



Fagstudieordning
**Kandidatuddannelsen i interkulturelle
markedsstudier**

2022

**Det Humanistiske Fakultet
Københavns Universitet**

Ikrafttræden: 1. september 2022

Indhold

Kapitel 1. Hjemmel	4
§ 1. Hjemmel.....	4
Kapitel 2. Adgangskrav, normering, tilhørsforhold og titel	4
§ 2. Adgangskrav	4
§ 3. Normering	5
§ 4. Tilhørsforhold	5
§ 5. Titel	5
Kapitel 3. Studietekniske forhold	5
§ 6. Læsning af tekster på fremmedsprog	5
§ 7. Stave- og formuleringsevne	5
§ 8. Normalsidedefinition.....	5
§ 9. Pensum	5
Kapitel 4. Faglig profil	6
§ 10. Kompetencebeskrivelse.....	6
§ 11. Faglige mål	6
Kapitel 5. Opbygning og fagelementer.....	7
§ 12. Opbygning	7
§ 13. Uddannelsens struktur	7
§ 14. Uddannelsens fagelementer.....	8
Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – fransk (konstituerende)	8
Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – spansk (konstituerende)	9
Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – tysk (konstituerende)	9
International Markets and Consumers (obligatorisk og konstituerende).....	10
Communication and SoMe Management (obligatorisk og konstituerende)	11
Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing - fransk (konstituerende)	12
Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing – spansk (konstituerende).....	13
Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing – tysk (konstituerende).....	13
Cross-Cultural Leadership (obligatorisk og konstituerende).....	14
Consumer Culture and Segmentation (obligatorisk og konstituerende).....	15
Projektorienteret forløb - fransk (konstituerende).....	16
Projektorienteret forløb – spansk (konstituerende)	17
Projektorienteret forløb – tysk (konstituerende)	17
Frit emne – fransk (konstituerende)	17
Frit emne – spansk (konstituerende)	18
Frit emne – tysk (konstituerende)	18
Udvidet projektorienteret forløb – fransk (konstituerende)	19
Udvidet projektorienteret forløb – spansk (konstituerende)	20
Udvidet projektorienteret forløb – tysk (konstituerende)	20
Speciale - fransk (konstituerende).....	21
Speciale – spansk (konstituerende)	22
Speciale – tysk (konstituerende)	22
Kapitel 6. Merit og overgangsbestemmelser	22
§ 15. Merit	22
§ 16. Overgangsbestemmelser.....	23
Kapitel 7. Dispensation, ikrafttræden og godkendelse	23

§ 17. Dispensation.....23
§ 18. Ikrafttræden.....23
§ 19. Godkendelse.....23

Denne fagstudieordning suppleres af fakultetets *Fælles studieordning for uddannelser ved Det Humanistiske Fakultet*. Studerende indskrevet på denne ordning er derfor underlagt retningslinjer og regler beskrevet i såvel den fælles studieordning som i denne fagstudieordning.

Kapitel 1. Hjemmel

§ 1. Hjemmel

Denne studieordning er fastsat med hjemmel i

- Bekendtgørelse nr. 104 af 24. januar 2021 om adgang til universitetsuddannelser tilrettelagt på heltid (adgangsbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 20 af 9. januar 2020 om universitetsuddannelser tilrettelagt på heltid (uddannelsesbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 22 af 9. januar 2020 om eksamen og censur ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen)
- Bekendtgørelse nr. 114 af 3. februar 2015 om karakterskala og anden bedømmelse ved uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område (karakterbekendtgørelsen).

Kapitel 2. Adgangskrav, normering, tilhørsforhold og titel

§ 2. Adgangskrav

Adgang til kandidatuddannelsen sker i henhold til adgangsbekendtgørelsens regler.

Stk. 2. Følgende bacheloruddannelser giver direkte adgang til kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier:

- Europæisk Business med sprogene fransk, tysk og spansk fra CBS
- Interkulturel Markedskommunikation med sprogene fransk, tysk og spansk fra CBS
- International Virksomhedskommunikation med sprogene fransk, tysk og spansk fra CBS
- Business, Language and Culture fra CBS
- International virksomhedskommunikation med spansk/tysk/fransk og europæiske studier fra AU
- Fransk sprog og kultur fra KU
- Spansk sprog og kultur fra KU
- Tysk sprog og kultur fra KU
- International virksomhedskommunikation med spansk eller tysk fra SDU
- International virksomhedskommunikation med 2 sprog fra SDU
- Spansk og spanskamerikanske studier fra SDU
- Tysk fra SDU
- International virksomhedskommunikation i tysk, fransk eller spansk fra AU
- International virksomhedskommunikation i engelsk og fransk fra AU
- International virksomhedskommunikation i engelsk og spansk fra AU
- International virksomhedskommunikation i engelsk og tysk fra AU
- International virksomhedskommunikation i fransk og kommunikation fra AU
- International virksomhedskommunikation i spansk og kommunikation fra AU
- International virksomhedskommunikation i tysk og kommunikation fra AU
- Tysk sprog, litteratur og kultur fra AU
- Fransk sprog, litteratur og kultur fra AU
- Spansk og spanskamerikanske sprog, litteratur og kultur fra AU
- International virksomhedskommunikation i spansk eller tysk fra AAU
- Tysk fra AAU.
- En dansk bacheloruddannelse, der indeholder et sidefag i fransk, spansk eller tysk på mindst 45 ECTS.

