



ACE Denmark

Akkrediteringsinstitutionen

Syddansk Universitet
Rektor Jens Oddershede
Morten Vestergaard Lund

Sendt pr. e-mail:
sdu@sdu.dk, jod@sdu.dk, movl@sdu.dk

Akkreditering og godkendelse af ny bacheloruddannelse i markeds- og ledelsesantropologi.

Bacheloruddannelsen i markeds- og ledelsesantropologi (herefter uddannelsen) godkendes hermed i henhold til uddannelsesbekendtgørelsen¹, herunder § 12, stk. 4.

Akkrediteringsrådet har på rådsmøde den 18. november behandlet Syddansk Universitets (herefter universitetet) anmodning om akkreditering og godkendelse af uddannelsen.

Formålet med uddannelsen er at bibringe de studerende viden, metodisk kompetence samt analytiske og kritiske refleksions-færdigheder omkring markedet som genstandsfelt: Hvordan markeder opstår og udvikler sig i et samspil mellem globalisering og lokale kulturer og samfundsforhold, og hvordan markedet som institution spiller sammen med menneskers sociale liv, holdninger og behov. Samt hvilke udfordringer der møder ledelsen af firmaer og offentlige organisationer, når de agerer på markedsvilkår, og udvikler ydelser og kommunikation, der henvender sig til deres målgrupper.

Akkrediteringsrådet har akkrediteret uddannelsen **positivt**, jf. akkrediteringslovens² § 9. Det er Akkrediteringsrådets samlede faglige helhedsvurdering, at kriterierne for uddannelsens relevans og kvalitet er opfyldt på tilfredsstillende vis. Afgørelsen er truffet på baggrund af vedlagte akkrediteringsrapport. Akkrediteringsrapporten er udarbejdet af ACE Denmark ved Det Faglige Sekretariat på baggrund af vurderinger foretaget af et fagligt akkrediteringspanel.

Vurderingen af uddannelsen er foretaget i overensstemmelse med fastsatte kriterier for kvalitet og relevans, jf. akkrediteringsbekendtgørelsen³ samt "Vejledning til ansøgning om akkreditering og godkendelse af nye universitetsuddannelser", 2. udgave, 1. marts 2011.

Akkrediteringsrådet

2. december 2011

ACE Denmark - Akkrediteringsinstitutionen

Studiestræde 5

1455 København K

Telefon 3392 6900

Telefax 3392 6901

E-post

Netsted www.acedenmark.dk

CVR-nr. 30603907

Sagsbehandler

Malene Hyldekrog

Telefon 7231 8808

Telefax 3395 1300

E-post mahy@acedenmark.dk

Sagsnr. 11-111887

Dok nr. 2139030

Side 1/4

¹ Bekendtgørelse nr. 814 af 29. juni 2010 (uddannelsesbekendtgørelsen).

² Lov nr. 294 af 27. marts 2007 om Akkrediteringsinstitutionen for videregående uddannelser (akkrediteringsloven).

³ Bekendtgørelse nr. 1402 af 14. december 2009 om kriterier for universitetsuddannelsers relevans og kvalitet og om sagsgangen ved godkendelse af universitetsuddannelser (akkrediteringsbekendtgørelsen).

Afgørelse fra Styrelsen for Universiteter og Internationalisering

Akkrediteringsrådet har den 21. november 2011 indsendt indstilling til Styrelsen for Universiteter og Internationalisering om nedenstående forhold.

Styrelsen for Universiteter og Internationalisering har truffet afgørelse om

1. uddannelsens titel/betegnelse,
2. specifikke adgangskrav,
3. uddannelsens normerede studietid,
4. uddannelsens tilskudsmæssige indplacering samt
5. en eventuel fastsættelse af maksimumrammer for tilgangen til uddannelsen, jf. brev af 2. december fra Styrelsen for Universiteter og Internationalisering til ACE Denmark – med kopi til universitetet.

Styrelsen for Universiteter og Internationalisering har truffet følgende afgørelser, jf. ovennævnte brev:

Titel

Dansk: Bachelor (BSc) i markeds- og ledelsesantropologi
Engelsk: Bachelor of Science (BSc) in Market and Management Anthropology

ACE Denmark -
Akkrediteringsinstitutionen

Side 2/4

Adgangskrav

Uddannelsens hovedvægt ligger på det samfundsvidenskabelige hovedområde, og dermed vil uddannelsen blive kategoriseret som en samfundsvidenskabelig bacheloruddannelse i adgangsbekendtgørelsens bilag 1⁴.

Områdespecifikke adgangskrav: Gymnasial uddannelse med fagene

- Engelsk B
- Historie B eller Idehistorie B eller Samfundsfag B eller Samtidshistorie B

Uddannelsesspecifikke adgangskrav:

- Matematik B

Den studerende skal dokumentere kundskaber i engelsk svarende til mindst engelsk B-niveau, jf. § 11 i adgangsbekendtgørelsen. Da uddannelsen udbydes på engelsk, er der ikke krav om Dansk A. Der er tale om en international uddannelse.

Uddannelsens normerede studietid

Uddannelsens normerede studietid er 180 ECTS.

Uddannelsens tilskudsmæssige indplacering

Bacheloruddannelsen indplaceres på heltidstakst 1. Aktivitetsgruppekode er 6306.

Til brug for indberetning til Danmarks Statistik og den Koordinerede Tilmelding (KOT) er der fastsat følgende koder:

⁴ Bekendtgørelse nr. 233 af 24. marts 2011 om adgang m.v. ved bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (adgangsbekendtgørelsen).

Danmarks Statistik: UDD 7322 AUDD 7322
KOT: 17430

Evt. fastsættelse af maksimumrammer

Der er hverken en ministerielt fastsat maksimumramme for tilgangen til uddannelsen eller en adgangsbegrænsning, fastsat af universitetet.

Tilknytning til censorkorps

Uddannelsen tilknyttes censorkorpset for antropologi.

Akkrediteringsrådets godkendelse

På baggrund af Akkrediteringsrådets positive akkreditering og Styrelsen for Universiteter og Internationaliserings afgørelse vedrørende de fem ovennævnte forhold **godkendes uddannelsen**, jf. universitetslovens § 3, stk. 1⁵, med opstart i september 2012.

Akkrediteringen er gældende til og med den 31. december 2017, jf. akkrediteringslovens § 9, stk. 3.

ACE Denmark -
Akkrediteringsinstitutionen

Efter det oplyste forudsætter oprettelsen af uddannelsen et minimumsoptag på 18 studerende ved første udbud.

Side 3/4

Udbudssted

Uddannelsen udbydes i Odense.

Forudsætning for godkendelsen

Uddannelsen og dennes studieordning skal opfylde uddannelsesreglerne, herunder særligt uddannelsesbekendtgørelsen.

Uddannelsen er engelsksproget og udbydes ikke på andre universiteter.

Tekst til uddannelsesguiden.dk

”Uddannelsen kombinerer en antropologisk forståelse af menneskers kultur og sociale liv med viden om globalisering, ledelse, forbrug og innovation. Uddannelsen er international og kræver gode engelskkundskaber. Du lærer kulturteori og antropologiske metoder. Du får erfaring med selvstændigt at udføre undersøgelser både i Danmark og udlandet. Du lærer om globalisering, management og markedsøkonomiens sociale og kulturelle betydning, samt hvordan din viden skaber værdi for virksomheder og offentlige organisationer gennem innovation, markedsorientering og ledelse af forandringer. Med en bachelor i Market & Management Anthropology kan du læse videre på en kandidatuddannelse inden for samfundsvidenskab eller markedsøkonomi. Du har også jobmuligheder i den private sektor og offentlige organisationer, både i Danmark og udlandet. Du kan udføre kvalitative undersøgelser, lede projekter, kommunikere effektivt og arbejde med strategiudvikling eller personaleforhold” (Samlet ansøgning, s. 156).

⁵ Lovbekendtgørelse nr. 695 af 22. juni 2011 (universitetsloven).

Universitetet er velkommen til at kontakte direktør Anette Dørge Jessen på e-mail: acedenmark@acedenmark.dk, såfremt der er spørgsmål eller behov for yderligere information.

Med venlig hilsen

Søren Barlebo Rasmussen
Formand
Akkrediteringsrådet

Anette Dørge Jessen
Direktør
ACE Denmark

**ACE Denmark -
Akkrediteringsinstitutionen**

Side 4/4

Bilag:
Kopi af akkrediteringsrapport

Kopi af dette brev er sendt til:
Børne- og undervisningsministeriet
Danmarks Statistik samt
Styrelsen for Universiteter og Internationalisering



ACE Denmark



Akkrediteringsrapport

**Bacheloruddannelse i Market and Management Anthropology
Syddansk Universitet**

Ny uddannelse, 2011





ACE Denmark

Ny uddannelse, 2011
Publikationen er udgivet elektronisk på
www.acedenmark.dk

Indholdsfortegnelse

Indledning	4
Sagsbehandling	5
Indstilling	6
Resumé af vurderingerne	7
Grundoplysninger	7
Universitetets beskrivelse af uddannelsen	7
Uddannelsens kompetenceprofil	8
Uddannelsens struktur	9
Kriteriesøjle I: Behov for uddannelsen på arbejdsmarkedet	10
Kriterium 1: Behov for uddannelsen	10
Kriteriesøjle II: Forskningsbaseret uddannelse	22
Kriterium 2: Uddannelsen er baseret på forskning og er knyttet til et aktivt forskningsmiljø af høj kvalitet ..	22
Kriteriesøjle III: Uddannelsens faglige profil og niveau samt intern kvalitetssikring	26
Kriterium 3: Uddannelsens faglige profil og mål for læringsudbytte	26
Kriterium 4: Uddannelsens struktur og tilrettelæggelse	30
Kriterium 5: Løbende kvalitetssikring af uddannelsen	40
Indstilling til Universitets- og Bygningsstyrelsen	45
Særlige forhold	49

Indledning

Akkrediteringsrapporten danner grundlag for Akkrediteringsrådets afgørelse om akkreditering og godkendelse af en uddannelse. Akkrediteringsrapporten er udarbejdet af ACE Denmark på baggrund af universitetets ansøgning.

Den faglige vurdering, som fremgår af akkrediteringsrapporten, er foretaget af ACE Denmark med støtte fra et tværgående akkrediteringspanel. ACE Denmark har udarbejdet indstillingen til Akkrediteringsrådet på baggrund af den faglige vurdering.

Akkrediteringsrapporten har været i høring på universitetet. Universitetets høringssvar er indarbejdet i akkrediteringsrapporten under de relevante kriterier.

Den faglige vurdering af uddannelserne er foretaget i henhold til kriterier for universitetsuddannelsers relevans og kvalitet som fastsat i bekendtgørelse nr. 1402 af 14. december 2009 (akkrediteringsbekendtgørelsen) samt ACE Denmarks Vejledning om akkreditering og godkendelse af nye universitetsuddannelser.

Akkrediteringsrapporten består af fem dele:

- ACE Denmarks indstilling til Akkrediteringsrådet
- Grundoplysninger om uddannelsen samt uddannelsens kompetenceprofil og struktur
- Den akkrediteringsfaglige vurdering af uddannelsen
- Indstilling til Universitets- og Bygningsstyrelsen
- Legalitetskontrol

Akkrediteringsrådet sikrer, at uddannelsen lever op til de gældende uddannelsesregler. På baggrund af Akkrediteringsrådets indstilling træffer Universitets- og Bygningsstyrelsen afgørelse om uddannelsens tilskudsmæssige indplacering, titel/betegnelse, adgangskrav for bacheloruddannelser, uddannelsens normerede studietid og eventuelt ministerielt fastsat adgangsbegrænsning (UBST-forhold).

Sagsbehandling

Akkrediteringspanelet

Som en del af sagsbehandlingen er der nedsat et tværgående akkrediteringspanel, der er sammensat, så det har viden om arbejdsmarkedsforhold samt uddannelsesplanlægning, undervisning og forskning inden for uddannelsens faglige område. Akkrediteringspanelet for bacheloruddannelsen i market and management anthropology består af:

Kernefaglig ekspert

Professor Johan Olaisen, Institutt for ledelse og organisasjon, Handelshøyskolen BI, Oslo

Ansvarlig for et Joint Master Program om Knowledge Management ved Handelshøyskolen BI, Oslo

Forskning: The internationalisation of StatoilHydro, World Class Performance: Project Management/ Leadership and Behaviour, Integrated Operational Processes

Aftagerrepræsentant

Administrationskonsulent Peter Pinkowsky

Cand.merc. i strategi, organisation og ledelse, Master i Human Ressource Management

10 års ledererfaring heraf har flere år som administrationschef

Datoer i sagsbehandlingen

Ansøgning modtaget

1. juni 2011

Eventuel indhentning af supplerende dokumentation

17. juni 2011 – modtaget supplerende dokumentation ang. beslægtede uddannelser og publikationer

23. juni 2011 – modtaget supplerende dokumentation ang. uddannelsens niveau, sammenhæng fra adgangsgrundlaget til det faglige niveau samt sammenhæng mellem kompetenceprofilen og fagelementernes læringsmål

Akkrediteringsrapport sendt i høring på universitetet

29. august 2011

Høringssvar modtaget

12. september 2011

24. oktober 2011 modtaget supplerende dokumentation til høringssvaret med revideret kompetenceprofil

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 1 er ændret fra ikke tilfredsstillende til delvist tilfredsstillende, idet vurderingen af erhvervssigtet og inddragelse af aftagere er ændret på baggrund af universitetets hørings-svar.

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 3 er ændret fra delvist tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet vurderingen af, om uddannelsens kompetenceprofil svarer til titlen, er ændret på baggrund af hørings-svaret og den reviderede kompetenceprofil.

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 4 er ændret fra ikke tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet vurdering af uddannelsens progression og sammenhæng mellem kompetenceprofilen og fagelementernes læringsmål er ændret på baggrund af universitetets høringssvar og den reviderede kompetenceprofil

Sagsbehandling afsluttet

1. november 2011

Indstilling

ACE Denmark indstiller bacheloruddannelsen til

- ☒ Positiv akkreditering
- ☐ Afslag på akkreditering

Begrundelse

Bacheloruddannelsen i Market and Management Anthropology på Syddansk Universitet indstilles til positiv akkreditering.

Uddannelsen vurderes *på delvist tilfredsstillende vis* at leve op til kriteriet om

- Behov for uddannelsen (kriterium 1), idet det behov, som de aftagere i aftagerundersøgelsen, der har fokus på mere langsigtede strategiske overvejelser, udtrykker, er relativt overordnet, samt at enkelte aftagere indikerer, at de har svært ved at se et behov for uddannelsens dimittender. Dertil kommer, at det er vurderingen, at aftagerne ikke har forholdt sig til konkrete beslægtede uddannelser.

Uddannelsen vurderes *på tilfredsstillende vis* at leve op til kriterierne om

- Forskningsbaseret uddannelse (kriterium 2)
- Uddannelsens faglige profil og mål for læringsudbytte (kriterium 3)
- Uddannelsens struktur og tilrettelæggelse (kriterium 4)
- Løbende intern kvalitetssikring af uddannelsen (kriterium 5)

Det bemærkes, at indstillingen er ændret fra afslag på akkreditering til positiv akkreditering, idet vurderingen af kriterium 1, 3 og 4 er ændret på baggrund af universitetets høringssvar og den supplerende dokumentation til høringssvaret.

Vurderingen af *kriterium 1* er ændret fra ikke tilfredsstillende til delvist tilfredsstillende, idet vurderingen, at uddannelsens erhvervs sigte var uklart, og at der ikke har været en tilstrækkelig systematisk inddragelse af aftagere er ændret på baggrund af universitetets høringssvar.

Vurderingen af *kriterium 3* er ændret fra delvist tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet vurderingen af, at uddannelsens kompetenceprofil i forhold til de antropologiske og ledelsesmæssige elementer ikke i tilstrækkelig grad svarer til titlen, er ændret på baggrund af høringssvaret og den reviderede kompetenceprofil.

Vurderingen af *kriterium 4* er ændret fra ikke tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet følgende vurderinger er ændret på baggrund af universitetets høringssvar og den reviderede kompetenceprofil:

- Der er ikke en tilstrækkeligt tydelig progression mellem de antropologiske fagelementer og de mere erhvervsøkonomiske og samfundsvidenskabelige fagelementer.
- En række mål i den oprindeligt fremsendte kompetenceprofil er formuleret på en måde, som giver dem et meget bredt fokus, eller som medfører en indholds- og niveaumæssig forskydning mellem fagelementernes læringsmål og målene i den oprindelige kompetenceprofil, og at der derfor kun delvist er dækning for kompetenceprofilen i fagelementernes læringsmål.

Resumé af vurderingerne

	1	2	3	4	5
Tilfredsstillende	☐	☒	☒	☒	☒
Delvist tilfredsstillende	☒	☐	☐	☐	☐
Ikke tilfredsstillende	☐	☐	☐	☐	☐

Grundoplysninger

Udbudssted
Odense

Sprog
Engelsk

Hovedområde
Det samfundsvidenskabelige hovedområde

Antal forventede studerende
40-50

Uddannelsen ønskes udbudt første gang
September 2012

Uddannelsen erstatter helt eller delvist en eksisterende uddannelse?
Nej

Universitetets beskrivelse af uddannelsen

”Formålet med uddannelsen er at bibringe de studerende viden, metodisk kompetence samt analytiske og kritiske refleksions-færdigheder omkring markedet som genstandsfelt: Hvordan markeder opstår og udvikler sig i et samspil mellem globalisering og lokale kulturer og samfundsforhold, og hvordan markedet som institution spiller sammen med menneskers sociale liv, holdninger og behov. Samt hvilke udfordringer der møder ledelsen af firmaer og offentlige organisationer, når de agerer på markedsvilkår, og udvikler ydelser og kommunikation, der henvender sig til deres målgrupper” (Samlet ansøgning, s. 148).

VIDEN:

- Forstår hvorledes markeder opstår og udvikler sig. Kan analysere markeder i et antropologisk perspektiv; med øje for hvordan globale begivenheder og processer skærer på tværs af økonomiske og politiske domæner, og sammenvæves eller kolliderer med lokale kulturer og sociale strukturer.
- Forstår de udfordringer, som ledelsesfunktionen møder i forhold til globalisering, og i forhold til vedvarende skift i relationen mellem offentlige og private sektorer, herunder de kulturelle værdier, institutioner, ritualer og omgangsformer, der repræsenterer denne relation.
- Har en antropologisk forståelse for grænserne for menneskelig kontrol: Hvorledes forretningsmæssig praksis både influeres af, og selv påvirker et spektrum af faktorer i omverden, hvis bredde og kompleksitet sandsynliggør, at praksis medfører uforudsete konsekvenser og muligheder.
- Har kendskab til alle faser indenfor forskningsdesign, og en række kvalitative metodologiske tilgange til systematisk indsamling og analyse af empiriske data.
- Har praktisk erfaring med selvstændig, længerevarende kvalitativ indsamling af data under vejledning af erfarne forskere og praktikere.

FÆRDIGHEDER:

- Kan på empirisk basis afdække og analysere mødet mellem specifikke lokale forhold, og de omgivende processer af større skala, der påvirker og delvist reproducere af lokal praksis.
- Kan analytisk se sammenhængene mellem, og konteksten for, de potentialer og udfordringer der møder virksomheder og offentlige institutioner – specielt i forbindelse med globalisering.
- Forstår statistisk og regnskabsmæssigt talmateriale.
- Kan levere analytiske input, funderet på både videnskabelig og forretningsmæssig forståelse, til udarbejdelsen af en passende strategi for, hvorledes organisationen opnår sine mål i en globaliseret og markeds-orienteret kontekst. Kan bidrage med tværfagligt udsyn til dette arbejde.
- Kan kommunikere organisationens dispositioner til et bredt publikum, der inkluderer ikke-specialister.
- Behersker en række kvalitative tilgange til indsamlingen af empiriske data, og kan reflektere over disses epistemologiske rationale og etiske konsekvenser. Kan tage højde for indflydelsen på dataindsamling og fortolkning fra forskerens egen kulturelle og sociale baggrund

KOMPETENCER:

- Kan identificere vidensbehov, som løbende opstår for organisationelle aktører, der orienterer sig mod globale markeds-dynamikker.
- Kan bidrage antropologisk til at opbygge denne viden, både gennem specialindsigt og i tværfaglige sammenhænge. Kan selvstændigt designe en kvalitativ metodologisk tilgang til denne vidensindsamling.
- Kan udarbejde beskrivelser af de muligheder og udfordringer, som organisationer står overfor, samt analysere disses potentielle konsekvenser – især angående emner indenfor tværkulturel forståelse, global kompleksitet og skiftende markeds-dynamikker.
- Kan anlægge et antropologisk perspektiv på møder og udvekslinger mellem organisationer, herunder tage højde for specifikke kulturers regler for sociale omgangsformer. Kan forstå disse reglers interne sammenhæng, samt deres mening for medlemmer af kulturen.
- Kan bidrage med et antropologisk perspektiv på tilgange til at lede organisationel omstrukturering.
- Kan identificere velegnede tilgange til at involvere og kommunikere med borgere og forbrugere.
- Kan bidrage med et antropologisk perspektiv på design og facilitering af innovations processer med det mål at udvikle produkter og services, som appellerer til menneskers symbolske og funktionelle behov.

