellige medieplatforme og data i sine ydelser overfor kunder og brugere

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber samt mestre:
 - udviklingsstrategi, proces og værktøjer inden for marketing automation
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til brugernes købsrejse og strategiske fokus på relevante touch points
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante udviklingsstrategier, processer og værktøjer i forhold til valg af medieplatforme og evaluering gennem dataforståelse

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede projekter med fokus på strategisk medieplatforms-anvendelse og måling/data
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde på bureaut omkring projekter relateret til medieplatforme samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik i relation til medieplatforme og data
- gennem bedre forståelse for at udvikle strategi for brug af medier og platforme samt dataopfølgning kunne udvikle egen praksis

Vf: Kreativitet på tværs af fagområder 5 ECTS

Formål

Den studerendes skal lære at skabe værdi for kunderne og bureauet gennem kreativ udvikling af adfærdsændrende løsninger på tværs af siloer og afdelinger med udgangspunkt i antropologisk metode og på tværs af teknologier og medieplatforme.

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have teoretisk, praktisk og udviklingsbaseret viden om tværgående kreativitet og metoder til kreativ udvikling i teams
- have udviklingsbaseret, teoretisk og praktisk viden om antropologi og antropologisk metode i forhold til kreativ udvikling af adfærdsændrende løsninger
- have udviklingsbaseret og teoretisk og praktisk viden om udviklingsprocesser i forhold til tværgående løsninger
- kunne reflektere over bureauers mulighed for at integrere tværgående kreative løsninger

Færdigheder

Den studerende skal:

- kunne anvende metoder og redskaber samt mestre:
 - antropologiske metoder og tværgående kreativitet og kreativ udvikling
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i forhold til udvikling af tværgående kreative løsninger
- kunne vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante udviklingsstrategier, processer og værktøjer i forhold til valg af antropologisk metode og kreativ metode

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne håndtere komplekse og udviklingsorienterede projekter med fokus på kreativitet og indsigt opnået især gennem antropologiske undersøgelser og på tværs af siloer og afdelinger
- selvstændigt kunne indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde på bureauet omkring projekter relateret til kreativitet samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik i relation til tværgående kreative processer og antropologiske undersøgelser
- kunne udvikle egen praksis omkring kreativitet