Stk. 3. Fakultetet kan optage andre ansøgere end nævnt i stk. 2, hvis det vurderes, at ansøger har mindst 45 ECTS, der har relevans for studier af den fransk-, spansk- eller tysktalende verdens sprog, samfund, historie, kultur og markeder samt sprogfærdighed i fransk, spansk eller tysk på mindst B2-niveau i henhold til Den Fælles Europæiske Referenceramme for Sprog.

Stk. 4. Ansøgere med udenlandsk adganggrundlag og udenlandske studerende, som ønsker at følge uddannelsen på dansk, skal have bestået "studieprøven", have dansk A på gymnasialt niveau eller have dokumenteret tilsvarende kundskaber i dansk inden studiestart.

Stk. 5. Fakultetet fastsætter årligt optagelseskapaciteten på kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier. Optagelseskapaciteten offentliggøres hvert år på www.studier.ku.dk/kandidat.

Stk. 6. Såfremt der er flere kvalificerede ansøgere end studiepladser, prioriteres ansøgere efter kriterier, der fremgår af www.studier.ku.dk/kandidat.

§ 3. Normering

Kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier er normeret til 120 ECTS.

§ 4. Tilhørsforhold

Kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier hører under studienævnet ved Institutet for Engelsk, Germansk og Romansk og censorkorpset for erhvervskommunikation og sprog.

§ 5. Titel

En bestået kandidatuddannelse i interkulturelle markedsstudier giver ret til betegnelsen cand.ling.merc. i interkulturelle markedsstudier. Den tilsvarende engelsksprogede betegnelse er Master of Arts (MA) in International Business Communication – Intercultural Market Studies.

Kapitel 3. Studietekniske forhold

§ 6. Læsning af tekster på fremmedsprog

Ud over det studerede sprog kan der indgå tekster på dansk og engelsk.

§ 7. Stave- og formuleringsevne

Den studerendes stave- og formuleringsevne indgår i helhedsbedømmelsen som beskrevet i den fælles studieordning for uddannelser ved Det Humanistiske Fakultet § 6.

Hvis der er et særligt fokus på stave- og formuleringsevne, vil det fremgå af det enkelte fagelement.

§ 8. Normalsidedefinition

Normalsidedefinition fremgår af den fælles studieordning for uddannelser ved Det Humanistiske Fakultet § 7.

§ 9. Pensum

Pensumbestemmelser fremgår af Studieinformation på KUnet under menupunktet Eksamen → Eksamensform og regler → Pensum.

Kapitel 4. Faglig profil

§ 10. Kompetencebeskrivelse

En kandidatuddannelse i interkulturelle markedsstudier giver kandidaterne indsigt i interkulturel markedsføring og ledelse, strategisk planlægning af virksomheders marketingprocesser og kulturforskelle og deres betydning både på organisations- og samfundsniveau. Den færdige kandidat har endvidere erfaring med at etablere og varetage kontakt med forskellige stakeholdere, f.eks. aftagere, samarbejdspartnere, organisationer og virksomheder i målsprogslandene/-områderne, fungere som brobygger på tværs af sprog- og kulturbarrierer, indgå i beslutningsprocesser vedrørende aktiviteter i specifikke lande eller sprogområder, implementere beslutninger vedrørende aktiviteter i specifikke lande eller sprogområder, kortlægge problemstillinger relateret til organisationers og virksomheders strategi ved åbning af nye markeder, udvidelse af aktivitetsområder mv.

Uddannelsen sikrer et højt sprogligt niveau, som gør kandidaten i stand til at formidle sin viden og diskutere faglige problemstillinger med forskellige målgrupper på et korrekt og varieret sprog såvel skriftligt som mundtligt.

§ 11. Faglige mål

En kandidatuddannelse i interkulturelle markedsstudier giver den studerende følgende:

Viden om og forståelse af:

- Det studerede fremmedsprog og dets samfundsmæssige og kulturelle kontekst
- Genrer og fagsprog, der er relevante for markedsanalyse, marketing og markedskommunikation
- Sammenhængen mellem udfordringer og muligheder i det studerede fremmedsprog og dets samfundsmæssige og kulturelle kontekst og en organisations eller virksomheds strategi
- Humanistiske og samfundsvidenskabelige metoder
- Analytiske og metodiske tilgange til markeder, markedsstrukturer, forbruger-, forretnings- og organisationskultur.