(Supplerende dokumentation til høringssvaret modtaget 24. oktober 2011)

Uddannelsens struktur

6th semester	Bachelor project 20 ECTS		Project Management 5 ECTS	Global value chains 5 ECTS
5th semester	Anthropological fieldwork 10 ECTS	Elective course(s) 10 ECTS	Elective course(s) 10 ECTS	
4th semester	Anthropological fieldwork methods (incl. philosophy of science) 10 ECTS	Perspectives on law and society 10 ECTS	Business Anthropology 5 ECTS	Global Consumer Cultures 5 ECTS
3rd semester	Principles of management 10 ECTS	Public management and globalization 10 ECTS	Strategic Communication 5 ECTS	Financial accounting 5 ECTS
2nd semester	Development economics 10 ECTS	International b-to-b marketing 10 ECTS	Economic anthropology 5 ECTS	Social and economic statistics 5 ECTS
1st semester	Global economic systems 10 ECTS	Introduction to social anthropology 10 ECTS	Global organisations 5 ECTS	Introduction to globalization 5 ECTS

(Samlet ansøgning, s. 53)

Kriteriesøjle I: Behov for uddannelsen på arbejdsmarkedet

Kriterium 1: Behov for uddannelsen

Kriterium 1 vurderes at være opfyldt

- ☐ tilfredsstillende
☒ delvist tilfredsstillende
☐ ikke tilfredsstillende

Begrundelse

Uddannelsens erhvervssigte

Universitetet uddyber indledningsvist i ansøgningen formålet med bacheloruddannelsen i Market and Management Anthropology: "Globaliseringen stiller virksomheder og organisationer over for stigende krav om evne til at håndtere komplekse situationer og indsigt i disse. Selv hvad der forekommer at være lokale beslutningssammenhænge kan potentielt set påvirke globale forhold, og er omvendt også underlagt globaliserings betingelser. Der sker samtidig en politisering af det private erhvervsliv som følge af globaliseringen, og en tilsvarende markedsgørelse af det offentlige/fælles på basis af nedbrydningen af offentlige monopoler. Offentlige organisationer og virksomheder opererer i stigende grad på markedsvilkår, samtidig med at de er forbundne med og underlagt politiske systemer og internationale reguleringer. Velfærdsydelser bliver i stigende omfang produceret i et samspil mellem offentlige og private organisationer. Samtidig opererer flere og flere private virksomheder, f.eks. gennem udlicitering, i tættere samarbejde med politiske systemer. Endelig er der et stærkt stigende fokus på private virksomheders og organisationers sociale ansvar, både på globalt og lokalt niveau. Denne uddannelse sigter mod at give medarbejdere og beslutningstagere, i såvel private som offentlige organisationer og virksomheder, en dybtgående viden om denne problematik, samt kompetencer og færdigheder til håndtering af den.

Uddannelsen tager udgangspunkt i mennesket som et symbolsk og kommunikativt væsen. Den fokuserer på moderne sociale, politiske og økonomiske organiseringsformer og deres samspil med de markedsmæssige og (for)brugermæssige omgivelser.

Uddannelsen har til formål at give indsigt i såvel organisations-interne som organisations-eksterne forhold, idet navigation i komplekse omgivelser netop kræver en sådan form for brobygning. Den giver den studerende en evne til at analysere og håndtere processer omkring konflikter og samarbejde internt i organisationen, samt i processer omkring forbrug og udveksling imellem forskellige organisationer og markeds kulturer. Specielt fokuseres der på håndtering af forandringer af markedsmæssige og politiske forhold som følge af globaliseringen, herunder de institutionelle rammer for økonomisk og politisk ageren" (Ansøgning, s. 1).

Det fremgår af ansøgningen, at uddannelsens erhvervssigte skal ses i lyset af, at dimittenderne sandsynligvis vil fortsætte på en relevant kandidatuddannelse: "Det er ikke denne uddannelses vision, at de studerende som hovedregel vil søge beskæftigelse som bachelorer. I tilfælde af at det bliver mere udbredt i dansk erhvervsliv at ansætte bachelorer, angiver vores aftagere, at Market and Management Anthropology bachelorerne vil være blandt de mest kvalificerede. Men langt de fleste forventes at fortsætte på en eventuel fremtidig cand. soc. overbygning på samme uddannelse, eller på en af de beslægtede overbygninger som cand.merc., cand.scient.pol. eller cand scient.anth." (Ansøgning, s. 11). Det fremgår af høringssvaret, at dimittenderne vil have retskrav på at blive optaget på cand.soc. i kultursociologi på SDU, men universitetet har ikke redegjort for, hvordan denne kandidatuddannelse påvirker erhvervssigtet.

Universitetet beskriver de vidensfelter og beskæftigelsessammenhænge, som dimittenderne forventes at kunne indgå i: "Man kan opdele uddannelsens elementer i to overordnede kategorier: centrale vidensfelter og understøttende vidensfelter. De centrale vidensfelter er udtryk for en forståelse for de rammebetingelser, som moderne virksomheder og organisationer er underlagt:

- Social antropologi som moderne ledelsesmæssigt værktøj
- Globalisering som økonomisk og organisatorisk rammebetingelse

De understøttende vidensfelter, som skal gøre den studerende i stand til at omsætte den analytiske indsigt i organisationens rammebetingelser til konkrete strategier, beslutninger og handlinger:

- globale økonomiske systemer
- markedsindsigt (marketing & forbrug)
- ledelse og ledelsesmæssig kommunikation
- kulturel kompleksitet

Evnen til at generere viden herom vil udover teoretisk indsigt basere sig på metodisk kompetence indenfor det kvalitative og kvantitative område.

Aftagerne er primært større danske og internationale virksomheder, sekundært danske og internationale offentlige organisationer. Uddannelsen sigter især imod ansættelse i følgende sammenhænge:

- I enhver organisation der kombinerer økonomisk prioritering og forretningsforståelse med kulturel indsigt og forståelse for aktuelle globale udviklinger.
- I virksomheder hvis vækst har bragt dem til en fase, hvor de skal prioritere en større global tilstedeværelse, og som derfor udstationerer eller på anden måde engagerer ansatte i opbygning af en lokal, operativ organisation og i at skabe lokale relationer, samt til at skabe viden om stakeholders på udenlandske markeder. Hvilket kræver evner til tværkulturel forståelse og samarbejde.
- I virksomheder der agerer på forretningsfelter, som ikke er modnede og ikke primært er prisdrevne, og hvor tværfaglig innovation og evnen til at tænke i globale helheder indenfor distribution, produktion og markedsføring derfor er konkurrenceparametre.
- I organisationer der i særlig grad har brug for at have ”fingeren på pulsen” i forhold til de ændringer i værdier og adfærd, der præger deres målgrupper, og udmønte denne viden i innovation af produkter og services.
- Hos producenter der anvender in-house funktioner indenfor markeds research, markedsføring og tværkulturel kommunikation og ledelse, samt i konsulent-virksomheder og bureauer der leverer disse services som et kommercielt vidensprodukt til en række kunder.
- I organisationer der står overfor reformer af deres struktur, typisk i forbindelse med en stigende grad af orientering mod kunders eller borgeres behov, og som derfor skal skabe forandringer på basis af en sammenhængende analyse af, hvordan organisationen bedst tilpasser sig sin omverden, herunder også en forståelse af hvordan forskellige grupper indenfor arbejdsstyrken vil opleve specifikke forandringer i arbejdsgange og produktionssystemer, ud fra både praktiske behov samt sociale og kulturelle barrierer” (Ansøgning, s. 2f).

Universitetet har samtidig beskrevet en række konkrete situationer som globaliserede virksomheder kan tænkes at befinde sig i, hvor bachelordimittendernes kompetencer vil kunne anvendes (Bilag 9). Heraf fremgår bl.a., at dimittenderne vil kunne beskæftige sig med følgende spørgsmål:

- Hvilken baggrund har lokale juridiske og økonomiske strukturer, der virker fremmedartede og umiddelbart uden logik eller mening?
- Hvordan er den finansielle situation for de konkurrenter eller partnere, som det bliver relevant at have indsigt i?
- Hvordan organiserer en virksomhed de globale bevægelser af sine ressourcer på en måde, der giver mest økonomisk og symbolsk værdi?
- Hvordan støtter virksomhedens globale aktiviteter målene om bæredygtig udvikling og fair økonomiske bytteforhold i relation til den 3. verden?
- Hvilke motivationer og barrierer oplever en befolkning overfor de funktionelle løsninger og symboler på status, som en producent tilbyder gennem produkter og markedsføring?
- Hvordan kan den internationale virksomhed tale om og slå bro over de kulturelle forskelle, der hersker blandt dens medarbejdere?

- Hvilke ideologiske og religiøse strømninger præger de forskellige opfattelser, som forbrugerne i en lokal kontekst har af selve det at forbruge, og overfor emner som miljøhensyn, kropslighed, eller specifikke materialer og ingredienser?

Det fremgår af universitetets aftagerundersøgelse, at ”Idet uddannelsen udstyrer de studerende med et bredt sæt af socialfaglige og merkantile kompetencer, peger den ikke nødvendigvis på klart definerede stillingstyper, af den type erhvervslivet bruger i dag. Uddannelsen vurderes at ville få stigende relevans på et arbejdsmarked, hvor der forventes at komme større fleksibilitet i stillingstyper og efterspurgte kvalifikationer” (Samlet ansøgning, s. 163). Dette uddybes i høringssvaret: ”En topleder hos Grundfos kategoriserer uddannelsen som ”visionær”. Der er med andre ord tale om en uddannelse, der på innovativ vis adresserer nogle problemstillinger og nogle stillingskategorier, der endnu er under udvikling i virksomhederne. Der findes i det store og hele uddannelser, der servicerer eksisterende stillingskategorier (produktchef, HRM-ansvarlig mm). Det er selvsagt ikke vores hensigt at dække eksisterende behov, men at indrette en uddannelse til de opdukkende funktioner, vi mener klart at have fundet belæg for i vores aftagerundersøgelse” (Høringssvar, s. 1). Det anerkendes på baggrund af høringssvaret, at uddannelsen henvender sig til et arbejdsmarked, der er i udvikling, og at uddannelsen repræsenterer en helhedsorienteret, procesunderstøttende og kulturanalytisk tilgang de komplekse udfordringer, der kendetegner globalt orienterede virksomheder.

Aftagerne i aftagerundersøgelsen peger samtidig på, at følgende stillingstyper kunne være relevante for dimittenderne:

- International butikschef
- Ledende HR funktion
- Global marketing funktion
- Salg
- Forandringsagent, f.eks. i forbindelse med fusioner

Det fremgår samtidig af ansøgningen, at det ikke er meningen, at de studerende skal kunne varetage arbejdsopgaver, som forudsætter grundlæggende erhvervsøkonomiske redskabsfag, men at de først og fremmest skal lære at forstå disse redskaber og bruge dem i en antropologisk analyse: ”Eksempelvis skal et fag som Financial Accounting undervises med henblik på, at den studerende i sin jobfunktion ikke skal varetage større regnskabs- og budgetteringsfunktioner, men skal kunne forstå og kritisk anvende disse funktioner i projektledelsessammenhænge” (Ansøgning, s. 23).

Universitetet anfører, at bachelorerne med et socialantropologisk udgangspunkt og en ”globaliseringsorienteret merkantil-kulturel kompetence” vil kunne arbejde for offentlige og private virksomheder og institutioner, der er kendetegnet ved ovenstående udfordringer. Bachelorerne skal både kunne varetage organisations-eksterne arbejdsopgaver inden for ”business to business” og ”business to consumer” i forhold til markedsføring, målgruppeanalyse, produktudvikling og distribution såvel som organisations-interne analyseopgaver i forbindelse med projektledelse, intern kommunikation, konflikthåndtering og organisationsudvikling.

Det blev tidligere vurderet, at uddannelsen ikke havde et tilstrækkeligt klart erhvervssigte. Hertil skriver universitetet i høringssvaret: ”Det er generelt en misforståelse at forveksle den bredde, der sikrer at uddannelsens dimittender har en helhedsorientering til virksomhedens aktiviteter og organisation med uklarhed i erhvervssigtet. Aftagernes generelle tilslutning til uddannelsens visioner og opbygning viser, at de generelt ikke opfatter en uklarhed – de anerkender vigtigheden af det problemkompleks, som uddannelsen retter sig imod. De mener at det i høj grad definerer den spillebane, som virksomheder må agere på i fremtiden. De mener at evnen hertil kræver nogle kompetencer, som denne uddannelse samler i en ”bedre pakke” end nogen anden. Der ligger ikke en uklarhed eller mangel på realisme i det brede spektrum af funktioner, som universitetet har anført for uddannelsens dimittender. Virkeligheden på arbejdsmarkedet er, at antropologer i stigende grad besætter stillinger med denne type indhold, og anses for relevante ansøgere hertil. Undersøgelsen viser at aftagerne, som har stor indflydelse på ansættelsen af højtuddannet arbejdskraft, forventer et opbrud i stillings-strukturen på det danske arbejdsmarked” (Høringssvar, s. 2).

Det er på baggrund af universitetets ansøgning og høringssvar vurderingen, at bacheloruddannelsen i market and management anthropology har et relativt klart erhvervssigte. Det bemærkes dog samtidig, at uddannelsens erhvervssigte og kompetenceprofil peger på et meget bredt spektrum af funktioner og opgaver.

Inddragelse af aftagere og aftagerpanel i udviklingen af uddannelsen

Det fremgår af ansøgningen, at universitetet har gennemført semi-strukturerede interviews med 13 respondenter, der "... enten udgør potentielle aftagere af bacheloruddannelsens dimittender, eller er professionelle med særligt indblik i uddannelsens jobmarked" (Ansøgning, s. 3). Følgende virksomheder er repræsenteret i aftagerundersøgelsen:

- Chief marketing officer, Hummel International
- Direktør, DI Vidensrådgivning
- Kommunikationschef, Bestseller
- Forskningsleder, SFI
- Chief specialist, Vestas
- Bestyrelsesformand, Dalberg Consult
- Salgsdirektør, KOMPAN
- Specialkonsulent for internationale ansættelser, Udenrigsministeriet
- Adm. direktør, Mercuri Urval
- Partner i Deloitte
- Adm. sygehusdirektør, Region Syddanmark
- Group Senior Vice President, Grundfos
- Adm. direktør, Daloon

Det fremgår af universitetets høringssvar, at interviewene blev gennemført i tidsrummet 11. januar – 31. marts 2011. Aftagerne har forholdt sig til: "En to-siders uddybning af uddannelsens faglige profil, samt et diagram med en samlet kursusplan for hele bacheloruddannelsen" (Ansøgning, s. 3). Dokumentet er vedlagt ansøgningen som Bilag 4. Universitetets interviewguide er vedlagt ansøgningen som Bilag 5. Heraf fremgår, at respondenterne har fået 5-10 minutter til at læse uddannelsens faglige profil igennem som det næstsidste punkt i interviewet.

Universitetet giver en række eksempler på, at aftagernes tilbagemeldinger har ført til ændringer i udkastet til studieordningen: "Eksempelvis er udlandsopholdet gjort obligatorisk, og navnet på uddannelsen er justeret fra Market Anthropology til Market and Management Anthropology. Der er også tilføjet, fjernet og kombineret fag på kursusplanen, som respons på aftagernes udtrykte behov og forventninger" (Ansøgning, s. 4). Det fremgår, at universitetet har tilføjet fagelementerne "Principles of management" på 3. semester (10 ECTS) samt "Projektledelse" på 6. semester (5 ECTS) som en konsekvens af aftagernes tilbagemeldinger.

Det blev tidligere vurderet, at universitetet ikke i tilstrækkelig grad har inddraget aftagere i udviklingen af uddannelsen. Hertil skriver universitetet i høringssvaret: "Undervejs i interview-rækken valgte vi at justere på den kursusplan, som aftagerne skulle forholde sig til, og indføre nogle af deres forslag. Således testede vi hvorvidt aftagerne reagerede positivt på hinandens forslag, i stedet for blot at samle ideer uden at undersøge en reaktion. Den oprindelige udgave af kursus-strukturen så således ud:

6. sem.	Bachelor project 20 ECTS		Anthropology of markets 10 ECTS	
5. sem.	Elective course(s) 10 ECTS	Elective Course(s) 10 ECTS	EU and International law 5 ECTS	CSR and global ethics 5 ECTS
4. sem. <i>Analyzing environments</i>	Anthropological fieldwork in contemporary society and organizations 20 ECTS		Business anthropology 5 ECTS	Philosophy of science 5 ECTS
3. sem. <i>Managing</i>	Politics of Globalization 10 ECTS	Strategic global communication 10 ECTS	Consumer behaviour 5 ECTS	Budget and management accounting 5 ECTS
2. sem. <i>Market economies</i>	Systems of global finance 10 ECTS	Global market mangement 10 ECTS	Economic anthropology 5 ECTS	Social and economic statistics 5 ECTS
1.sem. <i>Global realities</i>	Global Economic Systems 10 ECTS	Introduction to social anthropology 10 ECTS	Global organisations 5 ECTS	Introduction to globalization 5 ECTS

(Høringssvar, s. 4)

Som det fremgår ved sammenligning med den nyere kursusplan, som præsenteres i ansøgningen, er følgende fag blevet introduceret i dialog med aftagerne:

- 'Principles of management' på 3. semester (10 ECTS)
- 'Public management under globalization' på 3. semester (10 ECTS)
- 'Projektledelse' på 6. semester (5 ECTS). Dog i en mindre version end de 10 ECTS som en overgang blev overvejet, og altså er den der fremgår af ansøgningen. I stedet for at indeholde en "ledelses-introduktion" blev faget reduceret til egentlig projektledelse, mens introduktionen til generelle ledelsesprincipper er henlagt til to nye discipliner på hver 10 ECTS, der dækker hhv den private og offentlige sektor (Høringssvar, s. 4f).

Det anerkendes på baggrund af høringssvaret, at universitetet har haft en systematisk tilgang til inddragelsen af aftagere i udviklingen af uddannelsen.

Det fremgår yderligere af ansøgningen, at universitetet f.eks. har tilføjet et fagelement om udviklingsøkonomi (10 ECTS) på baggrund af en aftagers udtalelser: "Og som en umiddelbart mindre synlig tendens, der dog repræsenterer et voksende marked, anbefaler han at uddannelsen bør fokusere mere på markedsføring til fattige folk, og hvordan for eksempel mobiltelefoni i Afrika udgør et voksende marked" (Samlet ansøgning, s. 173). Det fremgår yderligere af aftagerundersøgelsen, at "Uddannelsen vil tydeligvis stå stærkt ved at gøre sammenhængen mellem elektroniske medier, forbrug og socialt fællesskab til et fokusområde. Dette påpeges af flere respondenter. ... Vi har som opfølgning herpå styrket uddannelsens fokus på globale online fællesskaber og ehandel, idet vi introducerer emnet i Introduction to globalization (1. sem) og følger op på det i Global Consumer Cultures (4. sem). Emnet vil sandsynligvis gøres til en decideret specialisering på en eventuel overbygning" (Samlet ansøgning, s. 175).

Universitetet har samtidig forholdt sig til aftagernes udtalelser, uden at de har fået direkte konsekvenser for studieordningen. Det gælder f.eks. aftagernes behov for mere redskabsorienterede fag – som f.eks. økonomistyring: "Det vil således være en stadig afvejning, hvor meget man skal betone færdigheder omkring budgetter og regnskaber. ... Hertil er svaret, at fagets studerende lærer at forstå økonomistyringsredskaber. Det er dog ikke uddannelsens mål at uddanne dem til en decideret økonomistyringsfunktion, idet dette er en kompetence, de hurtigt vil kunne tilegne sig på en arbejdsplads" (Samlet Ansøgning, s. 177).

Det fremgår yderligere, at universitetet har inddraget aftagerne i en diskussion omkring uddannelsens titel: "Nogle private aftagere har foreslået termer som "business" eller ligefrem "commercial Anthropology", men disse ville næppe være spiselige for offentlige arbejdsgivere eller internationale organisationer, og heller ikke for de klassiske samfundsvidenskaber. Således er valget faldet på "market", med "management" som forbindelsen til forvaltning" (Samlet ansøgning, s. 179).

Det er på baggrund af universitetets ansøgning og høringssvar vurderingen, at universitetet har inddraget relevante aftagere i udviklingen af uddannelsen, og at der både har været fokus på at afsøge beskæftigelsesområdet generelt samt at få konkrete input til uddannelsens indhold. Det er vurderingen, at aftagerne, der indgår i undersøgelsen er relevante i forhold til ovenstående erhvervssigte, idet de både repræsenterer danske virksomheder med en global forankring, brancheorganisationer samt offentlige institutioner. Det er yderligere vurderingen, at universitetet i tilstrækkelig grad har anvendt de anbefalinger, der er fremkommet i dialogen med aftagerne

Det bemærkes, at universitetet ikke har inddraget det eksisterende aftagerpanel for erhvervsøkonomi i udviklingen af uddannelsen, da det på tidspunktet for ansøgningen var under nybeskikkelse.

