

DET HUMANISTISKE FAKULTET

KØBENHAVNS UNIVERSITET



# **Studieordning for det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier, 2016-ordningen**

**Justeret 2017, 2018\_2 og 2019**

**Institut for Engelsk, Germansk og Romansk  
Det Humanistiske Fakultet  
Københavns Universitet**

i samarbejde med

**Department of International Business Communication  
Copenhagen Business School**

## Indhold

Kapitel 1. Hjemmel, tilhørsforhold, normering og struktur samt titel .....	3
§ 1. Hjemmel.....	3
§ 2. Tilhørsforhold .....	3
§ 3. Normering og struktur .....	3
§ 4. Titel .....	3
Kapitel 2. Adgangskrav .....	3
§ 5. Adgangskrav .....	3
Kapitel 3. Studietekniske forhold .....	4
§ 6. Læsning af tekster på fremmedsprog .....	4
§ 7. Normalsidedefinition.....	4
§ 8. Stave- og formuleringsevne .....	4
§ 9. Pensum .....	4
Kapitel 4. Faglig profil .....	4
§ 10. Uddannelsens formål .....	4
§ 11. Kompetenceprofil for den færdige kandidat .....	4
Kompetencebeskrivelse.....	4
Kompetencemål .....	5
Kapitel 5. Det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier.....	5
§ 12. Det centrale fag i interkulturelle markedsstudier .....	5
§ 13. Det centrale fags moduler .....	8
Modul 1: Kulturvariation og marketingsstrategi.....	8
Modul 2: Kultur, sprog og identitet og interpersonel diskurs .....	12
Modul 3: Stakeholder Relationship Management og forbrugeradfærd .....	15
Modul 4: Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing .....	17
Modul 5: Projektorienteret forløb.....	20
Modul 6: Speciale.....	24
Kapitel 6. Generelle prøveregler og bedømmelseskriterier.....	26
§ 14. Generelle prøveregler .....	26
§ 15. Bedømmelseskriterier .....	26
Kapitel 7. Studieaktivitet og afslutning af uddannelsen .....	26
§ 16. Studieaktivitet .....	26
§ 17. Afslutning af uddannelsen .....	27
Kapitel 8. Merit .....	27
§ 18. Merit .....	27
Kapitel 9. Tilmelding til fag og prøver .....	27
§ 19. Tilmelding til fag og prøver .....	27
Kapitel 10. Ikrafttræden, dispensation og godkendelse.....	28
§ 20. Ikrafttræden.....	28
§ 21. Dispensation.....	28
§ 22. Godkendelse.....	28

## Kapitel 1. Hjemmel, tilhørsforhold, normering og struktur samt titel

### § 1. Hjemmel

2016-studieordningen for det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier (the 2016 Curriculum for the Main Subject at Master's Level in Intercultural Market Studies) er fastsat med hjemmel i § 30 i bekendtgørelse nr. 1520 af 16. december 2013 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen).

### § 2. Tilhørsforhold

Kandidatuddannelsen med centralt fag i interkulturelle markedsstudier hører under studienævnet for Institut for Engelsk, Germansk og Romansk og censorkorpset for erhvervskommunikation og sprog.

### § 3. Normering og struktur

Kandidatuddannelsen består af det centrale fag, som omfatter moduler på samlet 90 ECTS inkl. specialet, samt kandidattilvalg på 30 ECTS.

*Stk. 2.* Kandidattilvalget kan ligge uden for den studerendes centrale fag.

### § 4. Titel

En bestået kandidatuddannelse med centralt fag i interkulturelle markedsstudier giver ret til betegnelsen cand.ling.merc. På engelsk bruges Master of Arts (MA) in International Business Communication.

*Stk. 2.* Udgøres kandidattilvalget af et studiemønster på 30 ECTS, der på forhånd er beskrevet i en studieordning, giver det ret til titlen cand.ling.merc. med tilvalg i [det valgte tilvalg].

## Kapitel 2. Adgangskrav

### § 5. Adgangskrav

Bacheloruddannelser, der giver direkte adgang til kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier, fremgår af [www.studier.ku.dk/kandidat](http://www.studier.ku.dk/kandidat).

*Stk. 2.* Fakultetet kan optage andre ansøgere end de i stk. 1 fastsatte. Optagelse sker, hvis ansøgeren efter fakultetets vurdering har faglige kvalifikationer, der kan sidestilles med den adgangsgivende bacheloruddannelse, og fakultetet vurderer, at ansøger kan gennemføre uddannelsen.

*Stk. 3.* Studerende med udenlandsk adganggrundlag og udenlandske studerende, som ønsker at følge uddannelsen på dansk, skal inden studiestart have bestået Studieprøven.

*Stk. 4.* Fakultetet kan betinge en optagelse på en kandidatuddannelse af, at den studerende skal deltage i og bestå et suppleringsforløb på op til 15 ECTS.

*Stk. 5.* Suppleringsforløbet skal bestå enten inden semesterstart eller senest ved førstkommande eksamenstermin efter den studerendes studiestart.

*Stk. 6.* Studienævnet fastsætter årligt optagelseskapaleten på kandidatuddannelsen i interkulturelle markedsstudier. Optagelseskapaleten offentliggøres hvert år senest 1 år før den gældende ansøgningsfrist på [www.studier.ku.dk/kandidat](http://www.studier.ku.dk/kandidat).

*Stk. 7.* Såfremt der er flere kvalificerede ansøgere end studiepladser, prioriteres ansøgere efter fastsatte kriterier, der fremgår af [www.studier.ku.dk/kandidat](http://www.studier.ku.dk/kandidat).

## Kapitel 3. Studietekniske forhold

### § 6. Læsning af tekster på fremmedsprog

Der indgår tekster på dansk, engelsk og det studerede sprog.

### § 7. Normalsidedefinition

En normalside i forbindelse med tekstopgivelser og aflevering af hjemmeopgaver, herunder speciale, svarer til 2.400 typeenheder inkl. mellemrum. Ved beregning af omfang af hjemmeopgaver indgår noter, men ikke forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag.

### § 8. Stave- og formuleringsevne

Ved bedømmelsen af hjemmeopgaver, herunder speciale, skrevet såvel på dansk som på et fremmedsprog skal den studerendes stave- og formuleringsevne (som dokumenteret i den forelagte præstation) indgå i helhedsbedømmelsen af den pågældende præstation, idet det faglige indhold dog vægtes tungest. Hvis der er et særligt fokus på stave- og formuleringsevne, vil det fremgå af det enkelte fagelement i § 13.

### § 9. Pensum

Information om gældende pensumbestemmelser for de enkelte fagelementer findes på studiesiderne i KUnet, under menupunktet Eksamen => Før eksamen => Pensum.