Færdigheder:

- Tale det studerede fremmedsprog stort set flydende, spontant og præcist i forhold til teksten
- Skrive det studerede fremmedsprog klart, velstruktureret og overvejende korrekt i forhold til konteksten
- Formidle på tværs af sprog- og kulturgrænser under hensyntagen til lokale værdier og sædvaner
- Kæde problemidentifikation, problemformulering, problemanalyse og problemløsning metodisk sammen
- Sikre, at organisationens eller virksomhedens kommunikations- og markedsføringsstrategier fungerer efter hensigten på kulturelt og sprogligt forskellige markeder.

Kompetencer:

- Tage ansvar for egen faglig udvikling og specialisering
- Implementere og integrere løsninger på interkulturelle, intersproglige og markeds-mæssige udfordringer i forhold til organisationens eller virksomhedens strategiske mål
- Interagere effektivt med interessenter på lokale markeder, hvor det studerede fremmedsprog tales
- Planlægge og gennemføre projekter i specifikke lande eller sprogområder
- Lede kulturel mangfoldighed, interkulturel kommunikation og forandring i organisationer og virksomheder.
- Opbygge og vedligeholde professionelle relationer i specifikke lande eller sprogområder.

Kapitel 5. Opbygning og fagelementer

§ 12. Opbygning

Uddannelsen er opbygget af konstituerende fagelementer svarende til 120 ECTS, herunder et kandidatspeciale på 30 ECTS. Uddannelsen indeholder konstituerende valgfag svarende til 30 ECTS, som indeholder projektorienteret forløb.

Stk. 2. Specialet skal skrives på 4. semester og afslutter uddannelsen. Den studerende skal mindst have bestået 60 ECTS for at tilmelde sig specialet.

§ 13. Uddannelsens struktur

Ved uddannelsens start vælger hver enkelt studerende en sproglig toning, der skal følges gennem hele uddannelsen. Det er således ikke muligt at skifte sproglig toning undervejs.

Stk. 2. Uddannelsen indeholder et mobilitetsvindue på 30 ECTS, hvor den studerende enten kan tage *udvidet projektorienteret forløb* eller de to fagelementer *frit emne* og *projektorienteret forløb*.

Stk. 3. Den studerende kan ansøge studienævnet om at benytte mobilitetsvinduet til studieophold i udlandet eller lignende.

Stk. 4. Det strukturerede forløb for kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier fremgår af nedenstående oversigt.

Semester	Fagelementer	
1.	Kultur, identitet og interpersonel kommunikation 15 ECTS	International Markets and Consumers 7,5 ECTS, CBS
		Communication and SoMe Management 7,5 ECTS, CBS
2.	Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing 15 ECTS	Cross-Cultural Leadership 7,5 ECTS, CBS
		Consumer Culture and Segmentation 7,5 ECTS, CBS
3. (Mobilitetsvindue)	Projektorienteret forløb 15 ECTS	Frit emne 15 ECTS
	<i>eller</i> Udvidet projektorienteret forløb 30 ECTS	
4.	Speciale 30 ECTS	

§ 14. Uddannelsens fagelementer

Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – fransk (konstituerende)

Culture, Identity and Interpersonal Communication - French (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03131E

	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• kultur- og identitetsteori, herunder stereotyper og deres mekanismer• sproglige normer, f.eks. genrer, registre og høflighed• magtteori i forhold til interkulturelle relationer og internationale organisationer og virksomheder• sprogpolitik• interpersonel interaktion med særligt fokus på argumentation og receptive og produktive strategier på fremmedsproget. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• kommunikere, forhandle og interagere stort set flydende, spontant og præcist mundtligt i forhold til konteksten på fremmedsproget• formidle klart og præcist til og fra fremmedsproget under iagttagelse af kulturelle forskelle og den sociale og forretningsmæssige kontekst• identificere og analysere kulturel diversitet og forskellige forståelseshorisonter såvel inden for sprogområdet som mellem forskellige sprogområder• indsamle større mængder data med henblik på at dokumentere kulturelle, økonomiske eller samfundsmæssige forhold• navigere strategisk i forhold til interkulturelle processer og relationer. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• identificere og håndtere forskellige forventninger og forståelseshorisonter i intersproglige og interkulturelle situationer• bringe sin teoretiske viden i spil i arbejdet med konkrete cases samt arbejde systematisk, målorienteret og strategisk hensigtsmæssigt• reflektere over egen og andres kommunikation på fremmedsproget• håndtere kulturelle modsætningsforhold på interpersonelt og organisatorisk niveau• tilrettelægge og styre egen arbejdsproces i forhold til opgaveformål, samarbejde og fastsatte tidsrammer.
Undervisnings- og arbejdsformer	Holdundervisning.
Prøvebestemmelser	<p>Prøveform: Portfolio.</p> <p>Omfang: 21-25 normalsider, jf. Særlige bestemmelser.</p> <p>Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Gruppebestemmelser: Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p>Eksaminationssprog: Fransk.</p> <p>Tilladte hjælpemidler: Alle.</p> <p>Syge-/omprøve: Portfolio, 26-30 normalsider, jf. Særlige bestemmelser.</p>

