

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

- Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udviklings bekendtgørelse nr. 814 af 29. juni 2010 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen).
- Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udviklings bekendtgørelse nr. 857 af 1. juli 2010 om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen).
- Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udviklings bekendtgørelse nr. 250 af 15. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse ved universitetsuddannelser (karakterbekendtgørelsen).

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 2010.

Studieordningen er godkendt den 14. september 2010 af Studienævn for Erhvervsøkonomi og den 23. september 2010 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet

Studieordningen er efterfølgende ændret som følger:

Pkt. 2.2.1 ændret fra 9 valgfag til 10 valgfag.

Pkt. 4.3.1 tilføjelse af faget Mundtlig kommunikation 1 som valgfag med 5 ECTS og internt bedømt, Bestået/ikke bestået.

Pkt. 4.3.2 tilføjelse af faget Mundtlig kommunikation 1 som valgfag i efteråret med 2 forelæsnings timer, ingen øvels timer.

Pkt. 4.3.3 tilføjelse af faget Mundtlig kommunikation 1 som valgfag for studieåret 2010/2011 med 5 ECTS og placeret på 1. semester.

Ændringerne i de 4 ovenstående punkter er alle godkendt af Studienævn for Erhvervsøkonomi den 14. september 2010 og den 23. september 2010 af Dekanen for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet

Uddannelsen udbydes i:	Gældende fra	Side:
Odense	og med 2010	2 af 18

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Indhold

INDHOLD	3
1. TILVALGETS OVERORDNEDE FORMÅL	4
1.1 KOMPETENCEBESKRIVELSE	4
2.1 TIDSFRIST FOR STUDIET	6
2.1.1 Regler om studieaktivitet.....	6
2.2 TILVALGETS OPBYGNING.....	6
2.2.1 Moduler, fagelementer og valgfag.....	7
2.2.2 Fagbeskrivelser og 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.....	11
4.4 BESTÅKRAV M.V.	11
5. EKSAMEN M.V.	13
5.1 PENSUMBESKRIVELSER.....	13
5.2 ORDINÆR EKSAMEN	13
5.3 EKSAMENS BETINGELSER	13
5.4 HJÆLPEMIDLER	13
5.5 EKSAMENS SPROGET	13
5.6 ANTAL EKSAMENS FORSØG	14
5.7 EKSAMENS TIL- OG AFMELDING	14
5.8 SYGE- OG OMPRØVE	14
5.9 INTERNE ELLER EKSTERNE PRØVER.....	15
5.10 KARAKTER ELLER BEDØMMELEN BESTÅET/IKKE BESTÅET	15
5.11 STAVE- OG FORMULERINGS EVNE	15
5.12 KLAGER OVER EKSAMEN	16
6. ANDRE BESTEMMELSER	17
6.1 REGLER OM MERIT	17
6.2 FAG FRA KANDIDATUDDANNELSEN.....	17
6.3 KLAGE	17
6.4 OVERGANGSREGLER.....	18

1. Tilvalgets overordnede formål

1.1 *Kompetencebeskrivelse*

Viden og forståelse

En dimittend i tilvalgsstudiet Marketing, Branding og Kommunikation opnår gennem uddannelsen viden om teorier og metoder til problemløsning inden for marketing, branding og kommunikation.

Bacheloruddannelsen i Marketing, Branding og Kommunikation ved Syddansk Universitet giver forskningsbaseret viden om teori, metode og praksis inden for de fagområder, der tilsammen udgør marketing, branding og kommunikation. Centrale fagområder er: brand management, markedskommunikation og reklame samt marketing og forbrugeradfærd. Til støtte for de centrale fagområder, har dimittenden 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. Dimittenden har desuden mulighed for at få mere praktisk viden om uddannelsens fagområder gennem et praktikophold.

Den viden, bacheloren 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. Dimittenden er ligeledes i stand til at reflektere over begrænsninger og muligheder i en teorier eller en metodes anvendelighed i forhold til en konkret problemstilling.

Færdigheder

En bachelor i Marketing, Branding og Kommunikation er i stand til, ved hjælp af teorier og videnskabelige metoder inden for disse fagområder at identificere, strukturere og begrunde en teoretisk eller praktisk problemstilling. Bacheloren 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 formidle skriftligt og mundtligt til forskellige målgrupper, herunder private og offentlige organisationer og virksomheder samt de relevante uddannelsesmæssige aktører på universitetet.

Kompetencer

En bachelor i Marketing, Branding og Kommunikation giver en bred og alsidig erhvervsøkonomiskkompetence, der gør dimittenden i stand til at håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer samt selvstændigt 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.