## Kapitel 4. Faglig profil

### § 10. Uddannelsens formål

Formålet med det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier er at udbygge den studerendes faglige viden og færdigheder samt øge de teoretiske og metodiske kompetencer i forhold til bacheloruddannelsen. Den studerende skal opnå en større selvstændighed og faglig fordybelse gennem de videregående elementer i fagområdet discipliner og metoder, herunder træning i videnskabeligt arbejde og metode. Den studerende skal have mulighed for at udvikle og målrette sine kompetencer med henblik på specialiserede erhvervsfunktioner, herunder blive optaget på en forskeruddannelse.

### § 11. Kompetenceprofil for den færdige kandidat

#### Kompetencebeskrivelse

Kandidaten kan varetage følgende jobfunktioner:

- Etablere og varetage kontakt med 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.
- Varetage lignende funktioner i ikke-danske organisationer og virksomheder med aktiviteter i Danmark.

Relevante etablerede stillingsbetegnelser er fx: Area manager, country manager, market coordinator, relations manager, marketing coordinator, sales coordinator, project manager.

## Kompetencemål

Kandidaten har følgende specifikke kompetencer:

Omfattende 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.
- Analytiske og metodiske tilgange til markedsstrukturer, forbruger-, forretnings- og organisationskultur.
- Humanistiske og samfundsvidenskabelige metoder.

Færdigheder i at

- tale det studerede fremmedsprog stort set flydende, spontant og præcist i forhold til situationen.
- redegøre klart og detaljeret for relevante faglige emner.
- skrive det studerede fremmedsprog klart, velstruktureret og overvejende korrekt.
- formidle på tværs af sprog- og kulturgrænser.
- kæde problemidentifikation, problemformulering, problemanalyse og problemløsning metodisk sammen.
- opbygge og vedligeholde relationer med internationale kunder, leverandører og andre samarbejdspartnere under hensyntagen til lokale værdier og sædvaner.
- sikre, at organisationens eller virksomhedens kommunikations- og markedsføringsstrategier fungerer efter hensigten på kulturelt og sprogligt forskellige markeder.
- anvende akademisk metode og fremstilling.

Kompetencer i at

- tage ansvar for egen faglige udvikling og specialisering.
- implementere og integrere løsninger på interkulturelle, intersproglige, 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.
- opbygge og vedligeholde professionelle relationer i specifikke lande eller sprogområder.
- bidrage til metodisk og på teoretisk grundlag at identificere og analysere:
  - Problemstillinger relateret til marked, markedsstruktur, forbruger- og forretningskultur på markeder, hvor det studerede fremmedsprog tales.
  - (Inter)sproglige og (inter)kulturelle problemstillinger i organisationer og virksomheder.

## Kapitel 5. Det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier

### § 12. Det centrale fag i interkulturelle markedsstudier

Som start på uddannelsen skal den studerende enten tage fagelementet *Sproglig og kulturel diversitet* eller *Cross-Cultural Management*. *Cross-Cultural Management* skal tages af studerende, der har en BA med fransk, tysk eller spansk som centralt element (min. 95 ECTS); *Sproglig og kulturel diversitet* skal tages af alle andre.

*Stk. 2.* 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. 3.* I uddannelsens strukturerede forløb indgår et mobilitetsvindue på 30 ECTS, som den studerende ved ansøgning kan benytte til studieophold, projektorienterede forløb og lignende.

*Stk. 4.* Det strukturerede forløb for kandidatuddannelsen fremgår af nedenstående oversigt. Alternativer til det strukturerede forløb er markeret med kursiv.

Semester	Modul (uddannelsesdel)	Fagelement (fagtype)	Prøvebestemmelser
1.	1: Kulturvariation og marketingsstrategi (det centrale fag) 15 ECTS	Sproglig og kulturel diversitet – fransk (valgfag og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03011E  eller	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Sproglig og kulturel diversitet – spansk (valgfag og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03012E  eller	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Sproglig og kulturel diversitet – tysk (valgfag og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03013E  eller	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Cross-Cultural Management (valgfag og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03022E	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Marketingstrategi og -planlægning i internationalt perspektiv (obligatorisk og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03032E	Bunden hjemmeopgave Intern ved én eksaminator 7-trins-skalaen
	2: Kultur, sprog og identitet og interpersonel diskurs (det centrale fag) 15 ECTS	Kultur, sprog og identitet - fransk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03041E  eller	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Kultur, sprog og identitet - spansk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03042E  eller	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Kultur, sprog og identitet - tysk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03043E	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Interpersonel diskurs - fransk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03051E	Bunden mundtlig prøve med forberedelse Ekstern 7-trins-skalaen
		Interpersonel diskurs - spansk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03052E	Bunden mundtlig prøve med forberedelse Ekstern 7-trins-skalaen

Semester	Modul (uddannelsesdel)	Fagelement (fagtype)	Prøvebestemmelser
		Interpersonel diskurs - tysk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03053E	Bunden mundtlig prøve med forberedelse Ekstern 7-trins-skalaen
2.	3: Stakeholder Relationship Management og forbrugeradfærd (det centrale fag) 15 ECTS	Stakeholder Relationship Management (obligatorisk og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03062E	Fri mundtlig prøve med materiale Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Forbrugeradfærd (obligatorisk og konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03072E	Bunden hjemmeopgave Intern ved én eksaminator 7-trins-skalaen
	4: Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing (det centrale fag) 15 ECTS	Forbrugerkommunikation - fransk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03081E  eller	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen
		Forbrugerkommunikation - spansk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03082E  eller	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen
		Forbrugerkommunikation - tysk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03083E	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen
		Projekt i interkulturel marketing - fransk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03091E  eller	Fri hjemmeopgave med mundtlig prøve Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Projekt i interkulturel marketing - spansk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03092E  eller	Fri hjemmeopgave med mundtlig prøve Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Projekt i interkulturel marketing - tysk (konstituerende) 7,5 ECTS Aktivitetskode: HIMK03093E	Fri hjemmeopgave med mundtlig prøve Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
3.  Mobilitetsvindue	Kandidattilvalg (tilvalg) 30 ECTS  Eller	Afhænger af det valgte tilvalg	
	5: Projektorienteret forløb (tilvalg) 30 ECTS  Eller	Projektorienteret forløb - udvidet (30 ECTS) (tilvalg) 30 ECTS Aktivitetskode: HIMK03101E	Fri hjemmeopgave Intern ved én eksaminator 7-trins-skalaen

Semester	Modul (uddannelsesdel)	Fagelement (fagtype)	Prøvebestemmelser
	<i>Kandidattilvalg (tilvalg)</i> 15 ECTS  Og	<i>Afhænger af det valgte tilvalg</i>	
	5: <i>Projektorienteret forløb (tilvalg)</i> 15 ECTS	<i>Projektorienteret forløb (15 ECTS) (tilvalg)</i> 15 ECTS Aktivitetskode: HIMK03111E	<i>Fri hjemmeopgave Intern ved én eksaminator 7-trins-skalaen</i>
4.	6: Speciale (det centrale fag) 30 ECTS	Speciale – fransk (konstituerende) 30 ECTS Aktivitetskode: HIMK03121E	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen
		Speciale – spansk (konstituerende) 30 ECTS Aktivitetskode: HIMK03122E	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen
		Speciale – tysk (konstituerende) 30 ECTS Aktivitetskode: HIMK03123E	Fri hjemmeopgave Ekstern 7-trins-skalaen