Særlige bestemmelser	<p>Portfolien består af en række bundne elementer, hvoraf en del kan udgøres af mundtlige oplæg. Den konkrete beskrivelse af elementerne og hvorledes de vægtes fremgår af kursusbeskrivelsen.</p> <p>Ved syge-/omprøven skal portfolien, ud over de bundne elementer (aktiviteter), der indgår ved den ordinære prøve, rumme en besvarelse på 4-5 normalsider af en ekstra opgave. Denne opgave formuleres af underviseren og dækker et emne eller en vinkel, der ikke allerede er behandlet i de bundne elementer.</p>
-----------------------------	--

Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – spansk (konstituerende)

Culture, Identity and Interpersonal Communication - Spanish (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03132E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *kultur, identitet og interpersonel kommunikation - fransk*, dog:
Eksaminationsprog: Spansk.

Kultur, identitet og interpersonel kommunikation – tysk (konstituerende)

Culture, Identity and Interpersonal Communication - German (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03133E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *kultur, identitet og interpersonel kommunikation - fransk*, dog:
Eksaminationsprog: Tysk.

International Markets and Consumers (obligatorisk og konstituerende)

International Markets and Consumers (compulsory and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03231E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• strategisk marketingplanlægning og implementering af strategier• sammenhængen mellem organisationens eller virksomhedens interne kompetencer og eksterne efterspørgselsforhold og deres betydning for forbrugermarketing og industriel marketing <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• analysere organisationens eller virksomhedens markedsbetingelser, dens muligheder og ressourcer• opstille og forklare strategier for markedsføring til forbrugermarkedet og det industrielle marked med henblik på at dokumentere kulturelle, økonomiske eller samfundsmæssige forhold <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• vurdere forskellige marketingstrategier i lyset af markedsdata og organisationens eller virksomhedens eksterne og interne forhold• segmentere organisationens eller virksomhedens markeder og identificere dens positionering i forhold til konkurrenter• fastlægge organisationens eller virksomhedens marketingvariable konsistent med organisationens/virksomhedens situation.
Undervisnings- og arbejdsformer	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk).
Prøvebestemmelser	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk). Bedømmelse: Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen.

Communication and SoMe Management (obligatorisk og konstituerende)

Communication and SoMe Management (compulsory and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03241E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• virksomheders og organisationers kommunikation og udfordringer i kommunikationen som middel til strategisk udvikling• de kompetencer og niveauer, der udgør professionel kommunikation i virksomheder og organisationer• hvorledes en virksomheds eller organisations kommunikation kan analyseres, planlægges og udføres. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• analysere kommunikationen og kommunikationsbehovet i en virksomhed eller organisation i forhold til strategiske mål• udfærdige situations- og kulturtilpasset skriftlig og mundtlig kommunikation på engelsk. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• bedømme virksomheders kommunikation i forhold til strategiske mål• administrere og lede kommunikationsflow og -grænseflader både internt og eksternt.
Undervisnings- og arbejdsformer	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk).
Prøvebestemmelser	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk). Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.

Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing - fransk (konstituerende)
Consumer Communication and Intercultural Marketing - French (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03161E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• kommunikationsteori• markedsteori og interkulturel marketing• interkulturel tekstlingvistik (genrer og registre)• relevante udfordringer i interkulturel markedsføring• forbrugeranalyse. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• tilvejebringe store mængder information på det pågældende sprog samt systematisere og kritisk vurdere informationen med henblik på specifikke analyseopgaver• vurdere og målrettet vælge de rigtige kommunikationsstrategier og -værktøjer (sprog, genre, register) i forhold til den kulturelle kontekst• formulere en kort rapport, der kan benyttes som grundlag for fastlæggelsen af organisationens eller virksomhedens markedsførings- og ledelsesstrategier• udtrykke sig klart, velstruktureret og overvejende korrekt på det studerede fremmedsprog. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• anvende kendskabet til organisationens eller virksomhedens omverden på en måde, der er relevant for organisationers og virksomheders strategi og planlægning• anvende teoretisk kulturforståelse i et handlingsorienteret perspektiv til at forudsige og skitsere forventelig forbrugeradfærd• anvende fremmedsproget til hensigtsmæssig kommunikation i interkulturelle kontekster• reflektere over emner og resultater/konklusioner, der er blevet identificeret som udfordringer i interkulturel marketing samt udarbejde løsninger i komplekse interkulturelle og organisatoriske situationer• arbejde projektorienteret og tværfagligt på en systematisk, målorienteret og strategisk måde.
Undervisnings- og arbejdsformer	Holdundervisning.