Aftagernes behov for uddannelsen på arbejdsmarkedet

Universitetets aftagerundersøgelse

Universitetet har – jf. ovenstående – gennemført 13 semi-strukturerede interviews med potentielle aftagere. Af interview-guiden i Bilag 5 fremgår, at respondenterne først og fremmest har udtalt sig om behovet for akademiske kompetencer i en globaliseret verden generelt, herefter har de forholdt sig til uddannelsens navn og til sidst en uddybelse af den faglige profil (Bilag 4). Det fremgår af Bilag 4, at aftagerne ikke er blevet præsenteret for uddannelsens kompetenceprofil, men en tentativ oversigt over uddannelsens struktur, en sammenskrivning af uddannelsens semestre samt en uddybelse af den faglige profil. Af uddybningen af uddannelsens faglige profil fremgår: ”Uddannelsens faglige forankring knytter sig an til en kombination af to fagfelter. På den ene side ledelse som strategisk og taktisk værktøj og på den anden side social-antropologien som indblik i menneskelige organiseringsformer med vægten lagt på de konkrete og specifikke sammenhænge, der kender tegner enhver social virkelighed snarere end generelle teoretiserende indsigter” (Samlet ansøgning, s. 180). I den forbindelse fremgår det af høringssvaret: ”Vi understreger at respondenterne både i skrift og tale mødte en beskrivelse af uddannelsen, der præcist afspejlede dens faglige grundlag; de ”tre ben” af markedsorientering, globaliseringsforståelse og ledelse. En skriftlig interview guide dikterer ikke, som et kvantitativt spørgeskema ville gøre det, en eksakt fordeling af tid og opmærksomhed på hvert punkt. Selvom det ikke fremgår tilstrækkelig klart af ansøgningens skriftlige bilag, lagde intervieweren i hvert interview lige stor vægt på de forskellige dele af uddannelsens fundament” (Høringssvar, s. 6). Det anerkendes på baggrund af høringssvaret, at universitetet har valgt en kvalitativ metode for aftagerundersøgelsen, og at aftagerundersøgelsens konklusioner skal ses i lyset af dette.

Universitetet har sammenskrevet interviewene i en analyse med citater. Det bemærkes, at opbygningen af interviewene og aftagerundersøgelsen gør det uklart, om respondenterne udtaler sig om generelle tendenser og behov for kompetencer eller om det konkrete behov for dimittenderne fra den ansøgte uddannelse. Af aftagerundersøgelsen fremgår, at de adspurgte aftagere deler sig i to grupper i forhold til vurderingen af behovet for uddannelsens kompetenceprofil: ”For de fleste respondenter repræsenterer uddannelsen en helt rigtig udvikling. Men for nogle er det svært at se, hvilken specifik funktion uddannelsen stiler imod, og det ser de som et problem. De mener at den burde fokusere mere på konkrete værktøjer og eventuelt undlade betegnelsen antropologi, fordi den herved positionerer sig langt fra de gængse stillingstyper i erhvervslivet som chef indenfor HR, salg eller marketing” (Samlet Ansøgning, s. 166). Repræsentanten fra Vestas mener f.eks., at: ”Den favner vidt, kommer ind på en hær af områder man finder på andre uddannelser. Men er den for bred, så folk kun når at snuse? Hvis jeg fik en kandidat der både havde set på budgetlægning, politik, marketing, kultur – så ville jeg spørge ’hvor er din spidskompetence?’” (Samlet ansøgning, s. 176). Salgsdirektøren fra Kompan fremhæver på samme måde, at: ”Vi går selv efter de ”rendyrkede” kandidater indenfor regnskab, finans, marketing og produktion. Vi skal have nogen der kan løfte og flytte opgaver i den konkrete drift. Jo skarpere folk er til finans og marketing, desto hurtigere kan de det” (Samlet ansøgning, s. 166). Bestyrelsesformanden fra Dalberg Consult udtaler samtidig, at uddannelsen ”... mangler nogle hårdere fag, så det bliver mere robust” (Samlet ansøgning, s. 172).

Universitetet hæfter sig samtidig ved, at der er en generel tendens i undersøgelsen til, at "... jo højere respondenterne er placeret hvad angår langsigtet strategisk tænkning i forhold til globale tiltag, og jo mere de er orienterede mod vækst gennem innovation i forhold til udækkede og endnu ukendte behov hos deres kunder; jo mere potentiale ser de i uddannelsens kombination af kompetencer" (Samlet Ansøgning, s. 166). Direktøren fra Daloon fremhæver f.eks. det antropologiske udgangspunkt som noget positivt i uddannelsen: "Vi skal have tænkning fra en ny vinkel. Derfor er antropologi godt. Det giver en tværfaglighed, nogle værktøjer der kan anvendes bredt. At kunne analysere og se mønstre i forbrugere i forskellige verdensdele, og tilpasse sin service" (Samlet ansøgning, s. 171). Det fremgår dog samtidig af analysen, at Daloon aktuelt ikke har behov for dimittender fra uddannelsen, fordi det er en virksomhed: "... der hovedsageligt konkurrerer på pris, og blandt andet henter sine fordele mod asiatiske konkurrenter i Daloons lavere distributionsomkostninger til Europa" (Samlet ansøgning, s. 167). Direktøren peger imidlertid på en anden dansk fødevarer virksomhed, som han mener, kunne være mere relevant, og mere generelt mener han, at det er en uddannelse, der retter sig "... mod organisationer af en vis størrelse, offentlige eller private. NOVO og Mærsk vil elske den, og generelt vil accepten af uddannelsens profil være større om 10 år. Der kan dog være en hurdle i at overbevise små eller mellemstore virksomheder. Kan du sætte et årsregnskab sammen, lave en markedsføringsplan? Den kvalificerer ikke til de gængse stillinger som fx produktchef, og det kan være en begrænsning indenfor Danmark" (Samlet ansøgning, s. 168). En bestyrelsesformand understøtter denne antagelse: "'I Danmark er der et ret konservativt arbejdsmarked præget af en traditionel tilgang til stillingstyper. I UK eller USA er det jo ikke usædvanligt at du kommer med en baggrund i litteratur, og alligevel bliver gjort ansvarlig for store budgetter. Så det er nok en uddannelse der vil tiltale de mere visionære ledere, og rette sig mod store organisationer og det globale arbejdsmarked" (Samlet ansøgning, s. 166). Samtidig fremhæver en specialkonsulent fra Udenrigsministeriet: "Tidligere tog vi kun scient.pol.'er, men vi har åbnet os mere for alle mulige kombinationer af sprog og økonomi. Uddannelsen er i højere grad en eliminerende faktor i dag. Vi prioriterer i mindre og mindre grad, at man har en substans i økonomi og jura, som man alligevel kan lære. Diplomer bliver også mindre afgørende: Bachelor uden erhvervs erfaring er nok til EU i dag" (Samlet ansøgning, s. 165f).

En enkelt respondent udtrykker et helt konkret behov for uddannelsens dimittender: "Jeg ville aldrig tøve med at tage kandidater fra uddannelsen ind på vores graduate program, hvor de roterer over 2 år gennem 4 opgaver forskellige steder i organisationen. Sådan vil vi udforske jeres nye uddannelse! For vi mangler kandidater med de kompetencer" (Samlet ansøgning, s. 167). De fleste positive tilkendegivelser har dog en mere overordnet karakter som f.eks.: "Jeg finder den antropologiske kulturforståelse helt nødvendig for at drive en virksomhed i dag, for det den offentlige sektor skal levere i dag" (Samlet ansøgning, s. 171), eller: "Hvis I kan klæde bachelorer på med en flerhed af fag der understøtter et globalt mindset, kombineret med solide merkantile grundfag, så kan I skabe kandidater der vil blive efterspurgt" (Samlet ansøgning, s. 162).

Det fremgår af spørgeguiden til aftagerundersøgelsen (Bilag 5), at aftagerne er blevet spurgt om, hvilke uddannelser de normalt rekrutterer deres kandidater fra. Spørgsmålet er blevet stillet før aftagerne har fået gennemgået profilen for den ansøgte uddannelse, og der indgår kun få citater angående beslægtede uddannelser i undersøgelsen, som den er præsenteret i Bilag 3. Af den supplerende dokumentation modtaget 17. juni 2011 fremgår det, at aftagerne: "... gennem et åbent spørgsmål [er] blevet bedt om at forholde sig til lignende uddannelser. Som det er normen i kvalitativ analyse, er der fokuseret på, hvilke "konkurrenter" de umiddelbart selv ser som relevante. Målet har været at vide, hvilke andre uddannelser der spontant vil dukke op i hovedet på potentielle arbejdsgivere, når de læser en jobansøgning fra en af vores dimittender. De er derfor ikke blevet forelagt en række uddannelser, som de eksplicit skulle sammenligne med. De offentlige aftagere har primært haft statskundskab og økonomi i tankerne, uden her at henvise til et specifikt universitet, og fx er Tek-Sam på RUC også blevet nævnt. De private har i højere grad tænkt CBS ind som en mulig "konkurrent", eller henvist i bredere forstand til "handelshøjskoler", og "de traditionelle merkantile uddannelser" som cand.merc. og MBA uden at nævne en specifik institution. Aftagerne tænker ikke nødvendigvis i specifikke uddannelses-institutioner og deres grader, men i bredere kompetencefelter og hvorvidt de er gearret til fremtiden eller ej, som aftageren opfatter det. De har alle set vores uddannelse som differentieret gennem sin særlige kombination af faglige hovedområder (globalisering, management, marked), og det antropologiske element" (Supplerende dokumentation modtaget 17. juni 2011).

Det blev tidligere vurderet, at enkelte aftagere har svært ved at se et behov for den ansøgte uddannelse. Universitetet har derfor uddybet fortolkningsmulighederne af aftagernes udtalelser i høringssvaret: "Aftagerundersøgelsen er en kvalitativ analyse, der undersøger markedet for et nyt tiltag. Derfor bør vi spørge til indvendingernes kvalitative signifikans:

- Hvem rejser disse indvendinger? Det gør de respondenter der befinder sig længst væk fra langtrækkende overvejelser om, hvilken arbejdskraft virksomheder behøver i fremtiden. De er tættere på det taktisk problemløsende end på det strategisk visionære. De er i mindre grad orienterede mod globale udviklinger og langtrækkende perspektiver, som vil skabe behov for nye kompetencer og uddannelser, end de respondenter der ledelsesmæssigt er højere placerede – og sidstnævnte er klart positive.
- Er indvendingerne alarmerende i forhold til værdien af det nye tilbud, der undersøges? Det er forventeligt at et nyt tilbud, der skærer på tværs af de gængse opdelinger indenfor stillingstyper, og kombinerer kompetencer der ellers eksisterer adskilt, vil virke komplekst og diffust på de respondenter, hvis daglige virke og professionelle tankesæt er bundet op på den eksisterende orden. Denne udfordring til det eksisterende præger enhver innovation, den ligger i selve uddannelsens natur, og er helt forventelig. Hvis man afviser uddannelsen på den basis, er det en afvisning af selve det at tænke visionært på feltet for erhvervsuddannelser" (Høringssvar, s. 3f).

I høringssvaret anfører universitetet yderligere opsamlende om aftagerundersøgelsen: "Erhvervslivets kulturelle udfordringer lader sig svært formulere i ligeså konkrete termer, som dem der præger produktion og drift. De kan ikke forventes at blive formuleret som meget konkrete problemer, der akut afventer en løsning. Man kan således ikke slutte, at behovet ikke markerer en reel efterspørgsel, blot fordi det formuleres i overordnede termer. Aftagernes formuleringer afspejler det brede felt af strømninger og krav om innovation, som erhvervslivet orienterer sig imod, og forventer at møde i fremtiden. De udtrykker et behov for ansatte der kan tænke, forstå og undersøge på tværs af det globale og det lokale, og de siger, at denne uddannelses kombination konkret er den bedste, de kender til at møde den udfordring" (Høringssvar, s. 2).

Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar, at aftagernes udtalelser skal ses i relation til respondentens position og arbejdsområde, og at respondenter som beskæftiger sig med mere langsigtede strategiske overvejelser har et andet og mere visionært udgangspunkt for at forstå behovet for den ansøgte uddannelse, end de respondenter, der er mere fokuseret på daglig drift. Det anerkendes yderligere, at uddannelsen er rettet mod stillingstyper, der aktuelt ikke eksisterer i et særligt stort omfang i relevante danske virksomheder.

Som supplement til aftagerundersøgelsen har universitetet i høringssvaret redegjort yderligere for mere overordnede tendenser, som kan bidrage til at sandsynliggøre et fremtidigt behov for den ansøgte uddannelse: "Sandsynligheden herfor fremgår dels af undersøgelser af arbejdsmarkedets udvikling de seneste år, og fremskrivninger heraf, dels af de visioner for fremtiden som findes hos regeringen og organisationer som Dansk Industri. Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling skriver i et oplæg, der faktisk flot formulerer substansen i denne uddannelse, at "Ud over en stærk kernefaglighed må også andre mere generelle kompetencer bringes i spil for at styrke virksomhedernes konkurrenceevne og gøre de højtuddannede attraktive for virksomhederne at ansætte. Eksempler er globalt udsyn, kulturel forståelse, fremmedsprogskompetencer, innovative evner, evner til at formidle sin faglighed samt evner til at samarbejde og løse problemer på tværs af forskellige fagligheder. Udfordringen er derfor, hvordan de videregående uddannelser tilrettelægges, så de studerende opnår en stærk kernefaglighed, men også en øget grad af erhvervsparathed og en bredde i deres kompetencer, som gør, at de kan gå direkte i beskæftigelse." (<http://www.ubst.dk/uddannelse-og-forskning/Fremtidens-uddannelser/erhvervsparathed>)

Hvad arbejdsmarkedets behov for antropologer angår, har den danske konsulentverden i de sidste ti år ansat en stærkt stigende mængde antropologer. Et af de mest succesrige bureauer er RED Associates, som blandt andet står for regeringens indsats for at "brande" Danmark. De markedsfører med stor succes brugen af "business anthropology" som metode i deres arbejde (<http://www.redassociates.com/about>). I USA har store

firmaer i flere år anvendt antropologer i deres markeds-research, ethvert google-opslag på ”business anthropology” eller ”corporate ethnography” vil dokumentere dette i rigt mål. En af USAs mest fremtrædende erhvers-antropologer har fornylig under stor opmærksomhed opfundet titlen Chief Culture Officer, og argumenterer i sin bog af samme navn for, at firmaer skal skabe denne stilling og ansætte en antropolog i den (http://www.amazon.com/Chief-Culture-Officer-Breathing-Corporation/dp/0465022049/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1314964358&sr=8-1). Dansk Industri (DI) anbefaler sine medlemmer at bruge antropologiske metoder i deres innovationsarbejde. (<http://bm.di.dk/vigoer/innovation/Pages/Koereplan.aspx>), og understreger at små og mellemstore virksomheder kan høste store fordele ved at hæve deres uddannelsesniveau med innovation for øje. DI’s undersøgelse viser at især kandidater med en samfundsfaglig baggrund er at foretrække (<http://publikationer.di.dk/di/1728107600/>). Dansk Jurist- og Økonomforbund observerer at denne udvikling må forventes at fortsætte: De siger at kandidater ”med lange uddannelser inden for det samfundsvidenskabelige område, sætter sig på en hastigt stigende del af alle job i Danmark. Det er især det private erhvervsliv, der ansætter flere DJØFere” hvilket inkluderer antropologer (<http://www.business.dk/arbejds-marked/djoeferne-indtager-det-danske-arbejdsmarked>). Udtalelsen refererer til en ny undersøgelse: Djøfernes arbejdsmarked frem mod 2030. Udbud af og efterspørgsel efter samfundsvidenskabelig og erhvervsøkonomisk arbejdskraft (<http://www.djoef.dk/presse-og-politik/politik-og-m-a-e-rkesager/dj-oe-fs-politikker/~media/Documents/Djoef/D/Djoefernes%20arbejdsmarked%20frem%20mod%202030.ashx>) Tilsammen sandsynliggør omstændigheder og udsagn som de ovenstående, at det akademiske arbejdsmarked vil udvikle sig som anført af universitetet: Der er en klar tendens til, at antropologer beskæftiger sig med marked og management. Denne tendens må forventes at fortsætte, fordi den allerede er etableret og har en dynamik i det danske erhvervsliv, og fordi sidstnævnte modtager indflydelse fra den måde tingene gøres på i for eksempel USA. Der er ydermere politisk opslutning til at universiteterne leverer dimittender, der kan indgå i denne udvikling, og der er analyser som påpeger, at der i fremtiden vil opstå et underskud af samfundsfaglige kandidater inklusive antropologer. Her fremgår det at den vækst der tidligere har været i produktionen af antropologi-kandidater nu vil ophøre, og at der i stigende grad vil opstå et underskud af samfundsfaglige kandidater inklusive antropologer” (Høringssvar, s. 3f).

Det anerkendes på baggrund af høringssvaret, at de beskrevne eksempler viser, at der på et overordnet niveau kan siges at være et øget fokus på den generelle anvendelighed af antropologiske metoder i erhvervslivet. Det bemærkes samtidig, at der er et ministerielt fokus på vigtigheden af, at studerende tilegner sig kompetencer inden for globalt udsyn og kulturel forståelse i forlængelse af en stærk kernefaglighed, samt et stigende behov for samfundsvidenskabelige kandidater i private virksomheder generelt.

Det er på baggrund af universitetets ansøgning og høringssvar vurderingen, at det behov, som de aftagere i aftagerundersøgelsen, der har fokus på mere langsigtede strategiske overvejelser, udtrykker, er relativt overordnet. Det er yderligere vurderingen, at enkelte aftagere indikerer, at de har svært ved at se et behov for uddannelsens dimittender, idet de anfører, at uddannelsen er for bred, eller at der mangler grundlæggende erhvervsøkonomiske kompetencer. Dertil kommer, at det er vurderingen, at aftagerne ikke har forholdt sig til konkrete beslægtede uddannelser i relation til den ansøgte uddannelse – herunder f.eks. cand.merc.-specialiseringen i Globalisation and Cultural Marketing på SDU. Endelig er det vurderingen, at universitetets redegørelse for behovet i relation til mere generelle tendenser på arbejdsmarkedet, som fremgår af høringssvaret, i nogen grad sandsynliggør, at der er et øget fokus på anvendeligheden af antropologiske metoder i erhvervslivet.

Beslægtede uddannelser

Universitetet redegør i ansøgningen for hvordan den ansøgte bacheloruddannelse ligner og adskiller sig fra beslægtede bachelor- og kandidatuddannelser fra danske såvel som udenlandske universiteter – f.eks. HA- og negot-uddannelserne. Universitetet opdeler de beslægtede uddannelser i tre grupper:

1. ”Den ene gruppe deler den antropologiske/den mere humanistiske orienterede tilgang, men har ikke management eller globale markeder som fokus.
2. Den anden gruppe deler fokus på management og globale markeder men har en mere instrumentel tilgang, f.eks. ingeniørorienteret. Den har ikke det kulturanalytiske perspektiv, ej heller kvalitativ metode.

3. I den tredje gruppe findes en del erhvervsøkonomisk orienterede uddannelser der har fokus på management, men uden gennemgående tema indenfor globalisering og antropologi.” (Ansøgning, s. 5)

I høringssvaret har universitetet uddybet behovet for en bacheloruddannelse i forhold til en kandidatuddannelse på området: ”Vi mener bestemt, at der er behov for en kandidatuddannelse på området. Imidlertid mener vi ikke, at vi kan komme tilstrækkeligt i dybden med hverken de antropologiske eller de erhvervsøkonomisk orienterede discipliner på en kandidatuddannelse alene. Universitetet har 30 års erfaring med humanistisk-erhvervsøkonomiske kombinationsuddannelser (cand.negot), og det er disse erfaringer, der søges overført på den nye uddannelse. En kandidatuddannelse opbygget efter de samme principper repræsenterer efter vores mening ”for lidt og for sent” i forhold til opnåelse af de ledelseskompetencer, som uddannelsen søger at opbygge. ... Vi henviser i første omgang til, at det ikke efter vores mening giver mening at sammenligne bachelor- og kandidatuddannelser i denne sammenhæng. Men derudover er der grundlæggende forskelle i den antropologiske teoretiske og metodologiske dybde, der kan opnås i en BSc Soc som den herværende, set i forhold til en BA uddannelse, der er underlagt de kriterier, der er opstillet for en HA-uddannelse. Ligesom en cand.merc. uddannelse, som den nævnte med samlet set 60 ECTS obligatoriske discipliner ikke kan forventes at dække fagområderne med samme dybde og bredde. Den pågældende cand.merc. uddannelse indeholder således ingen decideret antropologiske fag, selvom nogle af fagene nok kan siges at have et antropologisk tilsnit. I denne BSc Soc har vi forsøgt at bevare dybden i det grundlæggende antropologiske begrebsapparat.” (Høringssvar, s. 6).