## § 13. Det centrale fags moduler

### Modul 1: Kulturvariation og marketingsstrategi 15 ECTS

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende: Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturel diversitet</li> <li>• Interkulturelle relationer</li> <li>• Strategisk marketingplanlægning og implementering af strategier.</li> <li>• Sammenhængen mellem organisationens eller virksomhedens interne kompetencer og eksterne efterspørgselsforhold og deres betydning for marketingstrategier.</li> <li>• Forbrugermarketing og industriel marketing.</li> </ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysere kulturforskelle på videnskabeligt grundlag. Anvende viden om kulturel kompleksitet.</li> <li>• Fastlægge organisationens eller virksomhedens marketingvariable konsistent med organisationens/virksomhedens situation.</li> <li>• Opstille strategier for markedsføring til forbrugermarkedet og det industrielle marked.</li> </ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificere interkulturelle problemstillinger.</li> <li>• Vurdere marketingbeslutninger i lyset af organisationens eller virksomhedens eksterne og interne forhold.</li> <li>• Segmentere organisationens eller virksomhedens markeder og identificere dens positionering i forhold til konkurrenter.</li> </ul>
----------------------------------	---



## Sproglig og kulturel diversitet - fransk (valgfag og konstituerende)

*Linguistic and Cultural Diversity – French (elective and constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03011E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificere forskelle i sproglige og kulturelle normer.</li><li>• Analysere og redegøre selvstændigt for kulturelle modsætningsforhold på samfundsniveau.</li><li>• Analysere kulturforskelle på videnskabeligt grundlag.</li><li>• Forholde sig reflekteret til interkulturelle problemstillinger.</li><li>• Agere hensigtsmæssigt i interkulturelle situationer.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Holdundervisning og forelæsninger.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Fri mundtlig prøve med materiale. <b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor. <b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trinsskalaen. Den mundtlige prøve vægtes med 75 %, materialet med 25 %. <b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller fransk. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt. <b>Omfang:</b> Mundtlig prøve: 30 min. inkl. votering. Der gives ingen forberedelsestid. Materialet består af en synopsis på 3-5 normalsider. <b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle. Til den mundtlige prøve må dog kun medbringes materialet og 1 sides talepapir.

## Sproglig og kulturel diversitet - spansk (valgfag og konstituerende)

*Linguistic and Cultural Diversity – Spanish (elective and constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03012E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Sproglig og kulturel diversitet - fransk*, dog:  
**Sprog:** Dansk eller spansk.

## Sproglig og kulturel diversitet - tysk (valgfag og konstituerende)

*Linguistic and Cultural Diversity – German (elective and constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03013E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Sproglig og kulturel diversitet - fransk*, dog:  
**Sprog:** Dansk eller tysk.

## Cross-Cultural Management (valgfag og konstituerende)

Cross-Cultural Management (elective and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03022E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Integrere viden om kulturforskelle i organisationers og virksomheders marketing og ledelse.</li><li>• Håndtere kulturel kompleksitet i organisationer, virksomheder og markeder.</li><li>• Identificere kulturforskelle i organisationer, virksomheder og markeder.</li><li>• Forklare baggrunden for kulturforskelle.</li><li>• Kritisk vurdere fordele og ulemper ved organisationskulturelle teorier.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Forelæsninger og workshops (fx med landespecifikke og internationale cases).
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Fri mundtlig prøve med materiale. <b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor. <b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trinsskalaen. Den mundtlige prøve vægtes med 75 %, materialet med 25 %. <b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt. <b>Omfang:</b> Mundtlig prøve: 30 min. inkl. votering. Der gives ingen forberedelsestid. Materialet består af en synopsis på 3-5 normalsider. <b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle. Til den mundtlige prøve må dog kun medbringes materialet og 1 sides talepapir.

## Marketingstrategi og -planlægning i internationalt perspektiv (obligatorisk og konstituerende)

Marketing Strategy and Planning in an International Perspective (compulsory and constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03032E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan På baggrund af den tilegnede viden: <ul style="list-style-type: none"><li>• Fastlægge organisationens eller virksomhedens marketingvariable konsistent med organisationens/virksomhedens situation.</li><li>• Opstille strategier for markedsføring til forbrugermarkedet og det industrielle marked.</li><li>• Vurdere marketingbeslutninger i lyset af organisationens eller virksomhedens eksterne og interne forhold.</li><li>• Segmentere organisationens eller virksomhedens markeder og identificere dens positionering i forhold til konkurrenter.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Forelæsninger samt deltagelse i det strategiske marketingssimulationspil Markops.

<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Bunden hjemmeopgave.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Det anbefales at prøven aflægges som gruppeprøve (max 3 studerende) med individuel bedømmelse, men den kan også aflægges individuelt. Ved 2 studerende er omfanget 10-15 normalsider, og ved 3 studerende 15-20 normalsider. Hver enkelt deltagers bidrag skal være identificeret og kunne bedømmes for sig. Deltagernes fællesbidrag må ikke overstige 50 %.</p> <p><b>Omfang:</b> 7-10 normalsider. Der gives 48 timer til besvarelsen.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>
--------------------------	--

**Modul 2: Kultur, sprog og identitet og interpersonel diskurs**  
**15 ECTS**

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende: Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Videnskabelig metode.</li><li>• Generel kultur- og identitetsteori, herunder stereotyper og deres mekanismer.</li><li>• Sproglige normer: Genre, register, høflighed.</li><li>• Informationssøgnings- og oversættelsesstrategier.</li><li>• Magt teori i forhold til interkulturelle relationer og internationale organisationer og virksomheder.</li><li>• Sprogpolitik og corporate language.</li><li>• Interaktionsanalyse med særligt fokus på argumentation og receptive og produktive strategier på fremmedsproget.</li></ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Forstå fremmedsproget i komplekse fagsproglige kontekster i både skrift og tale.</li><li>• Identificere forskellige forståelseshorisonter såvel inden for sprogområdet som mellem forskellige sprogområder.</li><li>• Indsamle store mængder data med henblik på at dokumentere kulturelle, økonomiske eller samfundsmæssige forhold.</li><li>• kommunikere stort set flydende, spontant og præcist mundtligt i forhold til situationen på fremmedsproget.</li><li>• Formidle klart og præcist til og fra fremmedsproget under iagttagelse af kulturelle forskelle og den sociale og forretningsmæssige kontekst.</li><li>• Yde ad hoc-support om sproglige og kulturelle forhold.</li><li>• Fungere som mødeleder og forhandler på fremmedsproget.</li><li>• Navigere strategisk i forhold til interkulturelle processer og relationer.</li></ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificere og håndtere forskellige forventninger og forståelseshorisonter i intersproglige og interkulturelle situationer.</li><li>• Navigere strategisk mellem forskellige kulturer og sprog.</li><li>• Bringe sin teoretiske viden i spil i arbejdet med konkrete cases.</li><li>• Reflektere over egen og andres kommunikation på fremmedsproget.</li><li>• Analysere kulturel diversitet.</li><li>• Vurdere, begrunde og anvende relevante videnskabelige metoder til løsning af konkrete problemer.</li><li>• Arbejde systematisk, målorienteret og strategisk hensigtsmæssigt.</li><li>• Strukturere en argumentation på fremmedsproget.</li></ul>
----------------------------------	--