Prøvebestemmelser	<p>Prøveform: Fri mundtlig prøve med materiale.</p> <p>Omfang: 20 minutter. Der gives ingen forberedelse. Materialet har et omfang på 1-5 normalsider.</p> <p>Bedømmelse: Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen. Materialet vægter med 1/3 i bedømmelsen.</p> <p>Gruppebestemmelser: Prøven kan aflægges individuelt eller som gruppeprøve (max. 3 studerende) med individuel bedømmelse. Prøvens omfang er ved 2 studerende 30 minutter og ved 3 studerende 40 minutter. Materialets omfang er ved 2 studerende 1,5-7,5 normalsider og ved 3 studerende 2-10 normalsider. Hvis flere studerende udarbejder materialet sammen, skal hver enkelt deltagers bidrag være en afrundet helhed, der er identificeret og kan bedømmes for sig. De studerendes fællesbidrag må ikke overstige 50 %.</p> <p>Eksaminationssprog: Fransk.</p> <p>Tilladte hjælpemidler: Alle.</p> <p>Syge-/omprøve: Samme som den ordinære prøve.</p>
--------------------------	--

Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing – spansk (konstituerende)

Consumer Communication and Intercultural Marketing - Spanish (constituent)

15 ECTS

Aktivetskode: HIMK03162E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Spansk.

Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing – tysk (konstituerende)

Consumer Communication and Intercultural Marketing - German (constituent)

15 ECTS

Aktivetskode: HIMK03163E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Tysk.

Cross-Cultural Leadership (obligatorisk og konstituerende)

Cross-Cultural Leadership (compulsory and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03251E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• forskellige perspektiver på nationers og organisationers kultur, og deres teoretiske og praktiske konsekvenser• hvilken rolle national kultur spiller i virksomheders ledelse og beslutninger• samspillet mellem formel og uformel ledelse (<i>leadership</i> og <i>management</i>) i interkulturelle kontekster. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• analysere nationers og organisationers rolle i ledelse og beslutninger• analysere situationer, hvori interkulturel ledelse indgår• analysere interkulturelle aspekter af strategiudvikling og marketing på tværs af kulturer. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• identificere centrale aspekter af konflikthåndtering i interkulturelle kontekster• identificere og lede dynamikken i globale teams• identificere og analysere udfordringer i relation til køn og diskrimination i globale kontekster• lede kulturel mangfoldighed• lede interkulturel kommunikation og forståelse• lede forandring i interkulturelle organisationer.
Undervisnings- og arbejdsformer	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk).
Prøvebestemmelser	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk). Bedømmelse: Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen.

Consumer Culture and Segmentation (obligatorisk og konstituerende)

Consumer Culture and Segmentation (compulsory and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03261E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• teorier og analytiske metoder, der adresserer forbrugerkultur, -psykologi og -adfærd• mangfoldighed på forbrugermarkeder og faktorer, der påvirker forbrugerkultur på tværs af markeder• forbrugeradfærd og bagvedliggende motivation deraf• sammenhængen mellem forbrugeradfærd og marketingstrategi. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• lave survey-design til at skaffe primærdata ved at anvende udvalgte teorier• analysere primær- og sekundærdata gennem fastlagte variabler, som forklarer udvalgte teoretiske begreber• identificere et forbrugersegment og udvikle en målrettet markeds-kommunikation og brandingstrategi. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• formulere et forskningsspørgsmål• designe en empirisk undersøgelse gennem kritisk udvælgelse og sammensætning af relevante teorier og metoder, der belyser det valgte forskningsspørgsmål• fortolke og kommunikere resultatet af de empiriske undersøgelser.
Undervisnings- og arbejdsformer	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk).
Prøvebestemmelser	Som beskrevet i kursuskataloget på CBS (http://kursuskatalog.cbs.dk). Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.

Projektorienteret forløb - fransk (konstituerende)

Academic Internship – French (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03191E