Det er på baggrund af universitetets ansøgning og høringssvar vurderingen, at uddannelsens kompetenceprofil adskiller sig fra de nævnte beslægtede bacheloruddannelsers kompetenceprofiler. Universitetets analyse viser, at der ikke findes eksisterende bacheloruddannelser, der kombinerer det socialantropologiske og det erhvervsøkonomiske fagområder på samme måde som den ansøgte uddannelse. Det er dog samtidig vurderingen, at uddannelsens tværfaglige udgangspunkt betyder, at bachelorerne i praksis vil skulle finde beskæftigelse inden for områder, der aktuelt varetages af kandidater fra mange forskellige typer af beslægtede uddannelser. Det bemærkes samtidig, at den eksisterende cand.merc.-specialisering i Globalization and Cultural Marketing på SDU, som aktuelt er under udvikling (jf. SDU's hjemmeside, 15. august 2011), er rettet mod flere af de beskæftigelsesområder, der indgår i erhvervssigtet for den ansøgte bacheloruddannelse, herunder især kulturforståelse, globaliseringsprocesser og forretningsudvikling. Universitetet anfører i høringssvaret, at denne kandidatuddannelse adskiller sig ved ikke at have decideret antropologiske fag, men det bemærkes, at erhvervssigtet for en eksisterende HA-uddannelse i kombination med cand.merc.-specialiseringen i Globalization and Cultural Marketing i nogen grad kan siges at være beslægtet med erhvervssigtet for den ansøgte uddannelse.

Arbejdsmarkedssituationen for dimittender fra beslægtede uddannelser

Universitetet har dokumenteret beskæftigelsessituationen for beslægtede uddannelser på kandidatniveau. Universitetet giver følgende begrundelser:

- Statistikken for enhver bachelor-uddannelse viser næsten 100 % beskæftigelse, hvilket formodentlig udtrykker at de studerende efter dansk tradition er fortsat direkte på en kandidat-uddannelse, snarere end at de er på arbejdsmarkedet ...
- Det er ikke denne uddannelses vision, at de studerende som hovedregel vil søge beskæftigelse som bachelorer. I tilfælde af at det bliver mere udbredt i dansk erhvervsliv at ansætte bachelorer, angiver vores aftagere, at Market and Management Anthropology bachelorerne vil være blandt de mest kvalificerede. Men langt de fleste forventes at fortsætte på en eventuel fremtidig cand. soc. overbygning på samme uddannelse, eller på en af de beslægtede overbygninger som cand.merc., cand.scient.pol. eller cand.scient.anth.” (Ansøgning, s. 11).

Universitetet har dokumenteret beskæftigelsessituationen for beslægtede kandidatuddannelser ved at bruge Universitets- og Bygningsstyrelsens (UBST) statistik for nyuddannedes aktivitet 4-19 måneder efter fuldførelse. Universitetet henviser til følgende grupper:

- Antropologi/Etnografi/Etnologi (ledighed i 2008 for hele landet: 10 %)

- Sociologi (ledighed i 2008 for hele landet: 8 %)
- Økonomi/Statsvidenskab (ledighed i 2008 for hele landet: 1 %)
- Statskundskab/Forvaltning (ledighed i 2008 for hele landet: 4 %)
- Cand.merc. (ledighed i 2008 for hele landet: 2 %)
- Negot (ledighed i 2008 for hele landet: 6 %)

Det fremgår samtidig af UBST's beskæftigelsestal for nyuddannede, at ledigheden for det samfundsvidenskabelige hovedområde var på 3 % i 2008. Det bemærkes, at der er stor variation i ledigheden for antropologi og sociologi på den ene side og f.eks. de erhvervsøkonomiske uddannelser på den anden side. Universitetet anfører i den forbindelse: "Tallene antyder, hvad flere respondenter i aftagerundersøgelsen også siger, – at de socialvidenskabelige traditioner som antropologi og sociologi kan repræsentere et noget diffust kompetencefelt, og dermed et risikabelt kort i forbindelse med ansættelse. Antropologi og sociologi har som "rene" grunddiscipliner ikke i samme grad en klar og synlig karrierevej, som de socialvidenskaber der traditionelt retter sig mod offentlige myndigheder, som fx statskundskab. Antropologi har i de senere år fået sig profileret som et mere "anvendeligt" fag, og har herved opnået højere beskæftigelse. Faget nyder i dag stor respekt som videnskab, og repræsenterer for de studerende en mulighed for at begribe ellers svært gennemskuelige sider af andre mennesker. Det giver god mening for dets signalværdi i forhold til arbejdsmarkedet at forbinde det med problemfelter, som aftagerne anerkender som centrale for det at drive virksomhed, og som samtidig virker som en forlængelse af disciplinens grundkompetence, og det den er kendt for: kulturforståelsen. Denne bacheloruddannelse har en sådan profilering som udgangspunkt. Begreberne "market" og "management" tilfører antropologien en association med anvendelighed, soliditet og kommerciel forretningsforståelse – og antropologien giver det merkantile kant" (Ansøgning, s. 11).

Det fremgår yderligere af høringssvaret: "Det er korrekt at dokumentationsrapporten overser at sammenligne med beskæftigelsessituationen for cand.merc.-uddannelserne, selvom uddannelsen placerer sig mellem disse og kultur- og samfundsvidenskaberne (sidstnævntes beskæftigelsessituation er beskrevet). Det fremgår af statistikken, som går frem til 2008, at ledigheden for cand.merc. uddannede på landsplan ligger på 2%, fallende fra 5% i 2005 (http://www.ubst.dk/uddannelse-og-forskning/statistik/nyuddannedes-beskeftigelse-1/copy_of_Kandidat/Samfundsvidenskab/cand-merc-detajler). Universitetet fortolker disse tal som en yderligere styrkelse af vores argument for denne uddannelses beskæftigelsesudsigter" (Høringssvar, s. 7).

Det er vurderingen, at arbejdsmarkedssituationen for beslægtede kandidatuddannelser sandsynliggør, at der er behov for dimittender fra denne type uddannelse. Det bemærkes, at det fremgår af ansøgningen, at bacheloruddannelsens naturlige overbygning er cand.merc.-specialiseringen i Globalization and Cultural Marketing – mens det fremgår af høringssvaret, at bachelorerne vil have retskrav på at blive optaget på cand.soc. i kultursociologi, som sammen med antropologi har den højeste ledighed inden for det samfundsvidenskabelige område.

Samlet vurdering af kriteriet

Det er vurderingen, at kriterium 1 er delvist tilfredsstillende opfyldt. Det er vurderingen, at det behov, som de aftagere i aftagerundersøgelsen, der har fokus på mere langsigtede strategiske overvejelser, udtrykker, er relativt overordnet, samt at enkelte aftagere indikerer, at de har svært ved at se et behov for uddannelsens dimittender. Dertil kommer, at det er vurderingen, at aftagerne ikke har forholdt sig til konkrete beslægtede uddannelser. Det er yderligere vurderingen, at universitetets redegørelse for behovet i relation til mere generelle tendenser på arbejdsmarkedet, i nogen grad sandsynliggør, at der er et øget fokus på anvendeligheden af antropologiske metoder i erhvervslivet. Det er samtidig vurderingen, at uddannelsens kompetenceprofil adskiller sig fra beslægtede bacheloruddannelsers kompetenceprofiler, men at erhvervssigtet for en eksisterende HA-uddannelse i kombination med cand.merc. -specialiseringen i Globalization and Cultural Marketing i nogen grad kan siges at være beslægtet med erhvervssigtet for den ansøgte uddannelse. Endelig er det vurderingen, at uddannelsen har et relativt klart erhvervssigte, at universitetet har inddraget relevante aftagere i udviklingen af uddannelsen, samt at arbejdsmarkedssituationen for beslægtede kandidatuddannelser sandsynliggør, at der er behov for dimittender fra denne type uddannelse.

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 1 er ændret fra ikke tilfredsstillende til delvist tilfredsstillende, idet vurderingen, at uddannelsens erhvervssigte var uklart, og at der ikke har været en tilstrækkelig systematisk inddragelse af aftagere er ændret på baggrund af universitetets høringssvar.

Dokumentation

Ansøgning, s. 7-17

Bilag 3: Aftagerundersøgelsen

Bilag 4: Uddannelsens profil og tentativ oversigt

Bilag 5: Interviewguide aftagerundersøgelse 2

Bilag 6: Beskæftigelsestale

Bilag 9: Eksempel på konkret anvendelse af uddannelsens samlede kompetencefelt

Supplerende dokumentation modtaget 17. juni 2011

SDU's hjemmeside 15. august 2011: http://static.sdu.dk/mediafiles//7/7/1/%7B771C1E9F-7425-44CF-97FF-079171F811DC%7DBilag%20Kandidat%20skabelon%20dansk%20sep%202010_MGK_godk%20af%20fak%20070311.pdf

Høringssvar modtaget 12. september 2011

Kriteriesøjle II: Forskningsbaseret uddannelse

Kriterium 2: Uddannelsen er baseret på forskning og er knyttet til et aktivt forskningsmiljø af høj kvalitet

Kriterium 2 vurderes at være opfyldt

- ☒ tilfredsstillende
- ☐ delvist tilfredsstillende
- ☐ ikke tilfredsstillende

Begrundelse

Sammenhæng mellem forskningsområder og uddannelsens fagelementer

Det fremgår af ansøgningen, at uddannelsen trækker på forskningsmiljøer fra tre forskellige institutter på universitetet: Institut for Marketing & Management, Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi, Institut for Statskundskab samt Juridisk Institut.

Fagelementerne inden for markedsantropologi og markedsorienteret ledelse (Introduction to Globalization, Introduction to Social Anthropology, Economic Anthropology, Business Anthropology, Global Consumer Culture, Anthropological Fieldwork samt Global Value Chains) varetages af *Institut for Marketing & Management*: "På Institut for Marketing & Management er det antropologiske element en central del af styrkepositionen inden for forskningsenheden i Forbrugsstudier, og det er da også denne enhed, der former tyngdepunktet indenfor uddannelsen. Denne faggruppe har igennem flere år specialiseret sig i det forskningsfelt, der internationalt går under betegnelsen CCT (Consumer Culture Theory), og som bredt set kan defineres som det antropologisk og sociologisk inspirerede studie af markedssystemer og forbruger kulturer som de udspiller sig in vivo, snarere end som abstrakte model-teoretiske beskrivelser. Enheden inden for CCT i Odense hører til blandt de absolut største og stærkeste i verden (jfr bilag 7, international evalueringsrapport af kolleger fra Harvard University samt Stockholms Universitet). Enheden kan i denne sammenhæng siges at være konstitueret dels af deciderede antropologer, dels af forskere med anden baggrund, der arbejder med antropologiske og sociologiske metoder og begrebsapparater" (Ansøgning, s. 12). Det fremgår samtidig af ansøgningen, at "Dette miljø vil betragte denne uddannelse som dets primære afspejling på uddannelsesfronten, hvorfor disse studerende vil nyde særlig bevågenhed fra CCT forskningsenheden" (Ansøgning, s. 18). Det fremgår yderligere, at da faggruppen er blevet udpeget som en "... eliteforskningsenhed på fakultetet, forventes det at kunne udvide medarbejderstaben med 2-3 medarbejdere i løbet af 2011-2012. CCT forskerne udgør kernegruppen i den for uddannelsen relevante forskning på instituttet. Dog bidrager andre forskningsgrupper på instituttet også med deres kompetencer: Fagansvaret for fagene Principles of management samt Strategisk kommunikation varetages af forskningsgruppen for Strategisk Kommunikation. Fagansvaret for fagene International B-to-B Marketing og Project Management ligger i forskningsenhederne for hhv. international markedsstrategi og produkt- og innovationsledelse" (Ansøgning, s. 13).

Fagelementerne inden for global økonomi dækkes af forskningsmiljøer på *Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi*: "På Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi er uddannelsens kerneområder indlejret i forskningsmiljøet for udviklingsøkonomi. Forskningen inden for denne gruppe orienterer sig imod afdækningen af de dybere, bagvedliggende faktorer, der determinerer økonomisk udvikling, hvor forskningen kan opdeles i fire forskellige men indbyrdes forbundne typer af faktorer: geografiske, kulturelle, integrationsmæssige samt institutionelle faktorer" (Ansøgning, s. 14). "Disse forskeres kernekompetencer indgår helt eksplicit i uddannelsen fagelementer, og de vil alle kunne dække de centrale makroøkonomiske og udviklingsøkonomiske fag. Gruppen som helhed kombinerer en stærk teoretisk ballast med en ballast af veldokumenterede empiriske resultater fra udviklingsøkonomiske sammenhænge. Det betyder, at undervisningen i introduktionsfagene og de mere specialiserede fag vil indeholde eksempler såvel fra praksis som fra den nyeste forskning på området. De ovennævnte forskere udgør kernegruppen i den udviklingsøkonomiske forskning på instituttet, men faggruppens nylige status som eliteforskningsenhed (dekanens initiativ om "Forskningsgrupper i inter-

national klasse”) betyder, at der i årene fremover yderlige vil blive knyttet arbejdskraft til gruppen i form af en ph.d studerende, en post doc samt en internationalt rekrutteret professor” (Ansøgning, s. 15).

De fagelementer, som har en mere forvaltningsmæssig karakter, er forankret på *Institut for Statskundskab* og *Juridisk Institut*. ”På *Institut for Statskundskab* udføres der forskning af høj og publicérbar kvalitet inden for statskundskabens fagområder, fra de traditionelle kerediscipliner over nyere forskningsområder til det interdisciplinære studie af politik. Instituttet er på en og samme tid traditionelt og helt unikt. Det dækker de traditionelle områder inden for statskundskab, men samtidig omfatter det som noget enestående i Danmark Center for Journalistik og Center for Velfærdsstatsforskning. Denne kombination åbner en vifte af spændende muligheder for forskningen på instituttet. På *Juridisk Institut* arbejdes der udover den bredt forankrede juridiske forskning med to fokusområder. Det første handler om juridiske problemstillinger, der opstår i gråzonen mellem offentlig og privat ret. Fx de spørgsmål, der dukker op, når det offentlige agerer på det private marked, eller når private virksomheder udfører aktiviteter, der traditionelt har ligget inden for den offentlige sfære. Det andet forskningsmæssige fokusområde har titlen Individet i globaliseringen. Her fokuseres der på, hvordan globaliseringen påvirker det enkelte menneskes rettigheder og pligter” (Ansøgning, s. 16).

Det er vurderingen, at der er en overordnet sammenhæng mellem de forskningsområder, der vil blive knyttet til uddannelsen, og uddannelsens fagelementer. Uddannelsen er tværfaglig og berører en række forskellige fagområder, og at der derfor også trækkes på forskning fra flere forskellige institutter. Det bemærkes dog, at flere af de involverede forskningsmiljøer samtidig er kendetegnet ved et integreret perspektiv på de mere traditionelle erhvervsøkonomiske og samfunds-faglige forskningsområder, der indgår i uddannelsen. F.eks. trækkes der på forskning inden for udviklingsøkonomi til at dække de økonomiske og finansielle fagelementer, mens forskningsmiljøer inden for strategisk kommunikation dækker ledelsesteorien. Det bemærkes yderligere kritisk, at det kun er forskningsenheden Consumer Culture Theory, som har et antropologisk udgangspunkt, og at der primært forskes i forbrugerkultur.

Forskningsområdets samvirke med praksis

Det fremgår af ansøgningen, at det er relevant for forskningsmiljøerne bag uddannelsen at samvirke med praksis: ”På Institut for Marketing & Management (IMM) har man blandt andet formaliseret samspillet med erhvervslivet gennem etableringen af Link.sdu. ... Link.sdu er en serviceorganisation, der sammen med instituttets forskere formidler videnskabelige resultater og undersøgelser til virksomheder i den private og offentlige sektor. I regi af Link.sdu findes desuden forskningscenteret Brandbase <http://www.brandbase.dk/>, der samarbejder med udvalgte virksomheder og forsker og formidler i emner som branding, forbrugeradfærd og kommunikation til gavn for det omliggende samfund. Brandbase har tidligere modtaget en pris fra Dansk Erhvervsforskning Akademi for sin innovativitet og fremsynethed med hensyn til brobygning mellem samfundsvidenskabelige forskning og praksis.

På Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi (IVØ) er der ligeledes et tæt samspil med praksis. Gennem eksternt støttede forskningsprojekter finansieret af private og offentlige kilder arbejder instituttets medarbejdere med praksisnære problemstillinger inden for f.eks. teknologi, vækst, sundhedssektoren og arbejdsmarkedet. Arbejdet foregår i tæt samarbejde med virksomheder og organisationer. Dette gælder f.eks. for projekter finansieret af Rockwool Fonden, Industriens Fond og det Strategiske Forskningsråd. Praksisnærheden kommer også til udtryk ved at instituttets medarbejdere er repræsenteret i offentlige organer som f.eks. Fonderådet i Danmark. Instituttets medarbejdere er desuden ofte anvendt som eksperter i medierne i forbindelse med økonomiske og erhvervsøkonomiske problemstillinger. Endvidere har instituttet haft flere erhvervs-ph.d.- studerende tilknyttet.

På Institut for Statskundskab og på Juridisk Institut kommer forskningens aktive samvirke med praksis ligeledes til udtryk ved, at flere af instituttets forskningsprojekter er samfinansierede med offentlige og private virksomheder og institutioner. Endvidere deltager institutternes videnskabelige medarbejdere ofte i forskellige råd, nævn, udvalg, arbejdsgrupper og bestyrelser, som alle har relation til praksis” (Ansøgning, s. 16).

Det er vurderingen, at forskningen bag uddannelsen samvirker med praksis.

Uddannelsens tilrettelæggere

Det fremgår af ansøgningen, at følgende VIP'er har været involveret i udviklingen af uddannelsen, og at det er dem, der samtidig vil undervise på uddannelsen:

- Professor Søren Askegaard, IMM (<http://www.sdu.dk/ansat/aske.aspx>)
- Post doc Jeppe Trolle Linnet, IMM (<http://www.sdu.dk/ansat/jtr.aspx>)
- Professor Eric Arnould, IMM (<http://www.sdu.dk/ansat/eric.aspx>)
- Professor Peter Dahler-Larsen, Statskundskab (<http://www.sdu.dk/ansat/pdl.aspx>)
- Lektor og studieleder Klaus Levinsen, Statskundskab (<http://www.sdu.dk/ansat/khl.aspx>)
- Lektor og studieleder Ole Hammerslev, Jura (<http://www.sdu.dk/ansat/ohv.aspx>)
- Lektor Per Andersen, IVØ (<http://www.sdu.dk/ansat/pan.aspx>)

Professor Søren Askegaard har været den primære ankerperson på VIP siden, og den mere detaljerede planlægning af uddannelsen er foregået i en dialog mellem Søren Askegaard og Jeppe Trolle Linnet samt professor Eric Arnould, der har korresponderet med de to andre om tilrettelæggelsen af specielt den antropologiske del" (Ansøgning, s. 17).

Det er vurderingen, at uddannelsen tilrettelægges og udvikles af VIP'er. Det bemærkes, at en række af de nævnte tilrettelæggere ikke forsker inden for områder, der er relevante for den ansøgte uddannelse, og at det er uklart, hvilken rolle de har spillet i udviklingen af uddannelsen. Peter Dahler-Larsen forsker i evaluering. Klaus Levinsens forskning fokuserer på "borgernes politiske værdier og politiske aktivitet med relation til forskellige områder af samfundslivet" (<http://www.sdu.dk/ansat/khl.aspx>, 30. juni 2011). Per Andersen forsker inden for velfærdsøkonomi, miljøøkonomi og reguleringsøkonomi, og Ole Hammerslev fokuserer på retsfilosofi. Det bemærkes samtidig kritisk, at tilknytningen af Eric Arnould til uddannelsen er uklar, idet det fremgår af cv'et (Bilag 8), at han aktuelt er ansat som professor ved University of Wyoming. På SDU's hjemmeside fremgår det, at han er tilknyttet Institut for Marketing & Management som deltidsprofessor (<http://www.sdu.dk/staff/eric.aspx>, 5. august 2011).

Uddannelsens VIP'er

Det fremgår af ansøgningen, at kernegruppen af undervisere består af 10 VIP'er fra de ovenstående forskningsmiljøer. Det fremgår samtidig af side 27 i ansøgningen, at universitetet forventer at optage 40-50 studerende. Det er vurderingen, at de studerende i udstrakt grad vil blive undervist af VIP'er.

Forskningsmiljøets kvalitet

Universitetet har dokumenteret omfanget af forskningsmiljøernes publikationer i følgende tabel, som viser tallene for de relevante forskere fra Institut for Marketing & Management samt de forskere fra andre institutter, som er nævnt i det ovenstående:

Publikation	Type	2008	2009	2010
Videnskabelig artikel	Fagfællebedømt	31	45	25
	Niveau 1	*	8	*
	Niveau 2	*	10	*
Andre relevante forskningspublikationer**		104	66	53
VIP'er med forskningspligt***		38	40	44

Noter:

Alle publikationer er fagfællebedømte.