## Kultur, sprog og identitet - fransk (konstituerende)

*Culture, Language and Identity – French (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03041E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Forstå fremmedsproget i komplekse fagsproglige kontekster i både skrift og tale.</li><li>• Identificere forskellige forståelseshorisonter såvel inden for sprogområdet som mellem forskellige sprogområder.</li><li>• Indsamle store mængder data med henblik på at dokumentere kulturelle, økonomiske eller samfundsmæssige forhold.</li><li>• Identificere forskellige forventninger og forståelseshorisonter i intersproglige og interkulturelle situationer.</li><li>• Navigere strategisk mellem forskellige kulturer og sprog.</li><li>• Bringe sin teoretiske viden i spil i arbejdet med konkrete cases.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Holdundervisning, workshops og forelæsninger baseret på cases.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri mundtlig prøve med materiale.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trinsskalaen. Den mundtlige prøve vægtes med 75 %, materialet med 25 %.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Fransk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p><b>Omfang:</b> Mundtlig prøve: 30 min. inkl. votering. Der gives ingen forberedelsestid. Materialet består af en synopsis på 3-5 normalsider.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle. Til den mundtlige prøve må dog kun medbringes materialet og 1 sides talepapir.</p>

## Kultur, sprog og identitet - spansk (konstituerende)

*Culture, Language and Identity - Spanish (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03042E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Kultur, sprog og identitet - fransk*, dog:  
**Sprog:** Spansk.

## Kultur, sprog og identitet - tysk (konstituerende)

*Culture, Language and Identity - German (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03043E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Kultur, sprog og identitet - fransk*, dog:  
**Sprog:** Tysk.

## Interpersonel diskurs - fransk (konstituerende)

*Interpersonal Discourse - French (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03051E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Mundtligt kommunikere klart, korrekt og utvetydigt på fremmedsproget.</li><li>• Formidle korrekt til og fra fremmedsproget under iagttagelse af kulturelle forskelle og den sociale og forretningsmæssige kontekst.</li><li>• Yde ad hoc-support om sproglige og kulturelle forhold.</li><li>• Fungere som mødeleder og forhandler på fremmedsproget.</li><li>• Navigere strategisk i forhold til interkulturelle processer og relationer.</li><li>• Reflektere over egen og andres kommunikation på fremmedsproget.</li><li>• Analysere kulturel diversitet.</li><li>• Håndtere kulturelle modsætningsforhold på interpersonelt og organisatorisk niveau.</li><li>• Vurdere, begrunde og anvende relevante videnskabelige metoder til løsning af konkrete problemer.</li><li>• Arbejde systematisk, målorienteret og strategisk hensigtsmæssigt.</li><li>• Strukturere en argumentation på fremmedsproget.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Holdundervisning og workshops.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Bunden mundtlig prøve med forberedelse. <b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor. <b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen. <b>Eksaminationssprog:</b> Fransk. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt. <b>Omfang:</b> 30 min. inkl. votering. Der gives 30 min. forberedelsestid. <b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle, dog ikke internetadgang ved forberedelsen.

## Interpersonel diskurs - spansk (konstituerende)

*Interpersonal Discourse - Spanish (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03052E

<b>Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:</b> se <i>Interpersonel diskurs - fransk</i> , dog: <b>Sprog:</b> Spansk.
--

## Interpersonel diskurs - tysk (konstituerende)

*Interpersonal Discourse - German (constituent)*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03053E

<b>Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:</b> se <i>Interpersonel diskurs - fransk</i> , dog: <b>Sprog:</b> Tysk.
--

**Modul 3: Stakeholder Relationship Management og forbrugeradfærd**  
**15 ECTS**

<p><b>Kompetencemål for modulet</b></p>	<p>Modulet giver den studerende:  Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beslutningsprocesser på det industrielle marked.</li> <li>• Transaktionssalg (kortsigtet) og relationsmarkedsføring (langsigtet).</li> <li>• Kunderelationer, kundeloyalitet og betydningen af tillid og kulturforskelle.</li> <li>• Sammenhængen mellem strategi og salg.</li> <li>• Forbrugeradfærd, forbrugeradfærdsteori og analysemetoder</li> <li>• Sammenhængen mellem forbrugeradfærd og markedsføring.</li> <li>• Forbrugerkommunikation.</li> </ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulere salgsstrategier.</li> <li>• Opstille forslag til organisationsstrukturer og HR-programmer til støtte for strategisk funderede salgsaktiviteter.</li> <li>• Anvende viden om tillid og kultur til opbygning af kundeloyalitet.</li> <li>• Udforme undersøgelsesdesigns til analyse af forbrugeradfærd.</li> <li>• Benytte adækvate undersøgelsesmetoder.</li> <li>• Formulere kommunikations- og brandingstrategier på baggrund af forbrugeradfærdsanalyser.</li> </ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysere industrielle markeder og beslutningsprocesser i kundernes organisationer og virksomheder.</li> <li>• Analysere de interne forudsætninger for, at salgsmålsætning og strategi harmonerer.</li> <li>• Analysere forbrugsprocesser og forbrugerkultur.</li> <li>• Analysere sammenhængen mellem forbrugeradfærd, kommunikation og branding.</li> </ul>
---	---

**Stakeholder Relationship Management (obligatorisk og konstituerende)**

*Stakeholder Relationship Management (compulsory and constituent)*

**7,5 ECTS**

**Aktivitetskode: HIMK03062E**

<p><b>Faglige mål</b></p>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulere salgsstrategier.</li> <li>• Opstille forslag til organisationsstrukturer og HR-programmer til støtte for strategisk funderede salgsaktiviteter.</li> <li>• Anvende viden om tillid og kultur til opbygning af kundeloyalitet.</li> <li>• Analysere industrielle markeder og beslutningsprocesser i kundernes organisationer og virksomheder.</li> <li>• Analysere de interne forudsætninger for, at salgsmålsætning og strategi harmonerer.</li> </ul>
<p><b>Undervisnings- og arbejdsformer</b></p>	<p>Forelæsninger og casediskussioner.</p>