<p>Faglige mål</p>	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"> • kommunikationsveje og organisationsformer på en arbejdsplads • konkrete sproglige, markedsrelaterede og kulturelle problemstillinger i en virksomhed/organisation • anvendelsesmulighederne for et eller flere af uddannelsens fagområder. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysere forhold på en arbejdsplads ud fra en organisationsteoretisk synsvinkel • vælge, begrunde og anvende relevant teoretisk litteratur til at analysere forhold på en arbejdsplads • relatere konkrete markeds- og marketingspecifikke, sproglige og kulturelle problemstillinger til det teoretiske og metodiske indhold i uddannelsen. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none"> • reflektere kritisk og selvstændigt over udnyttelsen af den sproglig-kulturelle uddannelse i en konkret erhvervmæssig sammenhæng • udføre konkrete arbejdsopgaver på en arbejdsplads med brug af sproglige og kulturelle kvalifikationer fra uddannelsen.
<p>Undervisnings- og arbejdsformer</p>	<p>Gennemførelse af et projektorienteret forløb af 3 måneders varighed (400-450 arbejdstimer).</p>
<p>Prøvebestemmelser</p>	<p>Prøveform: Fri hjemmeopgave. Omfang: 16-20 normalsider. Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen. Gruppebestemmelser: Prøven kan kun aflægges individuelt. Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller fransk efter aftale med eksaminator. Tilladte hjælpemidler: Alle. Syge-/omprøve: Samme som den ordinære prøve.</p>
<p>Særlige bestemmelser</p>	<p>Studienævnet skal godkende kontrakt og arbejdsbeskrivelse, inden det projektorienterede forløb påbegyndes.</p> <p>Hjemmeopgaven skal beskrive hovedfaser og arbejdsopgaver i det projektorienterede forløb samt analysere arbejdspladsen med inddragelse af relevant teori inden for organisationsteori eller fagspecifikke teorier fra den studerendes uddannelse. En udvalgt arbejdsopgave eller opgavetype fra det projektorienterede forløb skal diskuteres i dybden, således at det fremgår, hvorledes eksaminandens baggrund og kvalifikationer har kunnet anvendes i opgaveløsningen, herunder såvel specifikke sproglige og kulturelle kompetencer som personlige arbejdsrelaterede kompetencer og humanistiske generallistkvalifikationer.</p>

Projektorienteret forløb – spansk (konstituerende)

Academic Internship - Spanish (constituent)

15 ECTS

Aktivetskode: HIMK03192E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som projektorienteret forløb - fransk, dog:
Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller spansk efter aftale med eksaminator.

Projektorienteret forløb – tysk (konstituerende)

Academic Internship - German (constituent)

15 ECTS

Aktivetskode: HIMK03193E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som projektorienteret forløb - fransk, dog:
Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller tysk efter aftale med eksaminator.

Frit emne – fransk (konstituerende)

Free Topic - French (constituent)

15 ECTS

Aktivetskode: HIMK03201E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• forskellige problemstillinger relateret til et givent relevant emne• relevante teoridannelser og videnskabelige metoder til at belyse disse problemstillinger• et særligt studeret emne i forhold til en bredere sammenhæng. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• give en reflekteret og selvstændig analyse af væsentlige problemstillinger inden for et relevant emne• diskutere dette emne med forståelse for dets betydning i en bredere faglig sammenhæng• indplacere det valgte emne i en relevant teoretisk sammenhæng og forholde sig til de metoder, der anvendes på det pågældende felt. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• formidle et fagligt stof og en faglig diskussion på en klar og veldokumenteret måde i overensstemmelse med akademiske konventioner• udtrykke sig sammenhængende og forståeligt på et højt grammatisk, ortografisk og idiomatisk korrekthedsniveau med anvendelse af et varieret og nuanceret gloseforråd• tilrettelægge og styre egen arbejdsproces i forhold til opgaveformål, samarbejde og fastsatte tidsrammer.
Undervisnings- og arbejdsformer	Holdundervisning.
Prøvebestemmelser	Prøveform: Portfolio. Omfang: 21-25 normalsider, jf. Særlige bestemmelser.

	<p>Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p>Gruppebestemmelser: Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p>Eksaminationssprog: Fransk.</p> <p>Tilladte hjælpemidler: Alle.</p> <p>Syge-/omprøve: Portfolio, 26-30 normalsider, jf. Særlige bestemmelser.</p>
Særlige bestemmelser	<p>Portfolien består af en række bundne elementer, hvoraf en del kan udgøres af mundtlige oplæg. Den konkrete beskrivelse af elementerne og hvorledes de vægtes fremgår af kursusbeskrivelsen.</p> <p>Ved syge-/omprøven skal portfolien, ud over de bundne elementer (aktiviteter), der indgår ved den ordinære prøve, rumme en besvarelse på 4-5 normalsider af en ekstra opgave. Denne opgave formuleres af underviseren og dækker et emne eller en vinkel, der ikke allerede er behandlet i de bundne elementer.</p>

Frit emne – spansk (konstituerende)

Free Topic - Spanish (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03202E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *frit emne - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Spansk.

Frit emne – tysk (konstituerende)

Free Topic - German (constituent)

15 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03203E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *frit emne - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Tysk.

