

Udskriftsdato: 13. december 2025

BEK nr 829 af 04/07/2015 (Historisk)

Bekendtgørelse om erhvervsøkonomuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Ministerium: Uddannelses- og Forskningsministeriet

Journalnummer: Uddannelses- og Forskningsmin.,
Styrelsen for Videregående Uddannelser, j.nr. 15/010661

Senere ændringer til forskriften

BEK nr 1009 af 28/08/2017

Bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

I medfør af § 22 og § 30 i lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, jf. lovbekendtgørelse nr. 1147 af 23. oktober 2014, som ændret ved lov nr. 633 af 12. maj 2015, fastsættes efter bemyndigelse:

§ 1. Formålet med erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring er at kvalificere den uddannede til selvstændigt at kunne varetage arbejde med at analysere, planlægge og gennemføre løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Stk. 2. Den uddannede skal have viden, færdigheder og kompetencer som angivet i bilag 1.

§ 2. Uddannelsen, der er en fuldtidsuddannelse, er normeret til 120 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til en fuldtidsstuderendes arbejde i 1 år.

Stk. 2. Erhvervsakademiuddannelsen inden for international handel og markedsføring giver ret til at anvende betegnelsen markedsføringsøkonom AK. Den engelske titel er AP Graduate in Marketing Management.

Stk. 3. Uddannelsens engelske betegnelse er Academy Profession Degree Programme in Marketing Management.

§ 3. Uddannelsen består af følgende:

- 1) Obligatoriske uddannelseselementer med et samlet omfang på 70 ECTS-point.
- 2) Praktik med et samlet omfang på 15 ECTS-point.
- 3) Valgfri uddannelseselementer, der for den enkelte studerende har et samlet omfang på 20 ECTS-point.
- 4) Afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS-point.

Stk. 2. Uddannelsens obligatoriske elementer tilrettelægges inden for følgende kerneområder:

- 1) International markedsføring, 25 ECTS-point.
- 2) Økonomi, 20 ECTS-point.
- 3) Salg og markedskommunikation, 10 ECTS-point.
- 4) Organisation og supply chain management, 10 ECTS-point.
- 5) Erhvervsret, 5 ECTS-point.

Stk. 3. Institutionen vejleder den studerende om betydningen af valg af valgfri uddannelseselementer med henblik på videre uddannelse.

§ 4. Afsluttende praktik på 4. semester bedømmes ved en prøve med bestået/ikke bestået.

§ 5. I øvrigt gælder de regler om erhvervsakademiuddannelser, der er fastsat i bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

§ 6. Styrelsen for Videregående Uddannelser kan tillade fravigelse af bekendtgørelsen som led i forsøg. Ved forsøg fastsættes samtidig forsøgets varighed og rapporteringsform.

Stk. 2. Styrelsen kan dispensere fra bekendtgørelsen, når det findes begrundet i usædvanlige forhold.

§ 7. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. august 2015 og finder anvendelse for studerende, der påbegynder uddannelsen den 1. august 2015 eller senere.

Stk. 2. Bekendtgørelse nr. 713 af 27. maj 2015 om erhvervsakademiuddannelse (AK) inden for international handel og markedsføring (markedsøkonom AK) ophæves.

Stk. 3. Uddannelsesinstitutionen kan tilrettelægge overgangsordninger således, at studerende, der følger uddannelsen efter de tidligere regler, jf. stk. 2, kan fuldføre uddannelsen efter reglerne i denne bekendtgørelse

Styrelsen for Videregående Uddannelser, den 4. juli 2015

NILS AGERHUS

/ Kirsten Lippert

Mål for læringsudbytte for erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå i uddannelsen.

Viden

Den uddannede har viden om

- 1) virksomhedens strategiske og økonomiske grundlag,
- 2) grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) salgets gennemførelse,
- 4) erhvervsjuridiske forhold, herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold og
- 5) metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) foretage en international markedsvurdering,
- 2) vurdere problemstillinger og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsførmæssige emner,
- 3) formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på engelsk,
- 4) på et analytisk grundlag opstille relevante løsningsforslag inden for markedsførmæssige problemstillinger,
- 5) vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel og
- 7) vurdere organisatoriske og supply chain managementmæssige problemstillinger samt anvende projekt- og innovationsværktøjer.

Kompetencer

Den uddannede kan

- 1) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering,
- 2) håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring,
- 3) håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf,
- 4) tilegne sig nye færdigheder og ny viden inden for erhvervet,

- 5) analysere en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår med henblik på handlemuligheder og
- 6) deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på engelsk skriftligt og mundtligt.