<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri mundtlig prøve med materiale.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trins-skalaen. Den mundtlige prøve vægtes med 75 %, materialet med 25 %.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p><b>Omfang:</b> Mundtlig prøve: 30 min. inkl. votering. Der gives ingen forberedelsestid. Materialet består af en synopsis på 3-5 normalsider.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle. Til den mundtlige prøve må dog kun medbringes materialet og 1 sides talepapir.</p>
--------------------------	---

### Forbrugeradfærd (obligatorisk og konstituerende)

*Consumer Behaviour (compulsory and constituent)*

**7,5 ECTS**

**Aktivitetskode: HIMK03072E**

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udforme undersøgelsesdesigns til analyse af forbrugeradfærd.</li> <li>• Benytte adækvate undersøgelsesmetoder.</li> <li>• Formulere kommunikations- og brandingstrategier på baggrund af forbrugeradfærdsanalyser.</li> <li>• Analysere forbrugsprocesser og forbrugerkultur.</li> <li>• Analysere sammenhængen mellem forbrugeradfærd, kommunikation og branding.</li> </ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Forelæsninger og holdundervisning.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Bunden hjemmeopgave.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p><b>Omfang:</b> 7-10 normalsider. Der gives 48 timer til besvarelsen.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>



## Modul 4: Forbrugerkommunikation og interkulturel marketing

15 ECTS

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kommunikationsteori.</li><li>• Markedsteori.</li><li>• Forretningsforståelse.</li><li>• Interkulturel tekstlingvistik (genrer og registre).</li><li>• Forbrugeranalyse.</li><li>• Interkulturel marketing.</li><li>• Relationen mellem genstandsfelt, problemformulering, teori, metode og empiri.</li></ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tilvejebringe store mængder information, på det pågældende sprog.</li><li>• Systematisere og kritisk vurdere indhentet information med henblik på specifikke analyseopgaver.</li><li>• Håndtere kulturelle modsætningsforhold på person- og organisationsniveau.</li><li>• Vurdere og målrettet vælge de rigtige kommunikationsstrategier og -værktøjer (sprog, genre, register) i forhold til den kulturelle kontekst.</li><li>• Formulere en rapport, der kan benyttes som grundlag for fastlæggelsen af organisationens eller virksomhedens markedsførings- og ledelsesstrategier.</li><li>• Skriftligt udtrykke sig klart, velstruktureret og overvejende korrekt på det studerede fremmedsprog.</li></ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anvende kendskabet til organisationens eller virksomhedens omverden på en måde, der er relevant for organisationers og virksomheders strategi og planlægning.</li><li>• Anvende teoretisk kulturforståelse i et handlingsorienteret perspektiv til at forudsige og skitsere forventelig forbrugeradfærd.</li><li>• Anvende fremmedsproget til hensigtsmæssig kommunikation i interkulturelle kontekster.</li><li>• Udarbejde løsninger i komplekse interkulturelle og organisatoriske situationer.</li><li>• Etablere og formidle kontakt mellem internationale aktører og organisationer/virksomheder.</li><li>• Identificere relevante udfordringer i interkulturel markedsføring.</li><li>• Udforme en velbegrunderet problemformulering, der afgrænser og giver undersøgelsen retning.</li><li>• Udarbejde et problemstyret og gruppebaseret projekt, der er empirisk funderet og belyser den identificerede udfordring.</li><li>• Anvende teori(er) og metode(r), der effektivt bidrager til besvarelse af problemstillingen.</li><li>• Kritisk analysere empiriske data fra et relevant teoretisk udgangspunkt.</li><li>• Reflektere over emner og resultater/konklusioner, der er blevet identificeret som udfordringer i interkulturel marketing.</li></ul>
----------------------------------	---

## Forbrugerkommunikation - fransk (konstituerende)

Consumer Communication – French (constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03081E

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tilvejebringe store mængder information, primært via digitale kilder på det pågældende sprog.</li><li>• Systematisere og kritisk vurdere indhentet information med henblik på specifikke analyseopgaver.</li><li>• På skrift kommunikere klart, korrekt og utvetydigt på fremmedsproget.</li><li>• Vurdere og målrettet vælge de rigtige kommunikationsstrategier og -værktøjer (sprog, genre, register) i forhold til den kulturelle kontekst.</li><li>• Anvende kendskabet til organisationens eller virksomhedens omverden på en måde, der er relevant for organisationers og virksomheders strategi og planlægning.</li><li>• Anvende teoretisk kulturforståelse i et handlingsorienteret perspektiv til at forudsige og skitsere forventelig forbrugeradfærd.</li><li>• Udarbejde løsninger i komplekse interkulturelle og organisatoriske situationer.</li><li>• Arbejde systematisk, målorienteret og strategisk hensigtsmæssigt.</li><li>• Arbejde projektorienteret og tværfagligt.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Holdundervisning.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave. <b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor. <b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen. <b>Eksaminationssprog:</b> Fransk. <b>Gruppeprøve:</b> Det anbefales, at prøven aflægges som gruppeprøve (max 3 studerende) med individuel bedømmelse, men den kan også aflægges individuelt. Ved 2 studerende er omfanget 16-22 normalsider, og ved 3 studerende 22-30 normalsider. Hver enkelt deltagers bidrag skal være identificeret og kunne bedømmes for sig. Deltagernes fællesbidrag må ikke overstige 50 %. <b>Omfang:</b> 11-15 normalsider. <b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>

## Forbrugerkommunikation - spansk (konstituerende)

Consumer Communication – Spanish (constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03082E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Forbrugerkommunikation - fransk*, dog:  
**Sprog:** Spansk.

## Forbrugerkommunikation - tysk (konstituerende)

Consumer Communication – German (constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03083E

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Forbrugerkommunikation - fransk*, dog:  
**Sprog:** Tysk.