* BFI tal kan ikke trækkes.

** Dækker over videnskabelig bog, videnskabelig antologi, bidrag til videnskabelig bog/antologi, ph.d-afhandling, konferenceartikel, paper.

***Tallene er et øjebliksbillede fra 1.1.2008, 1.1.2009, 1.1.2010 men trukket 17. juni 2011.
(Supplerende dokumentation, modtaget 17. juni 2011)

Det er vurderingen, at forskningsmiljøet, som vil blive knyttet til uddannelsen, er af høj kvalitet. Akkrediteringspanelet bemærker, at der er relativt store udsving i forskningsproduktionen i en periode, hvor der antallet af VIP'er er steget fra 38 til 44. Akkrediteringspanelet lægger dog samtidig vægt på, at publikationslisterne, som fremgår af tilrettelæggernes cv'er sandsynliggør, at der er tale om forskningsmiljøer af høj kvalitet.

Samlet vurdering af kriteriet

Det er vurderingen, at kriterium 2 samlet set er tilfredsstillende opfyldt.

Dokumentation

Ansøgning, s. 12-19

Bilag 7: Evaluator report M&M department Final version

Bilag 8: CV 2011 Linnet dansk

Bilag 8: Publikationsliste Linnet

Bilag 8: CV og publikationsliste Eric Arnould

Bilag 8: CV Søren Askegaard

Bilag 8: List of publications-SA

Supplerende dokumentation, modtaget 17. juni 2011

Kriteriesøjle III:

Uddannelsens faglige profil og niveau samt intern kvalitetssikring

Kriterium 3: Uddannelsens faglige profil og mål for læringsudbytte

Kriterium 3 vurderes at være opfyldt

- ☒ tilfredsstillende
- ☐ delvist tilfredsstillende
- ☐ ikke tilfredsstillende

Begrundelse

Titel

Det fremgår af uddannelsesoplysningerne, at bacheloruddannelsens titel er: Bachelor (BSc) i markeds- og ledelsesantropologi, på engelsk: Bachelor of Science (BSc) in Market & Management Anthropology. Universitetet anfører, at der er tale om en samfundsvidenskabelig bacheloruddannelse med tre spor: Globalisering, ledelse og antropologi.

- "Globaliserings-sporer består dels af fag, der decideret handler om globalisering som fænomen (1. sem), dels af fag om globale organisationer, økonomiske systemer, værdikæder, udviklingsøkonomier og forbrugskulturer (1. sem, 2. sem, 4.sem og 6.sem). samt fag om hvordan globalisering påvirker uddannelsens andet store emne: Management (3.sem). Desuden er globalisering, forstået som forskellige samfunds gensidige udveksling og identitets-konstruktion, altid nærværende i antropologi-sporer (se nedenfor).
- Management-sporer begynder på 3. semester hvor det fylder 2/3 af semesteret, dels med introduktion til grundlæggende principper, dels med det ovenfor nævnte fag Public Management and Globalization. På 6. semester introduceres der til konkrete managementtilgange i Project Management. Desuden understøttes management-forståelsen af de antropologiske fags fokus på fænomener som autoritet, ideologi og formel vs. uformel organisation.
- Antropologi-sporer har fire dedikerede fag, hvoraf to er virksomheds-rettede, nemlig økonomisk antropologi (2. sem) og virksomheds-antropologi (4. sem). De to andre fokuserer på kerneområderne i socialantropologien som sådan: en omfattende introduktion til teoriehistorie og den antropologiske analyse af kulturer og samfund (1. sem), samt en dybdegående undervisning i feltmetode efterfulgt af en feltøvelse i Danmark (4. sem) og et feltarbejde i udlandet (5. sem). En række antropologiske tilgange figurerer også i faget Global Consumer Cultures (4. sem), appliceret på forbrug" (Ansøgning, s. 20f).

Det fremgår af universitetets aftagerundersøgelse, at uddannelsens titel – jf. kriterium 1, har været diskuteret med aftagerne: "Overfor private aftagere og studerende skal uddannelsens navn signalere en utraditionel kombination af efterspurgte kompetencer med en kommerciel vinkling. "Anthropology" giver uddannelsen en opsigtsvækkende "kant". Men dette begreb skal, viser undersøgelsen, ledsages af et eller to begreber der er "spiselige" for private aftagere, for hvem antropologien lyder for eksotisk. Disse skal naturligvis være reelle i forhold til uddannelsens indhold. De skal signalere evnen til at arbejde kommercielt samt drive organisatorisk forandring med fødderne solidt plantet i klassiske samfundsfaglige teoridannelser. Både "market" og "management" opnår dette. Overfor offentlige aftagere skal navnet signalere kultur- og samfundsindsigt, og holde døren åben for vore studerende, ved ikke at være for "business-agtig". Ellers vil det virke for kommercielt og dermed stå som repræsentant for den "neoliberale" markedsgørelse, som mange offentlige aftagere har et ambivalent forhold til. Nogle private aftagere har foreslået termer som "business" eller ligefrem "commercial Anthropology", men disse ville næppe være spiselige for offentlige arbejdsgivere eller internationale organisationer, og heller ikke for de klassiske samfundsvidenskaber. Således er valget faldet på "market", med "management" som forbindelsen til forvaltning" (Samlet ansøgning, s. 179).

Det blev tidligere vurderet, at kompetenceprofilen ikke i tilstrækkelig grad afspejlede, at de studerende får viden, færdigheder og kompetencer, der gør dem i stand til at bruge antropologiens teorier og metoder til at

udføre markeds- og ledelsesrelaterede analyser og opgaver. I forbindelse med høringssvaret har universitetet fremsendt en revideret kompetenceprofil, og i høringssvaret uddyber universitetet sammenhængen: "Flere elementer af kompetenceprofilen kræver anvendelsen af kompetencer, som antropologien ikke er ene om at besidde, men som antropologer er mest kendt for at mestre, som en antropologisk uddannelse altid er baseret på (modsat beslægtede fag), og som antropologien historisk set har udviklet: Avanceret teori om kultur (forstået som daglig levevis) og metodiske kompetencer udi det etnografiske feltarbejde. Antropologi er den eneste akademiske tradition der, på et tilstrækkelig højt akademisk niveau, kan omfatte følgende elementer fra kompetenceprofilen. Det anerkendes, at den reviderede kompetenceprofil i højere grad beskriver uddannelsens antropologiske udgangspunkt.

Det blev ydermere tidligere vurderet, at "ledelse" ikke indgik tilstrækkeligt tydeligt i kompetenceprofilen. Hertil skriver universitetet i høringssvaret: "Der er flere ledelsesdiscipliner i denne uddannelse end i f.eks. cand.negot. uddannelsen, hvis kandidater alligevel varetager ledelsesfunktioner i en lang række sammenhænge. Ledelses-elementet i uddannelsen rækker langt ud over de discipliner, der hedder noget med management (som i sig selv udgør 30 ECTS!):

- For eksempel er undervisningen i strategisk kommunikation, business anthropology, samt den antropologisk-etnografiske metodik direkte ledelsesorienteret. Se f.eks. Journal of Management Studies, 48:1 (Januar 2011)
- Kritisk antropologisk indsigt er et centralt ledelsesredskab i en globaliseret og multikulturel verden, som er anerkendt af ledende amerikanske business schools.
<http://www.nytimes.com/2010/01/10/business/10mba.html?pagewanted=all>

Markedsindsigt som genereret gennem f.eks. kurserne i globaliseringsprocesser, udviklingsøkonomi, marketing, de antropologiske discipliner samt global consumer culture udgør et centralt ledelsesredskab i en markedsorienteret organisation. At betragte markedsindsigt som sekundær i forhold til ledelsesfunktionerne finder vi ikke er i overensstemmelse med en moderne tankegang.

Uddannelsen er netop bygget op om et sæt principper, der afviser hensigtsmæssigheden i at skelne mellem "management anthropology" og "market anthropology". Ledelse og omverdensindsigt hænger uløseligt sammen i globaliseringens tidsalder. Samtidig vil vi gerne understrege, at vi i almindelighed anser bachelor niveauet som kompetencegivende med henblik på at give indspark til ledelsesfunktionen, mens et kandidat-niveau vil give deciderede ledelseskompetencer" (Høringssvar, s. 1).

Universitetet anfører yderligere: "Uddannelsen handler grundlæggende om, hvordan virksomheder kan agere på fremtidens marked. Denne (ledelses-drevne) ageren er konstant i fokus, ikke kun i deciderede ledelsesfag, men i alle diskussioner af kultur, globalisering og markedsdynamikker: Teoretisk og empirisk indsigt vurderes ud fra, hvilke retningslinjer det sætter for ledelsens beslutninger og kommunikation heraf. Mere specifikt vil vi henlede opmærksomheden på, at i den sprogbrug som anvendes i kompetenceprofilen, referer både "ledelse", "management", "udarbejdelse af strategi" og "organisering af arbejde" til ledelsesrelaterede læringselementer, som de studerende vil blive undervist og prøvet i, så de med rette kan kalde sig bachelorer i Market and Management Anthropology. Tager ACE denne forklaring af sprogbrugen til efterretning, må ACE også genoverveje den opfattelse, at kompetenceprofilen mangler fokus på ledelse. Dette fokus optræder i følgende af kompetenceprofilens formuleringer, kommentarer er indføjet til enkelte af dem: ...

Færdigheder:

- Kan analytisk se sammenhænge mellem, og konteksten for, de potentialer og udfordringer der møder virksomheder og offentlige institutioner (*dette er ikke ledelse, men understøtter et fokus på, hvordan ledelse baserer sig på en forståelse af omverdens kulturelle og globale dynamikker*). ...

Kompetencer:

- Kan identificere det vidensbehov, som løbende opstår for organisationelle aktører, der orienterer sig mod markeds-dynamikker (*vi opfatter det som en del af ledelse, eller en funktion der direkte understøtter le-*

delse; at man kan diskutere og definere hvad der er nødvendig viden for at opnå mål, og kan igangsætte tiltag der indhenter denne viden). ...

- Kan identificere velegnede tilgange til at lede organisationel omstrukturering (igen understreger vi., at meningen ikke er, at bachelorerne selv skal indtage den ledende rolle. Men at de kan levere indsigt i de målgrupper som ledelsens tiltag retter sig mod, og hermed et bedre grundlag for at forudsige tiltagenes konsekvens. Samt at de kan kombinere denne indsigt med deres viden om forskellige 'principles of management' og således præsentere en række alternative scenarier for ledelsens tiltag. Yderligere kommentarer hertil under sektion 4)" (Høringssvar, s. 5f).

Af høringssvaret fremgår yderligere: "Aftagerne har alle været enige om, at selve det at lede ikke er noget man lærer på universitetet, men noget nogle mennesker lærer i karriereløbet. Et godt udgangspunkt herfor er, mener aftagerne, en teoretisk funderet forståelse af ledelse og management der gør, at man ikke lader sig lede af skiftende modebølger på feltet, men snarere forstår hvorfor de opstår når de gør. Samt at man via de antropologiske metoder kan gå ud og undersøge, hvordan ansatte reagerer på ledelses-tiltag. Vi henviser samtidig til de generelle betragtninger vedrørende forholdet mellem bachelorer og kandidater, som blev bragt indledningsvis ... Ledelse har en langt større plads i kompetenceprofilen og de enkelte fag, samt en tættere relation til antropologien. Vi henviser her til de indledende bemærkninger om kritisk antropologi samt markeds- og samfundsindsigt som ledelsesredskaber. Det er for eksempel oplagt, at introduktionen af almen socialantropologisk og økonomisk antropologisk teori i sine cases og eksemplificeringer ikke primært vil tage udgangspunkt i klassiske antropologiske studier af stammesamfund, men i organisationelle og markeds-mæssige sammenhænge af direkte relevans for de jobfunktioner, som de færdige bachelorer og kandidater forventes at varetage" (Høringssvar, s. 7).

Det er på baggrund af universitetets ansøgning, høringssvaret og den reviderede kompetenceprofil vurderingen, at uddannelsens kompetenceprofil svarer til uddannelsens titel. Det er vurderingen, at titlen signalerer, at uddannelsen giver viden, færdigheder og kompetencer, der gør den studerende i stand til at bruge antropologiens teorier og metoder til at udføre markeds- og ledelsesrelaterede analyser og opgaver, og at dette er afspejlet i uddannelsens kompetenceprofil. Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar at uddannelsens kompetenceprofil kan siges at understøtte en bredere forståelse af begrebet "ledelse" i titlen.

Niveau

Universitetet har redegjort for, hvordan uddannelsens kompetenceprofil lever op til kvalifikationsrammens typebeskrivelse af kandidatniveauet i den supplerende dokumentation modtaget den 23. juni 2011: "I henhold til **Viden og Forståelse** vil de studerende modtage forskningsbaseret undervisning på internationalt niveau i teorier indenfor globalisering, management, markeds-kommunikation, antropologisk kulturanalyse og kvalitativ metode. Som udbytte heraf kan de studerende analysere de globaliserings-relaterede udfordringer som organisationer møder, og motivationerne bag samt konsekvenserne af individers og organisationers praksis. De kender en række forskellige former for organisationel praksis, og forstår analytisk disses strategiske og taktiske rationale. De kan reflektere over samt evaluere forskellige metodiske tilgange til det videns-behov, som organisationer møder, både ud fra kriterier for forskningsmæssig validitet, og for manageriel nytte.

I henhold til **Færdigheder** lærer de studerende at anvende metoder og redskaber fra fagområderne antropologi, kvalitativ metode, international økonomi, management og kommunikation. Indenfor disse kan de vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger som erhvervslivet møder, samt begrunde og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller. De opøver desuden generelle færdigheder i at begå sig i fremmede kulturer, i projektledelse, i anvendelsen af statistiske modeller og i at forstå virksomheders finansielle information samt et samfunds økonomiske nøgletal. Desuden i skriftlig og mundtlig formidling overfor specialister og ikke-specialister; både internt i organisationer, og eksternt overfor medier samt gennem markedsføring.

I henhold til **Kompetencer** kan de studerende selvstændigt forholde sig til, og som del af tværfaglige teams medvirke til at håndtere, de markedsrelaterede muligheder og udfordringer, som organisationer løbende møder, og som skærer på tværs af globaliseringens økonomiske og kulturelle dimensioner. De studerende vil

bidrage med deres evne til at skabe tiltag indenfor management og markedsforståelse, som tager højde for den kulturelle og politiske kontekst, er baseret på viden om aktuel forskning og kriterier for videnskabelig validitet, og er professionelt eksekverede. De studerende kan opnå yderligere research-mæssig træning ved at assistere på forsknings-projekter, eller søge akademisk specialisering ved at gå ind på et socialvidenskabeligt overbygnings-studie. Generelt kan de identificere deres egne behov for læring, og strukturere en korresponderende læringsproces, som kan være baseret både på akademiske kilder og primær empirisk forskning” (Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011).

Det er på baggrund af ovenstående redegørelse sammenholdt med uddannelsens kompetenceprofil vurderingen, at uddannelsens kompetenceprofil lever op til typebeskrivelsen for bachelorniveauet i kvalifikationsrammen. Det bemærkes, at målene for viden, færdigheder og kompetencer i den oprindeligt fremsendte kompetenceprofil var beskrevet på et relativt højt niveau. Det er vurderingen, at den reviderede kompetenceprofil, som blev fremsendt som supplerende dokumentation til høringssvaret i højere grad er i overensstemmelse med kvalifikationsrammens typebeskrivelse for bachelorniveauet.

Samlet vurdering af kriteriet

Det er vurderingen, at kriterium 3 samlet set er tilfredsstillende opfyldt.

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 3 er ændret fra delvist tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet vurderingen af, at uddannelsens kompetenceprofil i forhold til de antropologiske og ledelsesmæssige elementer ikke i tilstrækkelig grad svarer til titlen, er ændret på baggrund af høringssvaret og den reviderede kompetenceprofil.

Dokumentation

Ansøgning, s. 20-22

Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011

Udkast til studieordning, Samlet ansøgning, s. 39-147

Høringssvar modtaget 12. september 2011

Supplerende dokumentation til høringssvaret modtaget 24. oktober 2011

Kriterium 4: Uddannelsens struktur og tilrettelæggelse

Kriterium 4 vurderes at være opfyldt

- ☒ tilfredsstillende
- ☐ delvist tilfredsstillende
- ☐ ikke tilfredsstillende

Begrundelse

Sammenhæng mellem adgangsgrundlag og fagligt niveau

Det fremgår af ansøgningen, at bacheloruddannelsen hører under det samfundsvidenskabelige hovedområde i adgangsbekendtgørelsen, og at uddannelsen udelukkende vil være dækket af de områdespecifikke adgangskrav:

- Engelsk B
- Historie B, eller Idehistorie B eller International økonomi B, eller Samfundsfag B, eller Samtidshistorie B
- Matematik B

Universitetet har uddybet sammenhængen mellem ovenstående adgangsgrundlag og uddannelsens faglige niveau i den supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011: "Uddannelsen er i sit udgangspunkt tværfaglig, hvilket afspejler sig i de kriterier, der er opstillet for optagelse. Kursets første semester består af introduktionsmoduler, der skal tjene som overgangsfag fra de adgangsgivende uddannelser og introducere kerneområderne i studiet. Hvad enten den studerende har den ene eller den anden mere eller mindre specialiserede baggrund, inden for de kriterier, der er fastlagt nedenfor, bygger uddannelsen videre på den studerendes analytiske forkundskaber og specialiserer den studerende i forhold til analyse og håndtering af globaliseringens problemstillinger.

Studiet indeholder ikke et egentlig metodologisk træningsfag. Eftersom empirisk feltarbejde fylder relativt meget senere hen på studiet, så er den umiddelbare studietræning lagt ind i nogle af de introducerende discipliner. Eksaminationerne i fagene Introduction to Globalization samt Introduction to Social Anthropology er lagt an på at give de studerende en første indføring i akademisk arbejde i såvel teoretisk såvel som empirisk henseende, mens Global Economic Systems også introducerer til almen makroøkonomisk metodik. Engelsk på mindst B niveau er krævet for at have et vist udgangspunkt i beherskelsen af engelsk. Engelsk er undervisningssproget på uddannelsen fra første dag. Endvidere må det forventes at være karrieresprog i en række af de sammenhænge, uddannelsen sigter mod at levere arbejdskraft til, hvorfor den udbygning af det faglige engelske, som ligger i uddannelsens opbygning, er en central del af uddannelsens kompetence, selvom der ikke foregår specifik sprogindlæring. Matematik på B niveau kræves af hensyn til undervisningen i faget Global Economic Systems samt, i mindre grad, i faget Development Economics. Endvidere vil matematik kunne indgå i faget Social and Economic Statistics, om end i begrænset omfang.

Endelig fordres at mindst et af de nævnte, alment dannende fag, Historie, Idehistorie, International økonomi, Samfundsfag eller Samtidshistorie på B niveau. Disse tjener hver på deres måde som baggrund for den samlede uddannelsesprofil. Endvidere demonstrerer de den studerendes interesse for og indblik i betydningen af samfundsmæssige, økonomiske, kulturelle og eller historiske sammenhænge, der udgør det betingelsesfelt, hvorunder man skal agere i en global verden" (Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011).

Det er vurderingen, at ovenstående beskrivelse viser, at der er sammenhæng fra adgangsgrundlaget til uddannelsens faglige niveau.

Faglig progression fra første til sidste semester

Universitetet har beskrevet uddannelsens struktur og faglige progression i ansøgningen: De første fire semestre af bacheloruddannelsen i Market and Management Anthropology er sammensat af obligatoriske fagelementer, som introducerer de studerende til forskellige erhvervsøkonomiske og antropologiske temaer, teorier og analysemodeller. Hvert af de fire semestre består af to fagelementer på 10 ECTS og to på 5 ECTS. 5. semester, som foregår ved et udenlandsk universitet består af to 10 ECTS valgfag og antropologisk feltarbejde. 6. semester inkluderer ud over bachelorprojektet to fagelementer på 5 ECTS. Universitetet beskriver uddannelsens faglige progression i ansøgningen: ”Principperne bag opbygningen er, at de studerende hvert semester skal introduceres til forskellige aspekter i de grundlæggende kompetencer, der skal opbygges i løbet af uddannelsen. Endvidere er det et centralt princip for uddannelsen, at kompetencerne så vidt muligt skal indgå som ramme for de enkelte fag. ... Det er endvidere hensigten ... at den antropologiske dimension ikke introduceres i et specifikt semester, men går som en rød tråd gennem uddannelsens seks semestre og dens discipliner. Alle de underviste kurser anlægger en adfærdsorienteret tilgang, hvor konkrete menneskelige valgsituationer, relationer med videre er i fokus frem for abstrakteoretiske konstruktioner af f.eks. økonomiske modeller. Der er en progression hen over uddannelsesforløbet fra introducerende og redegørende fag til mere praktisk analyserende fag. ... Uddannelsen er struktureret således, at der er en direkte faglig progression mellem de enkelte socialantropologiske kurser fra 1. til 5. semester. Desuden er de øvrige faglige elementer organiseret på en sådan måde, så de går fra de mest generelle fagområder til gradvist mere specifikke” (Ansøgning, s. 23f).