Bacheloruddannelsen i Marketing, Branding og Kommunikation giver kompetence til beskæftigelse i såvel i private som offentlige virksomheder inden for alle virksomhedens funktioner, der er relateret til markedsføring, kommunikation, reklame, Key Account/salg som f.eks. marketingkoordinator, brand manager, kommunikationsrådgiver, markedsanalytiker, planner på et reklamebureau m.v.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Typiske arbejdsopgaver kan være:

- formidling af budskaber til virksomheders forskellige målgrupper
- tilrettelæggelse af mediebrug i forbindelse med brandingprocesser
- fortolkning og vurdering af markedsundersøgelser
- analyse af nye tendenser i forbruget
- diagnosticering af organisationers kulturer

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

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

2. Tilrettelæggelse m.v.

2.1 Tidsfrist for studiet

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 5

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

Fakultetets udfyldende bestemmelser:

2.1.1 Regler om studieaktivitet

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 besluttet 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.

2.2 Tilvalgets opbygning

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 15

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.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

2.2.1 Moduler, fagelementer og valgfag

Tilvalget består af 5 obligatoriske fag og 10 valgfag, hvor både kerne- og valgfag er relateret til marketing, branding og kommunikation. Der skal vælges valgfag svarende til 10 ECTS.

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 eksamensformen 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.

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 § 15

Tilvalget skal udgøre mindst 30 ECTS-point og kan højst udgøre 60 ECTS-point.

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 bacheloruddannelsen 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):			
Markedsforståelse og -analyse	5	-	Ekstern – B/IB
Organisationsforståelse og –kulturanalyse	5	5	Intern – 7-trinsskala
Brand Management	5	5	Intern – 7-trinsskala
Markedskommunikation og reklame	10	10	Intern – 7-trinsskala
Marketing og forbrugeradfærd	10	10	Ekstern – 7-trinsskala
Valgfag.			
International Service Management	5	5	Intern – 7-trinsskala
Kultursociologi	5	5	Intern – 7-trinsskala
Medievalg og planlægning	5	5	Intern – 7-trinsskala
Tekstanalyse og tekstproduktion	10	10	Ekstern – 7-trinsskala
Interkultural kommunikation	5	-	Intern – B/IB
Visuel analyse og design	10	10	Intern – 7-trinsskala
Interpersonel kommunikation	10	10	Intern – 7-trinsskala
Innovation, projektledelse og teambulding	10	-	Intern – B/IB
Mundtlig kommunikation 1	5	-	Intern – B/IB
Praktikophold	5	5	Intern – 7-trinsskala

Uddannelsen udbydes i:

Odense

Gældende fra
og med
2010

Side:

9 af 18

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

4.3.2 Tidsmæssig placering (vejledende normalstudieplan)

Fagtitel	Efterårsfag	Forårsfag
Markedsforståelse og -analyse	3 (f)	
Organisationsforståelse og -kulturanalyse	2 (f)	
Brand Management	2 (f)	
Markedskommunikation og reklame		* 3 (f)
Marketing og forbrugeradfærd		5 (f) + 15(ø)
Valgfag.		
International Service Management	2 (f)	
Kultursociologi	2 (f)	
Medievalg og planlægning		2 (f)
Tekstanalyse og tekstproduktion	4 (f)	
Interkultural kommunikation	2 (f)	
Visuel analyse og design		4 (f)
Interpersonel kommunikation		2 (f)
Innovation, projektledelse og teambulding		3 (f)
Mundtlig kommunikation 1	2 (f)	
Praktikophold	**	**

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

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

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

4.3.3. Diagram over tilvalget

2. semester	Marketing og forbrugeradfærd (10)		Markeds-kommunikation og reklame (10)	Valgfag (10)*
1. semester	Markedsforståelse og -analyse (5)	Organisations- forståelse og - kulturanalyse (5)	Brand Management (5)	

* Der skal vælges valgfag svarende til i alt 10 ECTS. Der kan vælges mellem et 10 ECTS fag eller to 5 ECTS fag. Semesterplaceringen på valgfagene fremgår af nedenstående oversigt.

For studieåret 2010/2011 kan der vælges mellem følgende valgfag:

Valgfag	ECTS	Semesterplacering
International Service Management	5	1.
Kultursociologi	5	1.
Interkulturel kommunikation	5	1.
Tekstanalyse og tekstproduktion	10	1.
Medievalg og planlægning	5	2.
Visuel analyse og design	10	2.
Interpersonel kommunikation	10	2.
Innovation, projektledelse og teambuilding	10	2.
Mundtlig kommunikation 1	5	1.
Praktikophold	5	1. eller 2.

4.4 Beståkrav m.v.

Jf. Karakterbekendtgørelsen §§ 14-17

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.

Uddannelsen udbydes i:

Odense

Gældende fra
og med
2010

Side:
11 af 18

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

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:

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

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

5. Eksamen m.v.

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 23

For eksamen og udstedelse af eksamensbeviser gælder:

- 1) Bekendtgørelse om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen).*
- 2) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse ved universitetsuddannelser (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 eksamen

Der afholdes som hovedregel ordinære eksamener ved afslutningen af et undervisningsforløb, hhv. januar og juni. Dette vil fremgå af de respektive fagbeskrivelser.