## Projekt i interkulturel marketing - fransk (konstituerende)

Project in Intercultural Marketing – French (constituent)

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03091E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Formulere en rapport, der kan benyttes som grundlag for fastlæggelsen af organisationens eller virksomhedens markedsførings- og ledelsesstrategier.</li><li>• Skriftligt udtrykke sig klart, velstruktureret og korrekt på det studerede fremmedsprog.</li><li>• Identificere relevante udfordringer i interkulturel markedsføring.</li><li>• Udforme en velbegrundet problemformulering, der afgrænser og giver undersøgelsen retning.</li><li>• Træffe informerede metodiske og teoretiske valg samt motivere dem.</li><li>• Udarbejde et problemstyret og gruppebaseret projekt, der er empirisk funderet og belyser den identificerede udfordring.</li><li>• Anvende teori(er) og metode(r), der effektivt bidrager til besvarelse af problemstillingen.</li><li>• Kritisk analysere empiriske data fra et relevant teoretisk udgangspunkt.</li><li>• Reflektere over emner og resultater/konklusioner, der er blevet identificeret som udfordringer i interkulturel marketing.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Forelæsninger, holddiskussioner og gruppevejledning.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave med mundtlig prøve. Problemformuleringen skal godkendes af eksaminator.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trinsskalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Fransk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Det anbefales at prøven aflægges som gruppeprøve (max 3 studerende) med individuel bedømmelse, men den kan også aflægges individuelt. Hjemmeopgavens omfang er ved 2 studerende 12-15 normalsider og ved 3 studerende 16-20 normalsider. Hver enkelt studerendes bidrag skal være identificeret og kunne bedømmes for sig. De studerendes fællesbidrag må ikke overstige 50 %.</p> <p>Længden af den mundtlige prøve er ved 2 studerende 45 min. inkl. votering og ved 3 studerende 1 time inkl. votering. Der gives ingen forberedelse.</p> <p><b>Omfang:</b> Hjemmeopgave: 8-10 normalsider; Mundtlig prøve: 30 min. inkl. votering.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>

### Projekt i interkulturel marketing - spansk (konstituerende)

*Project in Intercultural Marketing – Spanish (constituent)*

**7,5 ECTS**

**Aktivetskode: HIMK03092E**

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Projekt i interkulturel marketing - fransk*, dog:  
**Sprog:** Spansk.

### Projekt i interkulturel marketing - tysk (konstituerende)

*Project in Intercultural Marketing – German (constituent)*

**7,5 ECTS**

**Aktivetskode: HIMK03093E**

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Projekt i interkulturel marketing - fransk*, dog:  
**Sprog:** Tysk.

### Modul 5: Projektorienteret forløb

**15-30 ECTS**

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konkrete markedsrelaterede, sproglige og kulturelle forhold på en arbejdsplads.</li></ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Relatere konkrete markeds- og marketingspecifikke, sproglige og kulturelle problemstillinger til det teoretiske og metodiske indhold i uddannelsen.</li><li>• Indsamle og analysere materiale, som er relevant for behandlingen af den valgte problemstilling.</li><li>• Vælge, begrunde og anvende for problemstillingen relevant teoretisk baggrundslitteratur nuanceret og præcist.</li><li>• Løse erhvervmæssige opgaver med brug af de erhvervede markedsrelaterede, sproglige og kulturelle kvalifikationer.</li><li>• Opfatte kommunikationsveje og gennemskue organisationsformer på en arbejdsplads.</li><li>• Optræde adækvat på en arbejdsplads i forhold til kolleger og overordnede.</li></ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anvende sin markedsrelaterede, sproglige og kulturelle viden praktisk på en arbejdsplads.</li><li>• Udføre konkrete arbejdsopgaver på en given arbejdsplads.</li><li>• Løse markedsrelaterede, strukturelle og kommunikationsmæssige opgaver på en given virksomhed under supervision.</li></ul>
----------------------------------	--

## Projektorienteret forløb - udvidet (30 ECTS) (tilvalg)

Academic Internship - extended (30 ECTS credits) (elective)

30 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03101E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Redegøre for konkrete markedsrelaterede, sproglige og kulturelle problemstillinger i en virksomhed/organisation.</li><li>• Gennemskue kommunikationsveje og organisationsformer på en arbejdsplads.</li><li>• Analysere forhold på en arbejdsplads ud fra en organisationsteoretisk synsvinkel.</li><li>• Reflektere kritisk og selvstændigt over udnyttelsen af den markedsrelaterede, sproglig-kulturelle uddannelse i en konkret erhvervmæssig sammenhæng.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Gennemførelse af et projektorienteret forløb af mindst 4 måneders varighed.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p><b>Omfang:</b> Hjemmeopgaven består af en rapport på 20-25 normalsider samt et produkt med et omfang tilsvarende mindst 5 normalsider. Det projektorienterede forløb skal være af en varighed på mindst 4 måneder.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>

<b>Særlige bestemmelser</b>	<p>Studienævnet skal godkende kontrakt og arbejdsbeskrivelse, inden det projektorienterede forløb påbegyndes.</p> <p>Hjemmeopgaven består af to dele, en rapport og et produkt.</p> <p><i>Rapporten</i> skal indeholde en redegørelse for hovedfaser i det projektorienterede forløb, herunder de arbejdsfunktioner, eksaminanden har udført.</p> <p>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 kvalifikationer som personlige kompetencer og humanistiske generalistkvalifikationer. Den anvendte litteratur kan omfatte enten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organisations- og kommunikationsteoretiske elementer, der tillader en diskussion af arbejdspladsen med hensyn til dens kommunikationsmønstre, virksomhedskultur og interne kommunikation med særligt henblik på de krav, der stilles til de arbejdsfunktioner, som eksaminanden har stiftet bekendtskab med.</li> <li>2. Elementer, der perspektiverer specifikke faglige områder eller arbejdsprocesser, der måtte spille en rolle for den studerendes og arbejdspladsens arbejdsområde. Dette kan f.eks. være litteratur om marketing, formidling, interkulturel kommunikation, udvikling eller bistand m.v.</li> </ol> <p>Valget mellem disse fagområder afhænger af karakteren af eksaminandens arbejdsfunktioner, således at eksaminander, hvis arbejde ligger i direkte forlængelse af specifikke faglige kvalifikationer, kan lægge hovedvægten på forholdet mellem disse kvalifikationer og erfaringerne med at bruge dem i praksis. Der skal desuden indgå en redegørelse for beslutningsprocesser i forbindelse med de ressourcer, eksaminanden har kendskab til.</p> <p>Afsluttende skal der indgå en generel refleksion over det projektorienterede forløb med udgangspunkt i de krav, det har stillet, og eksaminandens forudsætninger for at løse dem.</p> <p><i>Produktet</i> kan blandt andet være:</p> <p>Logbog, debatindlæg, kronik, oversættelsesopgave, undervisningsmateriale, udstilling, hjemmesider, pjecer, rapport med mere.</p>
-----------------------------	--

### **Projektorienteret forløb (15 ECTS) (tilvalg)**

*Academic Internship (15 ECTS credits) (elective)*

**15 ECTS**

**Aktivitetskode: HIMK03111E**

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redegøre for konkrete markedsrelaterede, sproglige og kulturelle problemstillinger i en virksomhed/organisation.</li> <li>• Gennemskue kommunikationsveje og organisationsformer på en arbejdsplads.</li> <li>• Analysere forhold på en arbejdsplads ud fra en organisationsteoretisk synsvinkel.</li> <li>• Reflektere kritisk og selvstændigt over udnyttelsen af den markeds- og marketingspecifikke, sproglig-kulturelle uddannelse i en konkret erhvervs-mæssig sammenhæng.</li> </ul>
--------------------	--