Indholdet i de enkelte semestre og den faglige sammenhæng i uddannelsen uddybes i det følgende:

- 1. semester introducerer først og fremmest de studerende til socialantropologien og til økonomiske, politiske, sociale og kulturelle globaliseringsprocesser med det formål at lægge ”... grunden til forståelsen for uddannelsens samlede, tværdisciplinære relevans og sigte, nemlig forståelsen af globaliseringen og implementeringen af dens konsekvenser i daglige ledelsesmæssige sammenhænge” (Ansøgning, s. 23). Samtidig fremgår det, at fagelementet ”... globalization processes skal give en generel indføring i økonomiske politiske, sociale og kulturelle globaliseringsprocesser. Kurset udbygges af et kursus, der fokuserer specifikt på den globale økonomi og dens konjunkturelle sammenhænge på kort og længere sigt, global economic systems. Det fremgår af navnet, at der vil blive lagt særlig vægt på den globale økonomis systemiske karakter. Kurset i global organisations skal give en deskriptiv indføring i nogle af den globaliserede verdens mest centrale organisationelle aktører. Også her vil det systemiske perspektiv blive understreget” (Ansøgning, s. 24).
- 2. semester er primært rettet mod markedet som institution: ”Der bygges videre på grundkurset i antropologi med kurset i economic anthropology, der ser på markedet i antropologisk perspektiv. Kurset development economics bygger oven på såvel indføringen i de globale økonomiske systemer som de globale aktører, men ser specifikt på de globale mønstre af handels og finansielle transaktioner som udviklingsredskaber, herunder specifikt iværksætter- eller kapitalgenererings-redskaber. International b-to-b marketing sætter fokus på marketing-relaterede aktiviteter og på markedsorientering i globalt opererende organisationer. Kurset retter sig specifikt mod branche og organisationel marketing, og ikke mod forbrugemarketing. Kurset i social and economic statistics er i den forbindelse et beskrivende hjælpefag til oplæring af kritisk brug af sekundært kildemateriale” (Ansøgning, s. 24). Uddannelsens 2. semester beskrives yderligere i universitetets høringssvar: ”Marketing-faget er et nødvendigt redskab for uddannelsens erhvervsprofil. Det diskuterer samtidig de mest grundlæggende principper for konkret interaktion mellem udbydere og købere i en markeds-mæssig sammenhæng. Det udviklingsøkonomiske fag understreger forskelligheden i den måde, hvorpå markeder fungerer i global sammenhæng, mens faget i økonomisk antropologi sætter de økonomiske og markeds-mæssige transaktioner ind i et institutionelt og socio-kulturelt perspektiv” (Høringssvar, s. 10).
- 3. semester introducerer til principper og teorier omkring ledelse i relation til de globale markeder: ”ledelse opfattes først og fremmest som en kombination af strategisk planlægnings og en strategisk kommunikations praksis målrettet specifikke målgrupper. Semesterets omdrejningspunkt er derfor kurserne principles of management samt public management under globalization, der fokuserer på ledelse som planlægnings- og beslutningsværktøj på tværs af offentlige og private sammenhænge

samt kurset i strategic communication, der fokuserer på organisationel kommunikation. Kurset i budget and management accounting er et støttefag for ledelsesfaget, som skal give indsigt i kritisk at vurdere forskellige budgetlægnings og økonomistyringsværktøjer” (Ansøgning, s. 25). Dette uddybes i høringssvaret: ”Det globale perspektiv er blevet introduceret på tidligere semestre, og bliver fulgt op i forbindelse med cases og eksempler i undervisningen. Det er direkte medtaget i titlen på faget i offentlig ledelse. Det er blandt andet netop på denne måde, der er sørget for progression imellem uddannelsens semestre. ... Vi minder om, at uddannelsens antropologiske fundament gør, at ledelse anses for en menneskelig interaktionsproces snarere end en organisationel model-teoretisk proces” (Høringssvar, s. 10f).

- 4. semester fokuserer på metoder til analyse og oparbejdning af ledelsesunderstøttende informationer i det globale marked: ”Semesterets overordnede formål er således metoder til vidensgenerering med henblik på en konkret problemløsning. Kurset i business anthropology indfører i princippet omkring intraorganisationelt feltarbejde, men introducerer også til antropologisk analyse og forståelse af et felt, f.eks. en branche. Kurset fungerer som teoretisk grundlag for kurset anthropological fieldwork, der dels er baseret på en introduktion til antropologisk metode (i dette 4. semester), der skal sætte de studerende i stand til under deres udlandsophold i 5. semester at lave feltarbejde. En del af dette metodeintroducerende forløb er helliget philosophy of science udgør en bredt funderet introduktion til videnskabelige principper og metoder med særlig henblik på de discipliner, der udgør kernen i uddannelsen. Faget global consumer cultures samler op på nogle af de centrale indsigter fra antropologien og anvender dem i forbrugermæssig sammenhæng med henblik på forståelsen af de globale markeders ensartethed og forskellighed. Endelig udgør faget Perspectives on Law and Society en introduktion til juridiske sammenhænge” (Ansøgning, s. 25).
- 5. semester er dedikeret til udførelse af tværkulturelle kompetencer og antropologisk feltarbejde i praksis gennem det obligatoriske udlandsophold, der kombinerer valgfag ved et andet universitet med antropologisk feltarbejde i praksis.
- 6. semester afslutter uddannelsen med et bachelorprojekt. Derudover indgår to ”opsamlingskurser”: ”Project management” og ”Global value chains”. Project management har til formål at understøtte bachelorprojektet, sammenfatte de ledelsesmæssige kompetencer til projektledeleskompetence og bygge videre på såvel ledelsesdisciplinerne som på erfaringer fra feltarbejdet. ”Global value chains” ”... sammenknytter indsigterne i antropologi og globale markedsøkonomiske sammenhænge til forståelse for globale værdikæder” (Ansøgning, s. 24). Fagelementet skal desuden bygge ”bro mellem de tidligere semestres økonomiske og ledelsesmæssige discipliner på den ene side og globaliseringen og antropologien på den anden, gennem en indføring i de komplekse sammenhænge som det globale markeds værdi-kæder udgør” (Ansøgning, s. 25).

Det bemærkes positivt, at der i udkastet til beskrivelserne af fagelementer indgår fourdsætningskrav. Det bemærkes dog samtidig, at disse sammenhænge ikke altid er lige klare. F.eks. lægger beskrivelsen af ”Public management and globalization” op til, at fagelementet bl.a. danner basis for ”Global consumer culture” på 4. semester, idet der her fokuseres på forholdet mellem forbrug i den offentlige og private sektor. Dette fremgår imidlertid ikke af beskrivelsen af ”Global consumer culture”. I høringssvaret understreger universitetet, at ”Fagbeskrivelserne er ikke endeligt godkendte, og de vil således skulle bearbejdes yderligere inden studiestart. Ligesom der undervejs i uddannelsen kan opstå behov for justeringer/rettelser særligt for så vidt angår de fag, som er placeret i slutningen af uddannelsen. ACE har leveret en mængde gode observationer, der kan danne basis for justeringer af fagbeskrivelserne, og som vil styrke uddannelsens interne sammenhæng. Disse er således taget ad notam. Dog er de på ingen måde så kritiske, at de må forhindre en nødvendig uddannelse i at se dagens lys” (Høringssvar, s. 9). Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar, at udkastet til studieordningen ikke er bindende, og det noteres, at universitetet ser potentiale for yderligere justeringer af fagbeskrivelserne, ligesom enkelte læringsmål er blevet præciseret i høringssvaret.

Det blev tidligere vurderet, at der ikke var tilstrækkelig tydelig progression mellem de antropologiske fagelementer og de mere erhvervsøkonomiske og samfundsvidenskabelige fagelementer. Hertil skriver universitetet i høringssvaret: ”Det antropologiske udgangspunkt indgår naturligvis ikke i alle erhvervsøkonomisk orienterede fagelementer. Flere af disse skal bibringe relativt konventionelle forståelser af virksomhedsfunk-

tioner (Budget and management accounting, Social and economic statistics, Strategic Communication), som antropologien ikke inkluderer, og skal trække i en anden retning end antropologien, både fagligt og i aftagernes bevidsthed. Flere erhvervsøkonomiske fagelementer har dog direkte berøring med det antropologiske perspektiv:

- Global economic systems: Her lærer de studerende om de makroøkonomiske processer, hvis interaktion med lokale kulturer og markeder analyseres af antropologien.
- International b-to-b marketing: Faget handler om internationale relationer mellem firmaer, og en del af disse kan anskues gennem antropologiens fokus på firma-kultur og nationale kulturer.

Hvad angår de samfundsagligt orienterede fagelementer, har disse en berøringsflade til antropologien på alle områder der omhandler gruppers sociale strukturer eller kulturelle opfattelser. Her indgår det antropologiske udgangspunkt:

- Development Economics: Antropologien har altid studeret samfund i den 3.verden, og mange cases fra gryende markeder i den 3. verden vil kunne diskuteres på tværs af dette fag og Economic Anthropology, som kører i samme semester.
- Perspectives on Law and Society: Faget handler om hvordan et samfunds love er indlejret i dets værdier og magtstrukturer. Således at se lovværket i en større kontekst og anfægte dets neutralitet er en antropologisk kernekompetence, og faget vil på alle måder bygge videre på de studerendes erfaring hermed fra antropologiske fag. Dette antropologiske afsæt er ikke tilstrækkeligt tydeligt formuleret i fagbeskrivelsen, og er eksempel på et af de områder, hvor ACEs bemærkninger vil blive indarbejdet (Høringssvar, s. 9).

Det anerkendes på baggrund af høringssvaret, at alle fagelementer ikke nødvendigvis skal indeholde antropologiske perspektiver. Det bemærkes positivt, at universitet – jf. høringssvaret, vil præcisere hvordan det antropologiske udgangspunkt indgår i læringsmålene for f.eks. ”Perspectives on law and society”, og det anerkendes – jf. høringssvaret, at flere af de fagelementer, hvor det antropologiske udgangspunkt ikke indgår direkte, kan ses som ”redskabsfag” for de antropologiske analyser.

Universitetet redegør ligeledes i høringssvaret for koblingen mellem ledelse og antropologi i fagelementerne: ”De forståelser af kontekst og relationer som nævnes flere steder i kompetenceprofilen, implicerer alle en evne til antropologisk analyse. Samtidig danner de et fundament for ledelse: Ledelse som baseret på en viden om omverden, og på muligheden for at efterspørge eller anfægte forskellige typer af viden. Hvad fagelementerne angår kobles ledelse og antropologi flere steder:

- Introduction to social anthropology: Hele antropologiens fokus på hvordan legitimitet hævdes og anfægtes, gennem ritualer og diskurser, i en kontekst af social organisation og sociale roller, lægger grunden til en forståelse af ledelse som den udspiller sig i hverdagen.
- Public management and globalization: Deler med Business anthropology et fokus på skift i politisk og administrativ kontekst.
- Principles of management: Antropologien indgår i undervisningen i moderne teorier om management og ledelse. Antropologiens forståelse af social kompleksitet underbygger emner som “the interdependence of strategy, leadership and staffing” og “(un)intended consequences of management and leadership”.
- Business Anthropology: Faget har en række mål og emner der handler virksomhedens organisatoriske univers, og dermed relaterer til ledelse: ”Students become able to apply anthropological theories and methods in order to identify, study, and provide solutions to problems faced by all kinds of business organizations... promoting smooth working relationships among culturally different employees”, ”They comprehend how anthropological insights into small-scale cultures apply to the codes, taboos and traditions of the corporate world” (Høringssvar, s. 10).

I høringssvaret redegør universitetet yderligere for uddannelsens sammenhæng og progression: ”Der er her tale om en afbalancering af hensyn. Det er et udtrykt ønske fra aftagerne, at de studerende OGSÅ er relativt godt klædt på med hensyn til mere traditionelle erhvervsøkonomiske discipliner. Samtidig ville vi undgå at lave en uddannelse, der lignede eksisterende uddannelser for meget. Uden at vi har villet lave en HA (anthr.),

så har det betydet, at vi har sikret en introduktion af fundamentale funktionselementer fra erhvervsøkonomien (ledelse, marketing, makroøkonomi, regnskab). Disse fag undervises for de flestes vedkommende specifikt for denne uddannelses studerende. Der er derfor rig mulighed for at indtænke den viden, der er erhvervet på tidligere semestre og således sikre en fortløbende progression. Vi har argumenteret for sammenhængen mellem fagene på de enkelte semestre, samt for den antropologiske ”søjle”, der går igennem uddannelsen. De øvrige fagelementer indgår imidlertid også i ”søjler” af viden, der kompletterer hinanden. Man kan identificere en ”søjle”, eller måske snarere en gruppe af fag, der introducerer det globale marked ud fra en hhv økonomisk (”global economic systems” samt ”development economics”) og en sociologisk-organisational vinkel (”global organisations”, ”globalisation processes”). Disse udgør fag, der beskriver globaliserings makro-omgivelser. Desuden er der en række fag, der specifikt orienterer sig mod ledelseskompetencer i organisationer (der altså opererer i disse globale omgivelser). Det er fagene på 3 semester, det juridisk-sociologiske fag på 4. semester samt ”project management” på 6. semester. Endelig er der en række fag der orienterer sig mod indsigter i interaktionen mellem organisation og markeds-mæssige omgivelser (marketing, kommunikation, global consumer cultures, global value chains). Vi kan således sammenfatte uddannelsen i flg. fire interrelerede områder: antropologi, ledelse, markedsindsigt, makro-omgivelser), der sikrer progressionen. I den forstand minder uddannelsen om en anden bred og tværfaglig BA uddannelse, negot, blot med den forskel at integrationen på tværs af søjlerne og den tematik, der er på hvert semester, sikrer en endnu bedre sammenhæng mellem de enkelte fagelementer. Specifikt kan der bemærkes om sammenhængen mellem fagene ”public management and globalization” og ”global consumer culture”, at det globale forbrugersubjekt, der henvises til i sidstnævnte ikke kun er geografisk, men også sektorielt, altså med henvisning til det faktum at ”forbrugerrollen” ekspanderer uden for deciderede markedstransaktionelle sammenhænge. ”Det globale” henviser altså også til den moderne ”borger/forbruger” (Høringssvar, s. 13f).

Det er vurderingen, at universitetets ansøgning og høringssvar samlet set viser, at der er en faglig progression fra uddannelsens første til sidste semester. Progressionen vurderes at være tydeligst i forhold til de rene antropologiske fagelementer isoleret set. Det anerkendes samtidig – jf. høringssvaret, at universitetet har et ønske om at integrere fagelementerne yderligere i praksis. I vurderingen lægges der dog vægt på det indholdsmæssige grundlag for uddannelsen forstået som kompetenceprofilen og fagelementernes læringsmål og beskrivelser, som fremgår af ansøgningen.

Sammenhæng mellem fagelementernes læringsmål og uddannelsens kompetenceprofil

Universitetet har i den supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011 udarbejdet nedenstående skema, som viser, hvordan den oprindelige kompetenceprofils mål for viden, færdigheder og kompetencer kan opnås inden for rammerne af de fagelementer, der er beskrevet i udkastet til studieordningen. Det bemærkes, at der i forbindelse med høringssvaret er fremsendt en revideret kompetenceprofil. Det er dog vurderingen, at den reviderede kompetenceprofil ikke tilføjer nye elementer, og at ændringerne primært har haft til formål at skabe en klarere overensstemmelse med fagelementernes læringsmål.

	1.sem Global Organizations	1. sem Global Economic Systems	1.sem Introduction to Globalization	1.sem Introduction to Social Anthropology	2. sem International b-to-b Marketing	2.sem Development Economics	2.sem Economic Anthropology	2. sem Social and Economic Statistics	3.sem Strategic Communication	3. sem Public Management and Globalization	3.sem Financial Accounting	3.sem Principles of Management	4. sem Perspectives on Law and Society	4. sem Anthropological Methods, Philosophy	4.sem Business Anthropology	4.sem Global Consumer Cultures	5. sem Anthropological Fieldwork	6. sem Global Value Chains	6.sem Project Management	6.sem Bachelor Project
VIDEN																				
Forstår hvorledes markeder opstår og udvikler sig under indflydelse fra globale begivenheder og processer, der skærer på tværs af økonomiske og politiske domæner, og sammenvæves eller kolliderer med lokale kulturer og sociale strukturer	X	X	X	X	X	X	X						X			X		X		X
Forstår de udfordringer, som management møder i forhold til globalisering, og i forhold til vedvarende skift i relationen mellem offentlige og private sektorer	X	X	X							X	X	X								X
Har et grundigt kendskab til alle faser indenfor forskningsdesign, og en række metodologiske tilgange til den systematiske indsamling og analyse af empiriske data								X						X	X		X			
Har praktisk erfaring med selvstændig, længerevarende indsamling af data under vejledning af erfarne forskere og praktikere														X			X			
FÆRDIGHEDER																				
Kan analytisk se sammenhængene mellem, og konteksten for, de potentialer og udfordringer der møder virksomheder og offentlige institutioner			X	X	X		X			X	X		X		X	X		X		X
Kan udmønte analysen i udarbejdelsen af en passende strategi for, hvorledes organisationen opnår sine mål i en globaliseret og markeds-orienteret kontekst					X			X	X	X		X	X		X				X	X
Kan organisere dette arbejde i et tværfagligt miljø												X							X	
Kan kommunikere resultater og løsninger til et bredt publikum, der inkluderer ikke-specialister									X											
Mestrer en række kvalitative og kvantitative tilgange til indsamlingen af empiriske data, og kan reflektere over disses epistemologiske rationale og etiske konsekvenser						X		X						X	X		X			
KOMPETENCER																				
Kan identificere det vidensbehov, som løbende opstår for organisationelle aktører, der orienterer sig mod markeds-dynamikker								X						X	X		X			
Kan organisere de færdigheder som er nødvendige for at skabe denne viden, enten gennem en specialiseret tilgang eller i tværfagligt regi														X					X	
Kan selvstændigt designe en passende metodologisk tilgang, der er baseret på epistemologiske overvejelser, såvel som en nøgtern afvejning og prioritering af, hvilke ressourcer der er tilgængelige for data-indsamling og -analyse														X			X			
Kan udarbejde videnskabelige modeller for beskrivelsen af de muligheder og udfordringer, som organisationer står overfor, samt for analysen af disses potentielle konsekvenser – især angående emner indenfor tværkulturel forståelse, global kompleksitet og skiftende markeds-dynamikker	X	X	X			X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X		X
Kan identificere velegnede tilgange til at lede organisationel omstrukturering									X	X		X		X	X		X		X	
Kan identificere velegnede tilgange til at involvere og kommunikere med borgere og forbrugere									X					X		X	X			
Kan designe og facilitere innovations processer med det mål at udvikle produkter og services, som appellerer til menneskers symbolske og funktionelle behov				X			X	X						X	X	X	X		X	

(Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011 – oprindelig kompetenceprofil)

Det blev tidligere vurderet, at en række mål i den oprindeligt fremsendte kompetenceprofil var formuleret på en måde, som gav dem et meget bredt fokus og at der derfor kun delvist var dækning for kompetenceprofilen i fagelementernes læringsmål. Det blev f.eks. vurderet, at der var forskel på udfordringer for virksomheder generelt og udfordringer specifikt knyttet til globaliseringsprocesser. Dertil kommer, at det blev vurderet, at der opstod en indholds- og niveaumæssig forskydning mellem fagelementernes læringsmål, som primært har et analytisk fokus, og flere af målene i den oprindelige kompetenceprofil, som var mere handlingsorienterede i forhold til at løse konkrete opgaver i en organisation. Det blev f.eks. vurderet, at der var forskel på, om de studerende kunne udmønte en analyse i udarbejdelsen af en strategi, eller om de kunne levere et analytisk input til udarbejdelsen af en strategi. Det blev ydermere tidligere bemærket, at det forhold at bacheloruddan-

nelsen udgør en ny faglig kombination, netop understreger vigtigheden af, at kompetenceprofilen er præcist formuleret i forhold til fagelementernes læringsmål, niveau og indhold.

I høringssvaret uddyber universitetet, hvordan sammenhængen mellem kompetenceprofilen og fagelementernes læringsmål er tænkt: "Kompetenceprofilens skematiske opstilling er ikke en 1:1. gengivelse af komponenter fra fagbeskrivelsernes elementer men netop sammenfatninger. Vi vil derfor generelt udtrykke vores forundring over, at en sammenfatning læses så bogstaveligt, som det synes tilfældet her" (Høringssvar, s. 11). Universitetet har samtidig – jf. ovenstående – fremsendt en revideret kompetenceprofil.

Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar, at den skematiske opstilling har til formål at udgøre en helhedsorienteret sammenfatning af uddannelsens mest centrale mål for viden, færdigheder og kompetencer, og at de enkelte mål ikke nødvendigvis skal kunne genfindes i samme formulering i fagelementernes læringsmål. Ovenstående skema indikerer, hvordan fagelementerne relaterer sig til de forskellige elementer i kompetenceprofilen.

De mål der er formuleret i den reviderede kompetenceprofil eller præciseret i høringssvaret, vurderes at være dækket af fagelementernes læringsmål. Således vurderes der med høringssvaret og præciseringerne i den reviderede kompetenceprofil, at være dækning for blandt andet kompetencemålene:

- *Forstår de udfordringer, som ledelsesfunktionen møder i forhold til globalisering, og i forhold til vedvarende skift i relationen mellem offentlige og private sektorer, herunder de kulturelle værdier, institutioner, ritualer og omgangsformer, der repræsenterer denne relation..* Det er vurderingen, at læringsmålene for f.eks. "Principles of management" og "Public management and globalization" bidrager til opnåelsen af dette mål for viden i kompetenceprofilen.
- *Kan levere analytiske input, funderet på både videnskabelig og forretningsmæssig forståelse, til udarbejdelsen af en passende strategi for, hvorledes organisationen opnår sine mål i en globaliseret og markeds-orienteret kontekst. Kan bidrage med tværfagligt udsyn til dette arbejde.* Læringsmålene for fagelementet "Business anthropology" indebærer, at den studerende skal "Be able to offer anthropological input into a discussion of business strategy" (Samlet ansøgning, s. 131), og det er på den baggrund vurderingen, at der er dækning for dette mål for færdigheder i kompetenceprofilen.
- *Kan bidrage med et antropologisk perspektiv på tilgange til at lede organisationel omstrukturering.* Det er vurderingen, at læringsmålene for f.eks. "Business anthropology" og "Principles of management" understøtter opnåelsen af dette kompetencemål.

Det er på baggrund af den reviderede kompetenceprofil og universitetets høringssvar vurderingen, at der kun tilbagestår mindre uklarheder, som vedrører sammenhængen mellem følgende mål i den reviderede kompetenceprofil og fagelementernes læringsmål:

- *Forstår hvorledes markeder opstår og udvikler sig. Kan analysere markeder i et antropologisk perspektiv; med øje for hvordan globale begivenheder og processer skærer på tværs af økonomiske og politiske domæner, og sammenvæves eller kolliderer med lokale kulturer og sociale strukturer.* I høringssvaret præciserer universitetet: "... faget i "global consumer culture" [er] struktureret omkring CCT forskningstraditionen med dens fokus for forbrug og kulturel identitet, socio-kulturel formning af forbrugsmønstre, forskellige typer markedspladser, deres opståen og funktionsmåde, samt forbrugerens aktive reception af medierede markedsbudskaber. Alene dette fag kan siges at lære de studerende en del om "hvordan markeder opstår under indflydelse fra globale begivenheder"" (Høringssvar, s. 11). Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar, at forskningsmiljøet omkring Consumer Culture Theory har fokus på, hvordan markeder opstår under indflydelse fra globale begivenheder, og at dette sandsynligvis også vil afspejle sig i praksis i undervisningen. Det er dog samtidig vurderingen, at fagelementet "Global consumer culture" vurderes at have et mere afgrænset fokus på forbrugsmønstre i et kulturelt perspektiv.
- *Kan identificere velegnede tilgange til at involvere og kommunikere med borgere og forbrugere.* I høringssvaret anfører universitetet: "Den antropologiske vinkel identificerer det moderne subjekt som en borger/forbruger – i det omfang der er tale om fagelementer der henviser til markedsdynamikker (og det er en stor del af uddannelsens fag), så er der tale om forskellige typer af kommunika-

tion med involvering af borgere/forbrugere. Der er således ikke tale om borger-forbrugerinvolvering i snæver forstand” (Høringssvar, s. 13). Det anerkendes, at universitetet – jf. høringssvaret – i denne sammenhæng ikke fortolker involvering som en proces, hvor forbrugere/borgere involveres personligt – men hvor det mere handler om at identificere tilgange til at tænke forbrugere/borgere ind i en proces. Det er dog vurderingen, at denne fortolkning ikke fremstår klart af målet i kompetenceprofilen, hvor involvering er angivet i sammenhæng med, at de studerende skal kunne kommunikere med borgere og forbrugere.

Samlet set er det vurderingen, at uddannelsens kompetenceprofil er dækket af fagelementernes læringsmål.

Prøveformer

”Da det anses for vigtige kompetencer at kunne analysere under tidspres og at kunne præsentere komplicerede problemstillinger detaljeret, klart og tydeligt mundtligt såvel som skriftligt, vil prøveformerne omfatte synopsis med forsvar, mundtlige eksaminer med forberedelse, take-home essays, 4-5 timers skriftlige eksaminer både med og uden hjælpemidler, serier af skriftligt gruppearbejde under semesteret, samt kombinationer af en uges opgaveløsning i par, der efterfølges af 2 timers individuel skriftlig eksamen. Tilsammen udprøver disse eksaminer både substansen af uddannelsens kompetenceprofil og en bred vifte af færdigheder indenfor presentations-formater (mundtlig/skriftlig), tidsrammer for fordybelse (kortere/længere), oparbejdelse af ”paratviden” vs. adgang til hjælpemidler, og både selvstændigt arbejde samt samarbejde med andre studerende. ... En afgørende kvalitet ved uddannelsen er de studerendes færdigheder til at omsætte viden til praksis, samt udlede viden og teori af praksis. Centralt i udprøvningen heraf står det antropologiske feltarbejde under det obligatoriske udlandsophold. Her prøves den studerende både i rollen som ”projektansvarlig” for sin dataindsamling, der skal struktureres selvstændigt under vanskelige og fremmedartede forhold, og som ”medarbejder” i forhold til at levere svar på forsknings-spørgsmål, som sammen med deadlines er fastlagt inden udlandsopholdet, i dialog med vejlederen på SDU. Alle udprøvnings i de antropologiske fag kræver at de studerende applicerer teori på virkelighedsnære markeds- og management-situationer. Udprøvningen af de ledelsesmæssige færdigheder sker desuden igennem diverse problemløsende opgaver, enten i form af case-løsninger til skriftlig eksamen eller i form af term papers” (Ansøgning, s. 26).

Det er på baggrund af ovenstående redegørelse og beskrivelsen af prøveformerne for de enkelte fagelementer i udkastet til studieordningen vurderingen, at uddannelsens prøveformer udprøver centrale elementer i dens kompetenceprofil.

Understøtter tilrettelæggelsen af uddannelsen dens kompetenceprofil?

Det er på baggrund af universitetets ansøgning og høringssvar vurderingen at tilrettelæggelsen af uddannelsen overordnet set understøtter kompetenceprofilen. Det er vurderingen, at der er sammenhæng fra adgangsgrundlaget til uddannelsens faglige niveau, og at der overordnet set er en faglig progression fra uddannelsens første til sidste semester. Progressionen vurderes at være tydeligst i forhold til de rene antropologiske fagelementer, som understøttes af en række mere samfundsvidenskabelige og erhvervsøkonomiske fagelementer. Det anerkendes på baggrund af universitetets høringssvar, at uddannelsens kompetenceprofil har til formål at udgøre en helhedsorienteret sammenfatning af uddannelsens mest centrale mål for viden, færdigheder og kompetencer, og at de enkelte mål ikke nødvendigvis skal kunne genfindes i samme formulering i fagelementernes læringsmål. Det er vurderingen, at den reviderede kompetenceprofils mål for viden, færdigheder og kompetencer er dækket af fagelementernes læringsmål.

Pædagogisk afvikling af undervisningen

Universitetet pointerer i ansøgningen, at ”... universitetspædagogikken et særligt satsningsområde på Syddansk Universitet. De bærende undervisningskræfter på uddannelsen har gennemgået (eller vil snart gennemgå) universitetspædagogikum på Syddansk Universitet – et obligatorisk uddannelsesforløb for nyansatte adjunkter ved SDU. I forløbet tilrettelagt af Center for Universitetspædagogik lægges der særligt vægt på princippet om sammenhæng mellem faglige mål, undervisningsforløb- og former, prøveformer og evaluering. Derudover udbyder Samfundsvidenskabs Universitetspædagogiske Enhed og Det Centrale Uddannelsesudvalg ved Syddansk Universitet en række kurser og materiale, der giver mulighed for løbende opkvalifi-

cering af lærerkræfterne (se bilag 10 og 11). Endelig har Syddansk Universitet, Det Samfundsvidenskabelige Fakultet og den eksisterende studieadministrative struktur fokus på en professionalisering af den pædagogiske praksis i uddannelsesaktiviteterne, ligesom det er et krav ved nyansættelser på lektor- og professorniveau, at ansøgninger vedlægges en undervisningsportfolio (se bilag 12 Delpolitik for universitetspædagogik, og bilag 14 Det Samfundsvidenskabelige Fakultets Model for Pædagogisk Kompetence Udvikling). Et væsentligt element i pædagogisk udvikling er evaluering af undervisningen. Universitetet og Det Samfundsvidenskabelige Fakultet har allerede formuleret en politik for undervisningsevaluering (se 12 og 13 sidstnævnte indeholder de fakultetets udfyldende bestemmelser), ligesom der på såvel Institut for Marketing & Management som på Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi og Institut for Statskundskab og Juridisk Institut er etablerede faglige og administrative procedurer for undervisningsevaluering og opfølgning herpå” (Ansøgning, s. 27).

Det er vurderingen, at institutionen sikrer en kvalificeret og pædagogisk afvikling af undervisningen, samt at institutionen vil indhente de studerendes vurderinger af den pædagogiske afvikling af undervisningen – og at der vil blive fulgt op på vurderingerne. Det bemærkes imidlertid kritisk, at universitetet ikke har redegjort for, hvordan kvaliteten af den engelske undervisning – herunder undervisernes engelsksproglige kompetencer – vil blive sikret set i lyset af, at uddannelsen ønsket udbudt på engelsk.

Fysiske forhold

Universitetet skriver i ansøgningen, at det forventes, at der vil blive optaget 40-50 på uddannelsen, og at de studerende vil kunne rummes inden for de eksisterende fysiske rammer i forhold til f.eks. undervisningslokaler, IT-faciliteter og bibliotek. Universitetet fremhæver yderligere, at der er udarbejdet en delpolitik for området, Delpolitik for studiemiljø (Bilag 12), som sætter rammerne for kvalitetssikring af området. Det fremgår samtidig, at den seneste undersøgelse af studie- og undervisningsmiljøet blev gennemført i foråret 2010: ”Undersøgelsen dækker både det fysiske og psykiske miljø (se bilag 15). ”Søsterinstitutterne” IMM og IVØ deler en bygning i det bygningskompleks, der i det væsentligste rummer det samfundsvidenskabelige fakultet. Det skal tilføjes, at opførelsen af et nyt bygningselement til Institut for Statskundskab og Juridisk Institut samt fakultets- og studieadministrationen i samme bygningskompleks forventes afsluttet 2012, og alle de involverede enheder i uddannelsen vil herefter være samlet” (Ansøgning, s. 28). Det er vurderingen, at institutionen sikrer uddannelsens fysiske rammer, og at uddannelsen ikke forudsætter brugen af særligt teknisk udstyr.

Studieophold i udlandet

Det fremgår af ansøgningen, at der på 5. semester er placeret et obligatorisk udenlandsophold for de studerende. Det fremgår samtidig, at SDU har en række samarbejdsaftaler, som bidrager til at sikre de studerendes mulighed for at rejse ud: ”SDU har en bred vifte af internationale samarbejdsaftaler, der sikrer de studerende denne mulighed, men i denne sammenhæng skal først og fremmest medlemskabet af det internationale NIBES (Network of International Business and Economics Schools) netværk (www.nibes.org) nævnes. Dette netværk, har som eksplicit virkefelt at fremme forståelsen for globaliseringens processer og deres betydning for ledelsesmæssige problemstillinger. Netværket er konstrueret med det eksplicitte formål at dække geografisk meget bredt (det skal nævnes, at der arbejdes ihærdigt på også at dække det afrikanske kontinent, som pt. ikke er dækket af netværket), og omfatter såvel økonomisk udviklede som mindre udviklede lande, nye og gamle markedsøkonomier samt lande af større eller mindre politisk stabilitet. Netværket afspejler således mange af de dimensioner, som den internationalt orienterede del af uddannelsen kompetenceopbygger for de studerende. Det forventes, at NIBES engagementet vil være bærende for en hel del af de studerendes muligheder for at gennemføre en del af uddannelsen i udlandet” (Ansøgning, s. 28f). Det er vurderingen, at de studerende sikres mulighed for tage et studieophold i udlandet.

Samlet vurdering af kriteriet

Det er vurderingen, at kriterium 4 samlet set er tilfredsstillende opfyldt.

Det bemærkes, at vurderingen af kriterium 4 er ændret fra ikke tilfredsstillende til tilfredsstillende opfyldt, idet følgende vurderinger er ændret på baggrund af universitetets høringssvar og den reviderede kompetenceprofil:

- Der er ikke en tilstrækkeligt tydelig progression mellem de antropologiske fagelementer og de mere erhvervsøkonomiske og samfundsvidenskabelige fagelementer.
- En række mål i den oprindeligt fremsendte kompetenceprofil er formuleret på en måde, som giver dem et meget bredt fokus, eller som medfører en indholds- og niveaumæssig forskydning mellem fagelementernes læringsmål og målene i den oprindelige kompetenceprofil, og at der derfor kun delvist er dækning for kompetenceprofilen i fagelementernes læringsmål.

Dokumentation

Ansøgning, s. 23-29

Bilag 10: SUEårsrapport 2010

Bilag 11: CUU_kursuskat_efterår_2010

Bilag 12: SDU-delpolitikker - samlet

Bilag 14: Model for Paedagogisk kompetence udvikling

Bilag 15: Studie- og Undervisningsmiljøundersøgelsen - september 2010

Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011

Høringssvar modtaget 12. september 2011

Supplerende dokumentation til høringssvaret modtaget 24. oktober 201

Kriterium 5: Løbende kvalitetssikring af uddannelsen

Kriterium 5 vurderes at være opfyldt

- ☒ tilfredsstillende
- ☐ delvist tilfredsstillende
- ☐ ikke tilfredsstillende

Begrundelse

Institutionens system for kvalitetssikring

Gælder både for bachelor- og kandidatuddannelsen

Kvalitetsarbejdet ved SDU omfatter en kvalitetspolitik (herunder 8 delpolitikker), en kvalitetsorganisation (ansvarsfordeling) og dokumentation for opfyldelse af kvalitetspolitikken.

SDU's kvalitetspolitik består af otte delpolitikker som dækker:

- optagelse og markedskommunikation
- studiestart
- studieledelse og studieadministration
- universitetspædagogik
- studiemiljø
- prøveformer og undervisningsevaluering
- arbejdsmarked og livslang læring
- udvikling af ny uddannelse

(www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik)

Hver delpolitik indeholder en overordnet målsætning, standarder for målsætningen (specifikke mål og procedurer), guidelines (udspecifiserede procedurer samt best practice), indikatorer for målsætningens opfyldelse og ansvarsfordeling.

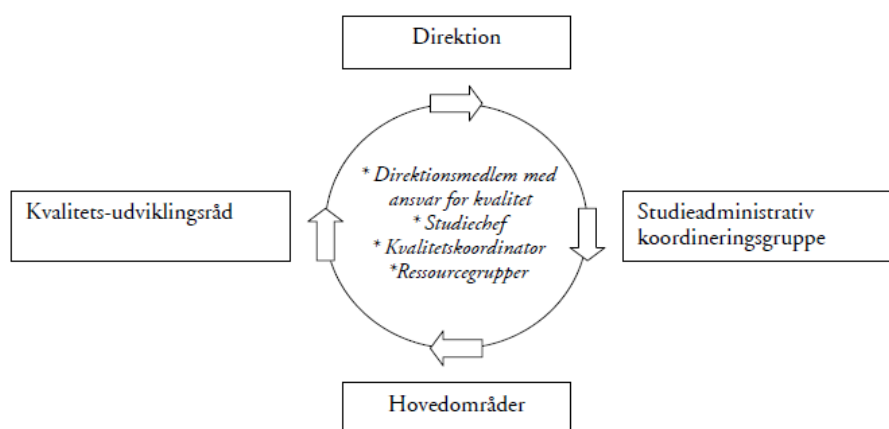
Kvalitetssikringssystemet på SDU evalueres og udvikles ifølge universitetet løbende med udgangspunkt i principperne fra kvalitetscirklen, som går fra strategi og mål til praksis og udførelse over analyse og evaluering til opfølgning og ændring, en udvikling der foregår i en endeløs, cirkulær. Hvert halve år foretages der en opfølgning på to af delpolitikkerne. Opfølgningen omfatter en kvantitativ undersøgelse og workshops med deltagelse af VIP'er, TAP'er og studerende. Via disse opfølgninger, der allerede har fundet sted, blev der sat fokus på graden af målopfyldelse, og der blev udvist stor interesse fra organisationen i forhold til god praksis og videreudvikling af kvalitetspolitikken. Kvalitetsudviklingsrådet har ansvaret for løbende at samle op på informationer fra undersøgelser og workshops, som kan indvirke på kvalitetssikringssystemet. Graden af målopfyldelse vil fremadrettet blive dokumenteret i en uddannelsesberetning, der årligt skal gøre status for kvalitetsarbejdet på den enkelte uddannelse samt kvalificere den årlige, kvalitative udviklingsorienterede dialog mellem uddannelsesledelsen og fakultetsledelsen. De enkelte uddannelsesberetninger samles til en beretning på fakultets- og institutionsniveau og fungerer på den måde som informationsflow mellem uddannelses-, fakultets- og institutionsniveau (ansøgning s. 31).

Det er vurderingen, at SDU har en kvalitetssikringspolitik med beskrevne procedurer og ansvarsfordeling.

Ansvarsfordeling

Direktionen har det overordnede ansvar for kvalitetssikringssystemet på SDU. Derudover har SDU nedsat et Kvalitetsudviklingsråd, som koordinerer og overvåger arbejdet med uddannelseskvalitet, og en Studieadministrativ koordineringsgruppe, som understøtter og medvirker til implementeringen af de otte delpolitikker på fakultetsniveau og på fællesområdet

(www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Organisation.aspx). Implementerings- og opfølgingsprocessen samt den overordnede ansvarsfordeling er illustreret i følgende model:



Kilde: Dokumentationsrapport/Bilag, s. 396

I delpolitikkerne udspecificeres ansvaret for de enkelte målsætninger, og det fremgår blandt andet, at både direktionen, sekretariater, dekaner, institutledere og studienævn/studieledere er omfattet af modellen og har ansvaret for implementering af hver deres dele af politikkerne. Der er opstillet indikatorer af både kvantitativ og kvalitativ karakter, som de ansvarlige skal forholde sig til. Det er vurderingen, at der er beskrevet en ansvarsfordeling i SDU's kvalitetssikringssystem.

Procedurer, der sikrer imødekommelsen af ESG

For at illustrere sammenhængen mellem Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG) og kvalitetssikringssystemet har universitetet vedlagt følgende tabel:

1.2 Approval, monitoring and periodic review of programmes and awards: Standard: Institutions should have formal mechanisms for the approval, periodic review and monitoring of their programmes and awards.	• Delpolitik for udvikling af ny uddannelse • Delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering
1.3 Assessment of students Standard: Students should be assessed using published criteria, regulations and procedures which are applied consistently.	• Delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering • Delpolitik for studieledelse og studieadministration
1.4 Quality assurance of teaching staff Standard: Institutions should have ways of satisfying themselves that staff involved with the teaching of students are qualified and competent to do so. They should be available to those undertaking external reviews, and commented upon in reports.	• Delpolitik for universitetspædagogik • Delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering
1.5 Learning resources and student support Standard: Institutions should ensure that the resources available for the support of student learning are adequate and appropriate for each programme offered.	• Delpolitik for universitetspædagogik • Delpolitik for studiemiljø • Delpolitik for studieledelse og studieadministration • Delpolitik for studiestart
1.6 Information systems Standard: Institutions should ensure that they collect, analyse and use relevant information for the effective management of their programmes of study and other activities.	• Delpolitik for arbejdsmarked og livslang læring • Delpolitik for studieledelse og studieadministration • Delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering
1.7 Public information Standard: Institutions should regularly publish up to date, impartial and objective information, both quantitative and qualitative, about the programmes and awards they are offering.	• Delpolitik for optagelse og markeds kommunikation • Endvidere: Lov om gennemsigtighed

Kilde: Dokumentationsrapport/Bilag, s. 317

Det vurderes på baggrund af tabellen, at de enkelte ESG-punkter dækkes af en til flere delpolitikker samt supplerende dokumenter.

