



Lovtidende A

2019

Udgivet den 5. juli 2019

27. juni 2019.

Nr. 684.

Bekendtgørelse om uddannelsen til professionsbachelor i fremmedsprog og digital markedskommunikation

I medfør af § 22, stk. 1 og 4, og § 30 i lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, jf. lovbekendtgørelse nr. 986 af 18. august 2017, fastsættes efter bemyndigelse i henhold til § 3, nr. 2, 4 og 10, i bekendtgørelse nr. 1641 af 16. december 2018 om delegation af uddannelses- og forskningsministerens beføjelser til Styrelsen for Forskning og Uddannelse:

Kapitel 1

Uddannelsens formål

§ 1. Formålet med uddannelsen til professionsbachelor i fremmedsprog og digital markedskommunikation er at kvalificere den uddannede til at varetage fremmedsproglige kommunikationsopgaver og markedsføringsopgaver i internationalt orienterede private og offentlige virksomheder og organisationer med speciel vægt på anvendelsen af IT som kommunikations- og markedsføringsmiddel, samt give den uddannede forudsætninger til at kunne fortsætte i kompetencegivende videreuddannelse.

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

Kapitel 2

Uddannelsens normering og titel

§ 2. Uddannelsen, der er en fuldtidsuddannelse, er normeret til 210 ECTS-point. 60 ECTS-point svarer til en fuldtidsstuderendes arbejde i 1 år.

Stk. 2. Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende titlen professionsbachelor i ét fremmedsprog og digital markedskommunikation, jf. stk. 4. Den engelske titel er Bachelor of one Foreign Language and Digital Marketing Communication, jf. stk. 4.

Stk. 3. Uddannelsens engelske betegnelse er Bachelor's Degree Programme in one Foreign Language and Digital Marketing Communication.

Stk. 4. Studieretningen tilføjes i parentes efter uddannelsens titel.

Kapitel 3

Uddannelsens struktur

§ 3. Uddannelsen består af:

- 1) To bundne studieretninger, der hver for sig har et omfang på 60 ECTS-point, og hvoraf den studerende vælger én:
 - a) Engelsk.
 - b) Tysk.
- 2) Obligatoriske uddannelseselementer med et samlet omfang på 80 ECTS-point, der er fælles for de studerende.
- 3) Praktik med et samlet omfang på 30 ECTS-point.
- 4) Valgfri uddannelseselementer, der for den enkelte studerende har et samlet omfang på 30 ECTS-point.
- 5) Bachelorprojekt på 10 ECTS-point.

Stk. 2. De obligatoriske uddannelseselementer, jf. stk. 1, nr. 2, tilrettelægges inden for følgende kerneområder:

- 1) Digital markedskommunikation og markedsføring.
- 2) Tværfaglige fag inden for sprog, kommunikation og kultur.

Stk. 3. Studieretningen inden for engelsk, jf. stk. 1, nr. 1, litra a, tilrettelægges inden for følgende kerneområder:

- 1) Sprog og kommunikation på tværs af sprog- og kulturgrænser.
- 2) Mundtlig sprogfærdighed i engelsk på et højt niveau.
- 3) Skriftlig sprogfærdighed i engelsk på et højt niveau.

Stk. 4. Studieretningen inden for tysk, jf. stk. 1, nr. 1, litra b, tilrettelægges inden for følgende kerneområder:

- 1) Sprog og kommunikation på tværs af sprog- og kulturgrænser.
- 2) Mundtlig sprogfærdighed i tysk på et højt niveau.
- 3) Skriftlig sprogfærdighed i tysk på et højt niveau.

Kapitel 4

Andre regler

§ 4. For uddannelsen gælder de regler om professionsbacheloruddannelser, der er fastsat i bekendtgørelse om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, herunder regler om formål, niveau, videngrundlag, praktik, indhold og tilrettelæggelse, varighed og struktur, adgang, lærerkvalifikationer, prøver og eksamen, studieordning og merit.

Kapitel 5

Fravigelse og dispensation

§ 5. Styrelsen for Forskning og Uddannelse 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.

Kapitel 6

Ikrafttrædelse

§ 6. Bekendtgørelsen træder i kraft den 15. juli 2019.

Stk. 2. Bekendtgørelse nr. 902 af 4. november 2002 om professionsbacheloruddannelsen i erhvervssprog og IT-baseret markedskommunikation ophæves, jf. dog stk. 3.