Udvidet projektorienteret forløb – fransk (konstituerende)

Extended Academic Internship – French (constituent)

30 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03211E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• kommunikationsveje og organisationsformer på en arbejdsplads• konkrete markedsrelaterede, sproglige og kulturelle forhold i en virksomhed/organisation• anvendelsesmulighederne for et eller flere af uddannelsens fagområder. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• analysere forhold på en arbejdsplads ud fra en organisationsteoretisk synsvinkel• vælge, begrunde og anvende relevant teoretisk litteratur til at analysere forhold på en arbejdsplads• relatere konkrete markeds- og marketingspecifikke, sproglige og kulturelle problemstillinger til det teoretiske og metodiske indhold i uddannelsen• vælge, begrunde og anvende relevant baggrundslitteratur til nuanceret og præcist til at redegøre for en faglig problemstilling for branchen. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• reflektere kritisk og selvstændigt over udnyttelsen af den sproglig-kulturelle uddannelse i en konkret erhvervsmæssig sammenhæng• udføre konkrete arbejdsopgaver på en arbejdsplads med brug af sproglige og kulturelle kvalifikationer fra uddannelsen.
Undervisnings- og arbejdsformer	Gennemførelse af et projektorienteret forløb af 4-5 måneders varighed (650-750 arbejdstimer).
Prøvebestemmelser	<p>Prøveform: Fri hjemmeopgave.</p> <p>Omfang: 26-30 normalsider, jf. Særlige bestemmelser.</p> <p>Bedømmelse: Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trinsskalaen.</p> <p>Gruppebestemmelser: Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p>Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller fransk efter aftale med eksaminator.</p> <p>Tilladte hjælpemidler: Alle.</p> <p>Syge-/omprøve: Samme som den ordinære prøve.</p>

Særlige bestemmelser	<p>Studienævnet skal godkende kontrakt og arbejdsbeskrivelse, inden det projektorienterede forløb påbegyndes.</p> <p>Hjemmeopgaven består af to dele, en rapport (16-20 normalsider og en faglig redegørelse (ca. 10 normalsider).</p> <p>Rapporten skal beskrive hovedfaser og arbejdsopgaver i det projektorienterede forløb samt analysere arbejdspladsen med inddragelse af relevant teori inden for organisationsteori eller fagspecifikke teorier fra den studerendes uddannelse. En udvalgt arbejdsopgave eller opgavetype fra det projektorienterede forløb skal diskuteres i dybden, således at det fremgår, hvorledes eksaminandens baggrund og kvalifikationer har kunnet anvendes i opgaveløsningen, herunder såvel specifikke sproglige og kulturelle kompetencer som personlige arbejdsrelaterede kompetencer og humanistiske generalistkvalifikationer.</p> <p>Den faglige redegørelse skal forholde sig til et relevant sagsområde som vedrører arbejdspladsens arbejdsområde. Mulige emner kan handle om praktikpladsens overordnede arbejdsområde eller branchen generelt.</p>
-----------------------------	--

Udvidet projektorienteret forløb – spansk (konstituerende)

Extended Academic Internship - Spanish (constituent)

30 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03212E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *udvidet projektorienteret forløb - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller spansk efter aftale med eksaminator.

Udvidet projektorienteret forløb – tysk (konstituerende)

Extended Academic Internship - German (constituent)

30 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03213E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *udvidet projektorienteret forløb - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Dansk, engelsk eller tysk efter aftale med eksaminator.

Speciale - fransk (konstituerende)

Master's Thesis - French (constituent)

30 ECTS

Aktivetskode: HIMK03221E

Faglige mål	<p>Ved prøven kan den studerende demonstrere:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none">• et afgrænset emne inden for feltet interkulturelle markedsstudier med direkte relevans for sprogområdet• fagets metoder og teorier i forbindelse med en selvstændig analyse af en problemstilling inden for det centrale fags sprogområde eller en problemstilling med tværfaglig eller interkulturel relevans for sprogområdet. <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none">• formulere, afgrænse og operationalisere specialets problemstilling• udvælge, afgrænse, indsamle og bearbejde empirisk og teoretisk materiale af relevans for analysen samt udvælge, diskutere og anvende relevante metodiske tilgange til denne analyse• analysere materialet med henblik på besvarelse af problemstillingen• dokumentere og argumentere for de påstande, teser og konklusioner, som fremsættes, f.eks. ved henvisning til kilder og undersøgelsesresultater eller ved klare argumenter og teoretiske overvejelser• præsentere specialet som en veldisponeret og sammenhængende tekst, som overholder grammatiske, ortografiske, semantiske, idiomatiske og stilistiske konventioner og med anvendelse af noter, indholdsfortegnelse, litteraturangivelser, citat- og referencepraksis i overensstemmelse med de faglige standarder. <p>Kompetencer til at</p> <ul style="list-style-type: none">• selvstændigt definere og iværksætte et større akademisk projekt og tage ansvar for dets gennemførelse inden for den tidsmæssige ramme med inddragelse af de nødvendige ressourcer og samarbejdsrelationer• forklare og evaluere den overordnede sammenhæng mellem formulering af problem, valg og brug af teori, empiriindsamling, empiribearbejdning og konklusion• placere det behandlede stof i den relevante videnskabelige sammenhæng med korrekt anvendelse af de relevante teoretiske begreber og koble eventuel empirisk analyse med teoretisk og videnskabsteoretisk indsigt og perspektiv• sammenfatte specialets indhold og resultater i et dækkende, præcist og sprogligt korrekt resumé.
Undervisnings- og arbejdsformer	Vejledning.