<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Gennemførelse af et projektorienteret forløb af mindst 3 måneders varighed.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave.</p> <p><b>Syge-/omprøve:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk eller engelsk.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.</p> <p><b>Omfang:</b> 15-20 normalsider. Det projektorienterede forløb skal være af en varighed på mindst 3 måneder.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>
<b>Særlige bestemmelser</b>	<p>Studienævnet skal godkende kontrakt og arbejdsbeskrivelse, inden det projektorienterede forløb påbegyndes.</p> <p>Hjemmeopgaven har form af en rapport, der skal indeholde en redegørelse for hovedfaser i det projektorienterede forløb, herunder de arbejdsfunktioner, eksaminanden har udført.</p> <p>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 kvalifikationer som personlige kompetencer og humanistiske generalistkvalifikationer. Den anvendte litteratur kan omfatte enten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organisations- og kommunikationsteoretiske elementer, der tillader en diskussion af arbejdspladsen med hensyn til dens kommunikationsmønstre, virksomhedskultur og interne kommunikation med særligt henblik på de krav, der stilles til de arbejdsfunktioner, som eksaminanden har stiftet bekendtskab med.</li> <li>2. Elementer, der perspektiverer specifikke faglige områder eller arbejdsprocesser, der måtte spille en rolle for den studerendes og arbejdspladsens arbejdsområde. Dette kan f.eks. være litteratur om marketing, formidling, interkulturel kommunikation, udvikling eller bistand m.v.</li> </ol> <p>Valget mellem disse fagområder afhænger af karakteren af eksaminandens arbejdsfunktioner, således at eksaminander, hvis arbejde ligger i direkte forlængelse af specifikke faglige kvalifikationer, kan lægge hovedvægten på forholdet mellem disse kvalifikationer og erfaringerne med at bruge dem i praksis. Der skal desuden indgå en redegørelse for beslutningsprocesser i forbindelse med de ressourcer, eksaminanden har kendskab til.</p> <p>Afsluttende skal der indgå en generel refleksion over det projektorienterede forløb med udgangspunkt i de krav, det har stillet, og eksaminandens forudsætninger for at løse dem.</p>

## Modul 6: Speciale 30 ECTS

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Specialet skal akkumulere og skabe en syntese af de forskellige kompetencer i uddannelsen. Det vil dels lære den studerende at bringe sin teoretiske viden i spil og dels demonstrere over for aftagere, at den studerende evner at styre et projekt, hvor man inddrager teoretisk viden i det omfang, det er nødvendigt for at løse en problemstilling, og kan formidle den klart.</p> <p>Modulet giver den studerende: Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fagets metoder og teorier i forbindelse med en selvstændig analyse af en problemstilling inden for det centrale fags fagområde eller en problemstilling med tværfaglig relevans.</li></ul> <p>Færdigheder i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Formulere, afgrænse og operationalisere specialets problemstilling.</li><li>• Udvælge, diskutere og anvende relevante metodiske tilgange til analysen.</li><li>• Udvælge, afgrænse, indsamle og bearbejde primært eller sekundært materiale af relevans for analysen.</li><li>• Analysere materialet med henblik på besvarelse af problemstillingen.</li><li>• Følge fagets standarder for formalia (citatspraksis, litteraturangivelser, indholdsfortegnelse, tegnsætning mv.).</li><li>• Præsentere specialet som velstruktureret tekst, der overholder konventionerne for et grammatisk, ortografisk, semantisk, idiomatisk og stilistisk korrekt sprog.</li><li>• Fremstille resultaterne af en analyse med logisk struktur og sproglig klarhed inden for en given ramme, både tidsmæssigt og formmæssigt.</li><li>• Sammenfatte specialets indhold og resultater i et dækkende og præcist resumé.</li></ul> <p>Kompetencer i at</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Udvælge, diskutere og anvende relevante teoretiske begreber i forbindelse med analysen og at koble eventuel empirisk analyse med teoretisk og videnskabsteoretisk indsigt og perspektiv.</li><li>• Forklare og evaluere den overordnede sammenhæng mellem formulering af problem, valg og brug af teori, empiriindsamling, empiribearbejdning og konklusion.</li><li>• Identificere behov for supplerende data, teori og metoder samt indarbejde imødekommenheden af sådanne behov i projektet.</li><li>• definere og iværksætte et større akademisk projekt selvstændigt og tage ansvar for dets gennemførelse med inddragelse af de nødvendige ressourcer og samarbejdsrelationer.</li></ul>
----------------------------------	--



## Speciale – fransk (konstituerende)

Master's Thesis – French (constituent)

30 ECTS

Aktivitetskode: HIMK03121E

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• Formulere, afgrænse og operationalisere specialets problemstilling.</li><li>• Udvælge, diskutere og anvende relevante metodiske tilgange til analysen.</li><li>• Udvælge, afgrænse, indsamle og bearbejde primært eller sekundært materiale af relevans for analysen.</li><li>• Analysere materialet med henblik på besvarelse af problemstillingen.</li><li>• Følge fagets standarder for formalia (citatpraksis, litteraturangivelser, indholdsfortegnelse, tegnsætning mv.).</li><li>• Udvælge, diskutere og anvende relevante teoretiske begreber i forbindelse med analysen og at koble eventuel empirisk analyse med teoretisk og videnskabsteoretisk indsigt og perspektiv.</li><li>• Forklare og evaluere den overordnede sammenhæng mellem formulering af problem, valg og brug af teori, empiriindsamling, empiribearbejdning og konklusion.</li><li>• Fremstille resultaterne af analysen med logisk struktur og sproglig klarhed således, at det formulerede problem besvares inden for den ramme, som et 30 ECTS speciale giver.</li><li>• Sammenfatte specialets indhold og resultater i et dækkende og præcist resumé.</li><li>• Præsentere specialet som velstruktureret tekst, der overholder konventionerne for et grammatisk, ortografisk, semantisk, idiomatisk og stilistisk korrekt sprog.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Vejledning.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen. Resuméet indgår i bedømmelsen med 5 %. Den studerendes stave- og formuleringsevne indgår i den samlede bedømmelse med 10 %.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Hjemmeopgave: Dansk eller fransk. Resumé: Fransk eller dansk (det modsatte af hjemmeopgaven).</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan aflægges som individuel prøve eller som gruppeprøve med individuel bedømmelse. Omfang ved gruppeprøve: 75-90 normalsider (2 deltagere) eller 100-120 normalsider (3 deltagere).</p> <p>Har du indgået 1. specialekontrakt 31. oktober 2019 eller tidligere gælder følgende omfangskrav: Specialets omfang er ved 2 studerende 75-120 normalsider og ved 3 studerende 100-160 normalsider. 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 % af den samlede opgavelængde.</p> <p><b>Omfang:</b> 50-60 normalsider, heraf resumé 0,5 til 1 normalside.</p> <p>Har du indgået 1. specialekontrakt 31. oktober 2019 eller tidligere gælder følgende omfangskrav: 50-80 normalsider. Resumé: ½-1 normalside.</p> <p><b>Tilladte hjælpemidler:</b> Alle.</p>

## **Speciale – spansk (konstituerende)**

*Master's Thesis – Spanish (constituent)*

**30 ECTS**

**Aktivetskode: HIMK03122E**

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Speciale - fransk*, dog:  
**Sprog:** Spansk.