5.3 Eksamensbetingelser

Eksamensbetingelser, der er opfyldt før 1. ordinære eksamen, skal ikke gentages ved et evt. nyt eksamensforsøg.

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 Eksamenssproget

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.

Uddannelsen udbydes i:	Gældende fra og med	Side:
Odense	2010	13 af 18

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

5.6 Antal eksamensforsøg

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.

5.7 Eksamens til- og afmelding

Jf. Eksamensbekendtgørelsen § 14

Ved tilmelding af den studerende til et fagelement m.v., hvortil der er tilknyttet en eller flere prøver, er den studerende automatisk tilmeldt til prøven eller prøverne. Universitetet fastsætter samtidig en frist for rettidig afmelding fra prøven.

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

Universitetet kan dispensere fra de fastsatte frister, hvis der foreligger usædvanlige forhold.

Studienævnets udfyldende bestemmelser:

Tilmelding til undervisning i det enkelte fag er samtidig en tilmelding til eksamen. Der er tilmelding til fag i perioden 20.-30. maj for efterårets fag og 20.-30. november for forårets fag. Tilmelding til eksamen (ikke undervisning) foregår i perioden 20.-30. marts/oktober.

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 eksamener 1. eksamensdag), dvs. hvis en eksamen eksempelvis afholdes en mandag, er sidste afmeldingsfrist mandagen 2 uger før.

5.8 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.

Studieordning for tilvalg på bachelorniveau i Marketing, Branding og Kommunikation

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.

Sygeeksamen bevilges på grundlag af ansøgning til Eksamenskontoret, vedlagt dokumentation for sygdommen. Ved bevilget sygeeksamen annulleres eksamensforsøget for den ordinære eksamen. Sygeeksamen afholdes på samme tidspunkter som omprøverne, hhv. februar og august. Studienævnet kan beslutte at ændre prøveform- og bedømmelsesform til sygeeksamen. Dette vil i givet fald blive offentliggjort efter tilmeldingsfristens udløb.

5.9 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.

5.10 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.

5.11 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.

5.12 Klager over eksamen

Jf. Eksamensbekendtgørelsen §§ 32 og 35

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.

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 §§ 27 – 29

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.

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

Det er ikke muligt at tage fag fra kandidatuddannelsen, før en komplet bacheloruddannelse er bestået, da en studerende ikke kan være indskrevet ved mere end en heltidsuddannelse ad gangen. Universitetet kan dog dispensere herfra, hvis der foreligger usædvanlige forhold. Evt. dispensationsansøgning herom skal indsendes til Studenterservice Odense – Optagelse og vejledning.

6.3 Klage

Jf. Uddannelsesbekendtgørelsen § 31

Universitetets afgørelser efter uddannelsesbekendtgørelsen kan indbringes for Universitets- og Bygningsstyrelsen 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 optaget 1. februar 2010 og tidligere, fortsætter tilvalget efter de hidtil gældende studieordninger, men henvisningerne i studieordningerne til bekendtgørelserne erstattes af teksten i de nye bekendtgørelser, hhv. uddannelsesbekendtgørelsen og eksamensbekendtgørelsen, jf. denne studieordnings side 2.

Studerende, der er optaget på tilvalget i henhold til studieordning 2008 eller tidligere, forsætter uddannelsen efter egen gældende studieordning. Prøver efter tidligere ordninger gennemføres sidste gang i takt med 2008-studieordningens udfasning:

1. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2008, sidste eksamen januar 2010.
2. semesters fag undervises sidste gang foråret 2009, sidste eksamen juni 2010.

Studerende, der er optaget på tilvalget i henhold til studieordning 2009, forsætter uddannelsen efter egen gældende studieordning. Prøver efter tidligere ordninger gennemføres sidste gang i takt med 2009-studieordningens udfasning:

1. semesters fag undervises sidste gang efteråret 2009, sidste eksamen januar 2011
2. semesters fag undervises sidste gang foråret 2010, sidste eksamen juni 2011.

Studerende optaget pr. 1. september 2009 og tidligere, som har bestået faget Introduktion til erhvervsøkonomisk metode, kan ikke eksamineres i faget Markedsforståelse og analyse.

Studerende, der ikke har gennemført uddannelsen indenfor ovenover nævnte 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 inkl. oversigt over, hvilke fag der kan meritoverføres.

De hidtil gældende studieaktivitetsregler erstattes pr. 1. september 2009 med nye studieaktivitetsregler, som fremgår af denne studieordnings pkt. 2.1.1. Den nye regel vil blive effektueret første gang pr. 1. september 2011.

I perioden 1. september 2009 – 31. august 2011 gælder de oprindelige studieaktivitetsregler for alle studerende, som er optaget før 1. september 2009.