Prøvebestemmelser	<p>Prøveform: Fri hjemmeopgave.</p> <p>Omfang: 50-60 normalsider samt et resume på ½-1 normalside.</p> <p>Bedømmelse: Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen. Resuméet indgår i bedømmelsen.</p> <p>Gruppebestemmelser: Prøven kan aflægges individuelt eller som gruppeprøve (maks. 3 studerende) med individuel bedømmelse. Hvis flere studerende skriver sammen, skal hver enkelt deltagers bidrag være en afrundet helhed, der er identificeret og kan bedømmes for sig. Deltagernes fællesbidrag må ikke overstige 50 %.</p> <p>Hjemmeopgavens omfang ved gruppeprøver er: 75-90 normalsider (2 studerende) eller 100-120 normalsider (3 studerende).</p> <p>Eksaminationssprog: Fransk eller dansk. Hvis særlige faglige forhold taler for det, kan specialet skrives på engelsk med resumeer på såvel dansk som <fransk/tysk/spansk></p> <p>Tilladte hjælpemidler: Alle.</p>
--------------------------	---

Speciale – spansk (konstituerende)

Master's Thesis - Spanish (constituent)

30 ECTS

Aktivetskode: HIMK03222E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *speciale - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Spansk eller dansk. Resumé: Hvis specialet er skrevet på dansk, skal resumeet skrives på spansk. Hvis specialet er skrevet på spansk, skal resumeet skrives på dansk.

Speciale – tysk (konstituerende)

Master's Thesis - German (constituent)

30 ECTS

Aktivetskode: HIMK03223E

Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser: som *speciale - fransk*, dog:

Eksaminationssprog: Tysk eller dansk. Resumé: Hvis specialet er skrevet på dansk, skal resumeet skrives på tysk. Hvis specialet er skrevet på tysk, skal resumeet skrives på dansk.

Kapitel 6. Merit og overgangsbestemmelser

§ 15. Merit

Fagelementer, der tidligere er bestået på kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier meritoverføres ifølge skemaet nedenfor.

Stk. 2. I tilfælde af ønske om meritoverførsel af fagelementer, der tidligere er bestået på kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier, som ikke fremgår af nedenstående oversigt, skal den studerende rette henvendelse til studienævnet med henblik på individuel afgørelse.

Stk. 3. Meritering af andre fagelementer sker i henhold til reglerne i § 19 i den fælles studieordning for uddannelser ved Det Humanistiske Fakultet.

2019-studieordning	ECTS	2022-studieordning	ECTS
Kultur, identitet og interpersonel kommunikation (HIMK03131E/-2E/-3E)	15	Kultur, identitet og interpersonel kommunikation (HIMK03131E/-2E/-3E)	15
Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing (HIMK03161E/-2E/-3E)	15	Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing (HIMK03161E/-2E/-3E)	15
Frit emne (HIMK03201E/-2E/-3E)	15	Frit emne (HIMK03201E/-2E/-3E)	15
Projektorienteret forløb (HIMK03191E/-2E/-3E)	15	Projektorienteret forløb (HIMK03191E/-2E/-3E)	15
Udvidet projektorienteret forløb (HIMK03211E/-2E/-3E)	30	Udvidet projektorienteret forløb (HIMK03211E/-2E/-3E)	30

§ 16. Overgangsbestemmelser

Når denne studieordning træder i kraft, vil det kun være muligt at aflægge prøver efter den gamle studieordning efter studienævnets afviklingsplan. Afviklingsplanen fremgår af Studieinformation på KUNet under menupunktet Planlæg dit studie → Regler og dispensationer → Studieordning og regler.

Kapitel 7. Dispensation, ikrafttræden og godkendelse

§ 17. Dispensation

Studienævnet kan, efter ansøgning, dispensere fra de regler i studieordningen, som er fastsat af universitetet, såfremt der foreligger dokumenterede usædvanlige forhold.

§ 18. Ikrafttræden

Denne studieordning træder i kraft den 1. september 2022 og gælder for studerende, der er optaget på kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier den 1. september 2022 eller senere.

§ 19. Godkendelse

Studieordningen er godkendt af studienævnet ved Institut for Engelsk, Germansk og Romansk den 15. september 2021.

Studieordningen er godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 2. november 2021.