Stk. 3. Studerende, der er begyndt på uddannelsen til professionsbachelor i fremmedsprog og digital markedskommunikation før den 15. juli 2019, kan, såfremt den enkelte institutions forhold tillader det, afslutte uddannelsen efter de tidligere gældende regler.

Styrelsen for Forskning og Uddannelse, den 27. juni 2019

NIELS CHRISTIAN BEIER

/ Anders Bau Truelsen

Bilag 1

Mål for læringsudbytte for uddannelsen til professionsbachelor i fremmedsprog og digital markeds kommunikation

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en professionsbachelor i engelsk og digital markeds kommunikation skal opnå i uddannelsen.

Viden

Den uddannede professionsbachelor i engelsk og digital markeds kommunikation skal have viden om:

- 1) engelsk som fremmedsprog samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsforhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold,
- 2) organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i sprogområdet samt i Danmark,
- 3) forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation samt teorier og metoder til at analysere forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver,
- 4) webteknologier ud fra en kommunikationsfaglig vinkel,
- 5) videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og engelsk.

Færdigheder

Den uddannede professionsbachelor i engelsk og digital markeds kommunikation kan:

- 1) udtrykke sig korrekt på dansk og engelsk om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt,
- 2) oversætte tekster fra dansk til engelsk og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og engelsk,
- 3) tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og engelsk,
- 4) formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt,
- 5) formulere og afgrænse en forretnings – eller projektidé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen,
- 6) indgå i innovations- og læreprocesser i organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og videnssamfund.

Kompetencer

Den uddannede professionsbachelor i engelsk og digital markeds kommunikation kan:

- 1) håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studiesammenhænge, herunder
 - bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og engelsk i alle typer af virksomheder,
 - beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder,
 - vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel opgave,
- 2) selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder selvstændigt at kunne tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt,
- 3) selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen, herunder på grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet.

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en professionsbachelor i tysk og digital markedskommunikation skal opnå i uddannelsen.

Viden

Den uddannede professionsbachelor i tysk og digital markedskommunikation skal have viden om:

- 1) tysk som fremmedsprog samt sprogområdets kultur, nyere historie, samfundsforhold, økonomi samt erhvervs- og markedsforhold,
- 2) organisationers kommunikation, markedsføring og mediebrug i sprogområdet samt i Danmark,
- 3) forskellige former for skriftlig, mundtlig og visuel kommunikation samt teorier og metoder til at analysere forskellige former for kommunikation ud fra relevante sproglige, kommunikative og kulturelle perspektiver,
- 4) webteknologier ud fra en kommunikationsfaglig vinkel,
- 5) videnskabelige teorier og metoder til at analysere, tilrettelægge og løse kommunikationsopgaver på dansk og tysk.

Færdigheder

Den uddannede professionsbachelor i tysk og digital markedskommunikation kan:

- 1) udtrykke sig korrekt på dansk og tysk om både almene og faglige emner både skriftligt og mundtligt,
- 2) oversætte tekster fra dansk til tysk og omvendt samt på anden måde kunne formidle faglige emner skriftligt og/eller mundtligt på dansk og tysk,
- 3) tilrettelægge og løse kommunikative opgaver i alle typer af organisationer og virksomheder på dansk og tysk,
- 4) formidle et budskab nuanceret og formålsbestemt både skriftligt og mundtligt,

- 5) formulere og afgrænse en forretnings – eller projektidé, analysere behovet og interessen for denne idé samt udforme og fremlægge en plan for realiseringen af ideen,
- 6) indgå i innovations- og læreprocesser i organisationer inden for rammerne af det digitale kompetence- og videnssamfund.

Kompetencer

Den uddannede professionsbachelor i tysk og digital markedskommunikation kan:

- 1) håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejds- eller studiesammenhænge, herunder
 - bruge uddannelsens teorier og metoder på at løse arbejdsopgaver inden for organisation, markedsføring, kommunikation og medier på dansk og tysk i alle typer af virksomheder,
 - beherske en generel forretningsforståelse, herunder om de økonomiske og organisatoriske rammer, som gælder for forskellige typer af virksomheder,
 - vurdere og prioritere relevant teoretisk og empirisk viden i forhold til en aktuel opgave,
- 2) selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik, herunder selvstændigt at kunne tilrettelægge sin arbejdstid, prioritere arbejdsopgaver og bidrage til at få et samarbejde til at fungere godt,
- 3) selvstændigt identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til professionen, herunder på grundlag af uddannelsens teoretiske og metodiske fundament have afsæt for selvstændigt at holde sig ajour med udviklingen inden for fagfeltet.