## **Speciale – tysk (konstituerende)**

*Master's Thesis – German (constituent)*

**30 ECTS**

**Aktivetskode: HIMK03123E**

**Faglige mål, undervisnings- og arbejdsformer samt prøvebestemmelser:** se *Speciale - fransk*, dog:  
**Sprog:** Tysk.

## **Kapitel 6. Generelle prøveregler og bedømmelseskriterier**

### **§ 14. Generelle prøveregler**

Reglerne i bekendtgørelse om eksamen og censur ved universitetsuddannelser finder anvendelse ved prøverne på det centrale fag på kandidatniveau.

*Stk. 2.* Regler om prøver, herunder om tilmelding og afmelding, fremgår af Studieinformation på KUnet.

*Stk. 3.* Eksaminationssproget følger som hovedregel det sprog, der er blevet undervist på. Eksaminationssprog for studieordningens enkelte fagelementer fremgår af kursusbeskrivelsen i [www.kurser.ku.dk](http://www.kurser.ku.dk).

*Stk. 4.* Der afholdes syge- og omprøve i overensstemmelse med eksamensbekendtgørelsens regler.

*Stk. 5.* Studienævnet kan fastsætte nærmere regler om særlige prøvevilkår til studerende, der kan dokumentere behov herfor, fx på grund af fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse.

### **§ 15. Bedømmelseskriterier**

Ved bedømmelsen gives karakterer efter 7-trins-skalaen eller Bestået/Ikke bestået. De faglige mål for de enkelte fagelementer beskriver karakteren 12 (tolv).

*Stk. 2.* En prøve er bestået, når karakteren 02 (to) eller bedømmelsen "Bestået" er opnået.

*Stk. 3.* Alle prøver inden for den samlede kandidatuddannelses ramme af 120 ECTS skal bestås, for at kandidatgraden opnås.

## **Kapitel 7. Studieaktivitet og afslutning af uddannelsen**

### **§ 16. Studieaktivitet**

Studerende, som er mere end 30 ECTS forsinkede i uddannelsen, tilbydes vejledning.

*Stk. 2.* Indskrivningen kan bringes til ophør for studerende, der ikke opfylder fakultetets studieaktivitetskrav. Gældende studieaktivitetskrav er at finde på Studieinformation på KUNet.

## **§ 17. Afslutning af uddannelsen**

Ved studiestart pr. 1. september skal den studerende have afsluttet sin uddannelse senest efter 3 år (34 måneder), og ved studiestart pr. 1. februar efter 3 år (36 måneder), jf. dog stk. 3.

*Stk. 2.* Hvis uddannelsen er forlænget med sidefag uden for det humanistiske fagområde, forlænges den maksimale studietid for den studerende med et semester.

*Stk. 3.* Hvis den studerende er indskrevet i perioden mellem den 1. september 2013 og den 31. august 2016 skal uddannelsen være afsluttet senest efter 2,5 år.

*Stk. 4.* Hvis den studerende ikke færdiggør sin uddannelse inden for den maksimale studietid, skal indskrivningen bringes til ophør, jf. kandidatadgangsbekendtgørelsen.

## **Kapitel 8. Merit**

### **§ 18. Merit**

Studienævnet kan efter ansøgning godkende, at beståede fagelementer fra en anden uddannelse på samme niveau træder i stedet for fagelementer i det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier.

*Stk. 2.* Fagelementer, der ønskes aflagt ved andre uddannelser på samme niveau, skal forhåndsgodkendes af studienævnet.

*Stk. 3.* Et kandidatspeciale, der danner grundlag for en betegnelse i en kandidatuddannelse, kan ikke meritoverføres til en ny betegnelse i en anden kandidatuddannelse.

*Stk. 4.* Den studerende har pligt til at oplyse om og søge om merit for tidligere beståede uddannelseselementer fra uafsluttede uddannelser på samme niveau.

*Stk. 5.* Ved forhåndsmérit til fag ved andre uddannelsesinstitutioner forpligter den studerende sig til at søge merit for de pågældende fag samt sende dokumentation, når fagene er bestået. Den studerende forpligter sig desuden til at oplyse om ændringer i forhåndsméritten.

## **Kapitel 9. Tilmelding til fag og prøver**

### **§ 19. Tilmelding til fag og prøver**

Fakultetet sikrer, at den studerende er tilmeldt fag og prøver svarende til 30/60 ECTS henholdsvis hvert halve/hele studieår på det relevante studietrin, uanset om den studerende mangler at bestå prøver fra tidligere studieår. Tilmelding til fag og prøver sker på baggrund af uddannelsens strukturerede forløb, jf. § 12, stk. 3. Fakultetet sikrer desuden tilmelding til omprøve i samme eksamenstermin eller i umiddelbar forlængelse heraf, hvis den studerende ikke består den ordinære prøve.

*Stk. 2.* Såfremt der er flere ansøgere end ledige pladser til et fagelement, anvender fakultetet lodtrækning. Fakultetet har ansvar for at sikre, at ingen studerende bliver studietidsforlænget på grund af en afvist tilmelding.

*Stk. 3.* Fakultetet kan dispensere fra stk. 1, såfremt der foreligger usædvanlige omstændigheder.

*Stk. 4.* Tilmelding til valgfag og tilvalg er bindende.

*Stk. 5.* Den studerende tilmelder sig selv til 3. prøvforsøg, med mindre fagelementet er en forudsætning for et efterfølgende fagelement. I dette tilfælde tilmelder fakultetet til 3. prøvforsøg.

## **Kapitel 10. Ikrafttræden, dispensation og godkendelse**

### **§ 20. Ikrafttræden**

2016-studieordningen for det centrale fag på kandidatniveau i interkulturelle markedsstudier træder i kraft den 1. september 2016 og gælder for studerende, der er optaget på dette fag den 1. september 2016 eller senere.

### **§ 21. Dispensation**

Studienævnet kan dispensere fra de regler i studieordningen, som er fastsat af studienævnet, når der foreligger usædvanlige forhold.

### **§ 22. Godkendelse**

Studieordningen er godkendt af studienævnet for Institut for Engelsk, Germansk og Romansk den 16. december 2015.

Studieordningen er godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 26. august 2016.

Studieordningen er justeret af Det Humanistiske Fakultet den 19. december 2017.

Studieordningen er justeret af Det Humanistiske Fakultet den 11. januar og 6. juli 2018.

Studieordningen er justeret af Det Humanistiske Fakultet den 21. oktober 2019.