Formelle mekanismer for udarbejdelse og monitorering af studieordninger

Af delpolitikken for universitetspædagogik fremgår det, at det er en standard, at "Hver enkelt uddannelse udviser sammenhæng mellem kompetencemål, læringssyn og uddannelsens faglige indhold og prøveformer

på langs og på tværs.” (Delpolitik for universitetspædagogik) Det er studienævnets ansvar at leve op til den del af kvalitetspolitikken. Af delpolitikkerne for udvikling af ny uddannelse og for prøveformer og undervisningsevaluering fremgår det desuden, at studieordningen skal indrettes, så det er muligt at tage på udlandsophold eller gennemføre et projektorienteret forløb og samtidig gennemføre uddannelsen på normeret tid. Derudover fremgår det, at der i studieordningerne skal være overensstemmelse mellem læringsmål samt fagets størrelse i ECTS-point og eksamensformen, og at eksterne aftagere og interessenter skal inddrages i udviklingen af en ny uddannelse (http://www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik).

Monitoreringen af den enkelte uddannelse dækkes af de systemer, der indsamler, analyserer og anvender relevant information i forhold til at kunne styre uddannelserne, se under ”Systemer, der indsamler, analyserer og anvender relevant information i forhold til at kunne styre uddannelserne” nedenfor.

Det er vurderingen, at SDU har procedurer for monitorering og udarbejdelse af studieordninger.

Sikring af de studerendes eksamen vedr. krav, regler og procedurer

På SDU's hjemmeside offentliggøres, hvor den studerende skal henvende sig, og hvilken frist der gælder i forbindelse med indgivelse af ansøgninger og klager samt information om deres studieforløb, herunder eksamensplaner og -regler, tilmeldingsskemaer, læseplaner med mere. Derudover får de studerende senest en måned forud for afholdelse af en eksamen information om eksamenens afholdelse, bedømmelsesform og information om hvornår bedømmelsen foreligger. Det er vurderingen, at SDU sikrer de studerendes eksamen vedrørende krav, regler og procedurer.

Procedurer, der sikrer undervisernes kompetencer og kvalifikationer

I delpolitikken for universitetspædagogik er der sat standarder og guideslines for kompetenceudvikling af undervisere og uddannelsesudviklere. Overordnet beskriver denne del af delpolitikken ”... redskaber til professionalisering af den enkelte underviser og uddannelsesudvikler. Kompetenceudviklingen relaterer sig både til den konkrete undervisning og til uddannelsesudvikling, idet målet for kompetenceudviklingen er en kvalificering af personer, som varetager undervisnings- og uddannelsesudviklingsopgaver. Herudover er kompetenceudvikling i høj grad betinget af anerkendelse og incitamentsstrukturer.” Desuden beskrives ”... ledelsesværktøjer til, hvordan pædagogisk udvikling anerkendes og synliggøres. Disse værktøjer ansporer via incitamentsstrukturer til kompetenceudvikling blandt undervisere og uddannelsesudviklere.” (Delpolitik for uddannelsespedagogik)

Af delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering fremgår det, at ”Studienævnet udøver det formelle ansvar for at evaluere undervisningen og følge op på kvalitetsudvikling af undervisningen. Studienævnet forholder sig til de konkrete muligheder for kvalitetsforbedringer som følge af evaluering sammenholdt med tids- og ressourceforbruget til evaluering.”

(www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik)

Det er vurderingen, at universitetet har dokumenteret procedurer, der sikrer undervisernes kompetencer og kvalifikationer.

Systematisk sikring af tilstrækkeligt med ressourcer ud over underviserne, dvs. fysiske rammer, instrumenter og tutorer/undervisningsassistenter

Med hensyn til systematisk sikring af tilstrækkeligt med ressourcer ud over underviserne, sikres disse ifølge universitetet gennem følgende procedurer:

- *Plan for årets gang i studieadministrationen* – planen afstemmes med de studerendes behov og indeholder skemalægning, lokalebooking, tilrettelæggelse af eksamen, ajourføring af studieordninger med mere. Lokalerne skal fordeles hensigtsmæssigt i forhold til udarbejdede prognoser, og lokalstørrelsen skal samstemmes med antal studerende.

- *Studiemiljøundersøgelser* – der foretages jævnligt brugerundersøgelser til belysning af studiemiljø på den enkelte campus. Der fokuseres blandt andet på plads, funktionalitet, miljø og teknologi. Derudover skal al praktisk information være forståelig og let tilgængelig på SDU's hjemmeside.
- *Introduktionsforløb* – der er en række procedurer for, hvordan de studerende introduceres til eksempelvis it-faciliteter, studieadministrationen, studievejledningen og lignende. Derudover nævnes procedurer for anvendelse og sikring af tutorordninger og læsegrupper/kontaktgrupper.

(http://www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik)

Det er vurderingen, at der foregår en systematisk sikring af tilstrækkeligt med ressourcer ud over underviserne på universitetet.

Har institutionen systemer, der indsamler, analyserer og anvender relevant information i forhold til at kunne styre uddannelserne

Universitetet indsamler informationer om frafald, gennemførelstid, studenterevalueringer og dimittendernes arbejdsmarkedssituation, og disse tilgår studieledelsen. Dette fremgår eksempelvis af delpolitikkerne for studieledelse og studieadministration, for prøveformer og undervisningsevaluering og for arbejdsmarked og livslang læring, hvor følgende procedurer er beskrevet:

- *Forløbsanalyser* – én gang årligt udarbejdes en opdateret forløbsanalyse for det enkelte studium, som tilgår studieleder og studienævn. Analysen skal indeholde informationer om, hvorvidt en studerende har afsluttet uddannelsen, fortsat er aktiv eller har afbrudt uddannelsen. Derudover indgår information om førsteårsprøver samt andre eksaminer. Hvis der på en bacheloruddannelser er en gennemførelsesprocent på under 70, foretages der yderligere undersøgelser af årsager til frafald og forlængelse af studietid. Det er studielederens ansvar i samarbejde med institutledere og fakultetssekretariat at foretage denne opfølgning.
- *Undervisningsevaluering* – den enkelte undervisers undervisning evalueres, og resultaterne tilgår studienævnet. Studienævnet udarbejder en plan for kursusevaluering på baggrund af kendskab til kurset og følger op på evalueringen af undervisningsforløb.
- *Kandidatundersøgelser* – hvert tredje år foretages der en kandidatundersøgelse af dimittender fra de seneste tre år. Undersøgelsen indeholder spørgsmål om dimittendernes erhvervs- og karriereveje.

(www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik)

Det er vurderingen, at SDU har systemer, der indsamler, analyserer og anvender relevant information i forhold til at kunne styre uddannelserne.

Regelmæssig offentliggørelse af såvel kvantitative som kvalitative informationer

Universitetet offentliggør kvantitative og kvalitative informationer om eksempelvis frafald, karaktergennemsnit, dimittenders arbejdsmarkedssituation med videre på universitetets hjemmeside

(www.sdu.dk/om_sdu/dokumentation_tal/lov_gennemsigthed.aspx).

Institutionens system for kvalitetssikring

Det vurderes samlet set, at SDU's overordnede kvalitetssikringssystem lever op til de europæiske standarder for universiteternes interne kvalitetssikring. Kvalitetssikringssystemet indeholder en kvalitetspolitik med definerede mål og tilhørende procedurer og ansvarsfordeling, der dels omfatter ESG'erne, dels andre politikområder defineret af universitetet (optagelse og markedskommunikation, studiestart, studieledelse og studieadministration samt arbejdsmarked og livslang læring). Der foregår en systematisk indsamling af data om uddannelserne, og delpolitikkerne tager højde for de krav, der stilles til eksempelvis indsamling af informationer og udvikling af kvalitetssikringssystemet. Dermed sker der en løbende og systematisk evaluering udvikling af systemet.

Uddannelsens integration i institutionens kvalitetssikringssystem

Ifølge ansøgningen indgår Det Samfundsvidenskabelige Fakultet i SDU's kvalitetssikringssystem og implementerer systemets delelementer, herunder delpolitikkerne for uddannelsesområdet. Det fremgår, at der efter

en høringsrunde hos fakultets studienævn og behandling i studielederkredsen fastlægges udfyldende bestemmelser til delpolitikkerne, og der er på nuværende tidspunkt vedtaget udfyldende bestemmelser for delpolitikkerne studiestart, studiemiljø, prøveformer og undervisningsevaluering, arbejdsmarked og livslang læring, udvikling af ny uddannelse samt studieledelse og studieadministration (Ansøgning, s. 31f). Desuden drøftes delpolitikkerne i studienævn og på fakultetets fælles studieledermøder med henblik på at sikre klart ejerskab til de enkelte delpolitikker samt i højere grad at integrere de udarbejdede standarder og indikatorer i uddannelsernes tilrettelæggelse og rammer (Ansøgning, s. 32).

Samlet vurdering af kriteriet

Det vurderes, at kriterium 5 samlet set er tilfredsstillende opfyldt.

Dokumentation

Ansøgning, s. 29-32

www.sdu.dk/Om_SDU/Dokumentation_tal/Kvalitetsudvikling/Kvalitetspolitik

- Delpolitikker for uddannelsesområdet og ESG-standarder
- Kvalitetsmodellen 'fra tanke til job'
- Delpolitik for studieledelse og -administration
- Delpolitik for arbejdsmarked og livslang læring
- Delpolitik for universitetspædagogik
- Delpolitik for prøveformer og undervisningsevaluering
- Delpolitik for universitetspædagogik
- Delpolitik for studiestart
- Delpolitik for studiemiljø
- Delpolitik for optagelse og markeds kommunikation

www.sdu.dk/om_sdu/dokumentation_tal/lov_gennemsigthed.aspx

Indstilling til Universitets- og Bygningsstyrelsen

Uddannelsens formål

”Formålet med uddannelsen er at bibringe de studerende viden, metodisk kompetence samt analytiske og kritiske refleksions-færdigheder omkring markedet som genstandsfelt: Hvordan markeder opstår og udvikler sig i et samspil mellem globalisering og lokale kulturer og samfundsforhold, og hvordan markedet som institution spiller sammen med menneskers sociale liv, holdninger og behov. Samt hvilke udfordringer der møder ledelsen af firmaer og offentlige organisationer, når de agerer på markedsvilkår, og udvikler ydelser og kommunikation, der henvender sig til deres målgrupper.

Uddannelsens kompetenceprofil

Viden og forståelse

Bachelor uddannelsen i Market & Management Anthropology på Syddansk Universitet bibringer viden om centrale teorier indenfor de akademiske fagfelter, der udgør Markeds- og Ledelses-Antropologi, og kræver at de studerende reflekterer over teoriernes underliggende ontologi, epistemologi og politiske agendaer. Dimittenderne forstår, hvorledes markeder opstår og udvikler sig under indflydelse fra globale begivenheder og processer, der skærer på tværs af økonomiske og politiske domæner, og sammenvæves eller kolliderer med lokale kulturer og sociale strukturer. De forstår de udfordringer, som management møder i forhold til globalisering, og i forhold til vedvarende skift i relationen mellem offentlige og private sektorer. Undervisningen varetages af medlemmer af internationalt anerkendte forskningsgrupper. Bachelorerne har et grundigt kendskab til alle faser indenfor forskningsdesign, og en række metodologiske tilgange til den systematiske indsamling og analyse af empiriske data. De har praktisk erfaring med selvstændig, længerevarende indsamling af data under vejledning af erfarne forskere og praktikere.

Færdigheder

En bachelor i Market & Management Anthropology kan analytisk se sammenhængene mellem, og konteksten for, de potentialer og udfordringer der møder virksomheder og offentlige institutioner. De kan udmønte analysen i udarbejdelsen af en passende strategi for, hvorledes organisationen opnår sine mål i en globaliseret og markeds-orienteret kontekst. De kan organisere dette arbejde i et tvær-fagligt miljø, og kan kommunikere resultater og løsninger til et bredt publikum, der inkluderer ikke-specialister. Dimittenderne mestrer en række kvalitative og kvantitative tilgange til indsamlingen af empiriske data, og kan reflektere over disses epistemologiske rationale og etiske konsekvenser. De kan bruge disse data som grundlag for analyse, teori-generering og begrebs-kritik indenfor de akademiske fagfelter, der udgør Markeds- og Ledelses-Antropologi.

Kompetencer

En bachelor i Market & Management Anthropology kan identificere det vidensbehov, som løbende opstår for organisationelle aktører, der orienterer sig mod markeds-dynamikker. De kan organisere de færdigheder som er nødvendige for at skabe denne viden, enten gennem en specialiseret tilgang eller i tværfagligt regi. De kan selvstændigt designe en passende metodologisk tilgang, der er baseret på epistemologiske overvejelser, såvel som en nøgtern afvejning og prioritering af, hvilke ressourcer der er tilgængelige for data-indsamling og analyse. Dimittenderne kan udarbejde videnskabelige modeller for beskrivelsen af de muligheder og udfordringer, som organisationer står overfor, samt for analysen af disses potentielle konsekvenser, især angående emner inden for tværkulturel forståelse, global kompleksitet og skiftende markedsdynamikker. De kan identificere velegnede tilgange til at lede organisationel omstrukturering, til at involvere og kommunikere med borgere og forbrugere, og de kan designe og facilitere innovations processer med det mål at udvikle produkter og services, som appellerer til menneskers symbolske og funktionelle behov. De kan indentificere deres egne behov for læring, og strukturere en korresponderende læringsproces, som kan være baseret både på akademiske kilder og primær empirisk forskning.

Dimittendernes erhvervskompetencer og jobmuligheder

Jobmulighederne for uddannelsens dimittender findes primært hos danske og internationale virksomheder, der bedriver innovation baseret på indsigt i målgruppers behov, som aktivt opbygger relationer til stakeholders på udenlandske markeder, og som stræber efter at forstå, bruge og respektere de værdier og kulturelle forestillinger, der hersker blandt deres kunder og/eller egne ansatte. Sekundært findes jobmulighederne hos danske og internationale offentlige organisationer, og hos virksomheder der leverer research og kommunikations-løsninger på ovennævnte felter” (Samlet ansøgning, s. 148f).

Hvilken bekendtgørelse er uddannelsen omfattet af?

Universitetet anmoder om godkendelse i henhold til kapitel 4 i bekendtgørelse nr. 814 af 29. juni 2010 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen).

ACE Denmarks vurdering

Det er vurderingen, at udkastet til studieordningen mangler følgende:

- Regler om hvorledes resuméet af bachelorprojektet indgår i bedømmelsen, og hvilket sprog resuméet kan eller skal skrives på
- Fremgår det at universitetet kan dispensere fra studieordningen, hvis der foreligger usædvanlige forhold?
- Uddannelsens korrekte titel – jf. nedenstående. I udkastet til studieordningen står, at uddannelsen giver ret til titlen BSc. Soc. (Market and Management Anthropology) (Samlet ansøgning, s. 48)

Universitetet har i høringssvaret redegjort for, at ovenstående vil blive indarbejdet i den endelige udgave af studieordningen.

Hovedområde

Universitetets indstilling

Det samfundsvidenskabelige hovedområde

Universitetets begrundelse

”Uddannelsens fag er henhørende under det samfundsvidenskabelige hovedområde” (Samlet ansøgning, s. 150)

ACE Denmarks vurdering

Ingen bemærkninger.

Titel/betegnelse

Universitetets indstilling

Universitetet indstiller bacheloruddannelsen til følgende titel/betegnelse:

Dansk: Bachelor (BSc) i markeds- og ledelsesantropologi

Engelsk: Bachelor of Science (BSc) in Market & Management Anthropology

Universitetets begrundelse

Det fremgår af høringssvaret, at ”&” ”... er anvendt for at kunne anvende ensartede benævnelser for uddannelsen i dansksprogede og engelsksprogede sammenhænge, hvilket vi finder hensigtsmæssigt” (Høringssvar, s. 14).

ACE Denmarks vurdering

Det er vurderingen, at der ikke er praksis for at anvende specialtegn som f.eks. ”&” i titler.

Den korrekte titel bør fremgå af studieordningen.

Uddannelsens normerede studietid

Universitetets indstilling
180 ECTS-point.

ACE Denmarks vurdering
Ingen bemærkninger.

Takstindplacering

Universitetets indstilling
Universitetet indstiller bacheloruddannelsen til heltidstakst 1.

ACE Denmarks vurdering
Ingen bemærkninger

Adgangskrav for bacheloruddannelser

Universitetets indstilling
Det fremgår af universitetets høringssvar til akkrediteringsrapporten, at der indstilles følgende adgangskrav:

Engelsk B
Historie B eller Idehistorie B eller Samfundsfag B eller Samtidshistorie B
Matematik B

Jf. Bilag 1, 3.1 i Bekendtgørelse nr. 233 af 24/03/2011 (adgangsbekendtgørelsen)

Universitetets begrundelse
Det fremgår af den supplerende dokumentation, at ”Matematik på B niveau kræves af hensyn til undervisningen i faget Global Economic Systems samt, i mindre grad, i faget Development Economics. Endvidere vil matematik kunnen indgå i faget Social and Economic Statistics, om end i begrænset omfang” (Supplerende dokumentation modtaget 23. juni 2011).

ACE Denmarks vurdering
Det er vurderingen, at uddannelsen hører under de områdespecifikke adgangskrav for samfundsvidenskabelige bacheloruddannelser – jf. Bekendtgørelse nr. 233 af 24/03/2011(adgangsbekendtgørelsen).

Eventuel ministerielt fastsat maksimumsramme for tilgangen til uddannelsen

Skal bacheloruddannelsen godkendes med en ministerielt fastsat maksimumsramme?
Nej

ACE Denmarks vurdering
Ingen bemærkninger.

Eventuel minimumsramme for tilgangen til uddannelsen

Er oprettelsen af uddannelsen betinget af tilgangen af et bestemt antal studerende?
Ja – 18 studerende.

Censorkorps

Universitetet anmoder om, at uddannelsen tilknyttes censorkorpset for antropologi.

Universitetet anmoder yderligere om, at uddannelsen får tilknyttet censorkorpset for erhvervsøkonomi og censorkorpset for statskundskab. Det fremgår af ansøgningen, at universitetet ønsker "... mulighed for at anvende disse to censorkorps pga. uddannelsens fagsammensætning. Flere af fagene på uddannelsen er naturligt henhørende under disse censorkorps" (Samlet ansøgning, s. 155).

ACE Denmarks vurdering

Ingen bemærkninger.

Adgang til kandidatuddannelser

Det fremgår af universitetets høringssvar, at bachelordimitterende har direkte adgang til

Cand.soc. i kultursociologi (retskrav)

"Herudover vil der være mulighed for adgang til cand.negot. og til cand.merc., samt til cand.soc in international security and law. Endvidere påtænkes det på sigt, at der bliver søgt en kandidatuddannelse, som er i naturlig forlængelse af bacheloruddannelsen in Market and Management Anthropology" (Høringssvar, s. 15).

Det fremgår yderligere af ansøgningen, at "Det vil være muligt for de studerende at sammensætte deres valgfag på 5. semester (i udlandet) så de giver adgang til overbygninger som cand. scient. pol., scient. ant. og -merc., foruden eventuelt vores egen cand.soc." (Samlet ansøgning, s. 176)

ACE Denmarks vurdering

Det er vurderingen, at det er uklart, hvordan universitetet vil sikre, at de studerende kan sammensætte deres valgfag ved et udenlandsk universitet på 5. semester på en måde, som gør det muligt for dem at få adgang til f.eks. cand.scient.pol, cand.scient.anth. og cand.soc..

Sprog

Universitetet ønsker at udbyde uddannelsen på engelsk.

Universitetets begrundelse

"Der er tale om en international uddannelse" (Samlet ansøgning, s. 155).

ACE Denmarks vurdering

Ingen bemærkninger.

Udbudssted

Uddannelsen udbydes i Odense. Uddannelsen udbydes ikke på andre universiteter.

Tekst til uddannelsesguiden.dk

"Uddannelsen kombinerer en antropologisk forståelse af menneskers kultur og sociale liv med viden om globalisering, ledelse, forbrug og innovation. Uddannelsen er international og kræver gode engelskkundskaber. Du lærer kulturteori og antropologiske metoder. Du får erfaring med selvstændigt at udføre undersøgelser både i Danmark og udlandet. Du lærer om globalisering, management og markedskononomiens sociale og kulturelle betydning, samt hvordan din viden skaber værdi for virksomheder og offentlige organisationer gennem innovation, markedsorientering og ledelse af forandringer. Med en bachelor i Market & Management Anthropology kan du læse videre på en kandidatuddannelse inden for samfundsvidenskab eller markedskonometri. Du har også jobmuligheder i den private sektor og offentlige organisationer, både i Danmark og udlandet. Du kan udføre kvalitative undersøgelser, lede projekter, kommunikere effektivt og arbejde med strategiudvikling eller personaleforhold" (Samlet ansøgning, s. 156).

Særlige forhold

Uddannelser som kan føre til udøvelse af lovregulerede erhverv

Kan bacheloruddannelsen føre til udøvelsen af lovregulerede erhverv?

Nej

Uddannelser rettet mod undervisning i de gymnasiale uddannelser

Er bacheloruddannelsen rettet mod undervisning i de gymnasiale skoler?

Nej

Parallelførløb og fællesuddannelser

Er bacheloruddannelsen tilrettelagt som et parallelførløb eller en fællesuddannelse?

Nej