

INDHOLDSFORTEGNELSE

Kapitel 1 Indledende bestemmelser

- § 1 Bekendtgørelsesgrundlag
- § 2 Fakultetstilhørsforhold
- § 3 Studienævnstilhørsforhold

Kapitel 2 Mål, varighed, struktur mv.

- § 4 Uddannelsens formål
- § 5 Varighed, struktur, adgangsbetingelser mv.

Kapitel 3 Uddannelsens tilrettelæggelse og indhold

- § 6 Uddannelsens tilrettelæggelse
- § 7 Modul 1: Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier
- § 8 Modul 2: Digitalt design
- § 9 Modul 3: Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign
- § 10 Modul 4: Metoder i it-baseret oplevelsesdesign
- § 11 Modul 5: Oplevelsesdesign i praksis
- § 12 Modul 6: Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien (valgfrit modul)
- § 13 Modul 7: Avanceret digitalt design (valgfrit modul)
- § 14 Specialemodul

Kapitel 4 Prøvebestemmelser

- § 15 Generelle bestemmelser
- § 16 Prøver
- § 17 Oversigt over prøver
- § 18 Omprøve

Kapitel 5 Andre bestemmelser

- § 19 Dispensation
- § 20 Uddybende information
- § 21 Ikrafttrædelse

**STUDIEORDNING FOR
KANDIDATUDDANNELSEN I OPLEVELSESDSIGN
VED AALBORG UNIVERSITET
(MED KORREKTIONER)**

I medfør af lov nr. 403 af 28. maj 2003 om universiteter (universitetsloven) fastsættes følgende studieordning for kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign under It-Vest-samarbejdet.

**KAPITEL 1
INDLEDENDE BESTEMMELSER**

§ 1 Bekendtgørelsesgrundlag

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign er tilrettelagt i henhold til Videnskabsministeriets bekendtgørelse nr. 338 af 6. maj 2004 om bachelor- og kandidatuddannelser ved universiteterne (uddannelsesbekendtgørelsen) og Videnskabsministeriets bekendtgørelse nr. 867 af 19. august 2004 om eksamen ved universitetsuddannelser (eksamensbekendtgørelsen). Der henvises i øvrigt til karakterskalabekendtgørelsen, censorbekendtgørelsen og adgangsbekendtgørelsen.

§ 2 Fakultetstilhørsforhold

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign hører under Det Humanistiske Fakultet.

§ 3 Studienævnstilhørsforhold

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign hører under Studienævnet for Humanistisk Informatik.

**KAPITEL 2
MÅL, VARIGHED, STRUKTUR MV.**

§ 4 Uddannelsens formål

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign er en forskningsbaseret heltidsuddannelse, som skal give den studerende grundlag for udøvelse af erhvervsfunktioner og kvalificere til optagelse på en ph.d.-uddannelse.

Stk. 2

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign bygger videre på og supplerer de kundskaber og færdigheder, som den studerende har opnået i løbet af den forudgående bacheloruddannelse. Formålet med kandidatuddannelsen er, at den studerende skal opnå kompetencer til at indgå i virksomheder og organisationer for her at generere, tilrettelægge, designe, formidle, implementere og evaluere realiseringen af digitale oplevelsesprodukter, idet kandidaten skal være i stand til at anlægge et velfunderet, nuanceret og ikke mindst virksomt perspektiv på æstetiske og oplevelsesrelaterede processer, erfaringsdannelse, forbrugerteori, teknologisk design, ledelse og økonomi i relation til oplevelsesøkonomien. Kandidaten vil bl.a. kunne fungere som virksomhedskonsulent, projektleder, evalueringskonsulent, iværksætter af egen virksomhed m.m. Med andre ord vil kandidater i oplevelsesdesign kunne indgå i virksomheder og organisationer på et ledende niveau og her iværksætte, udvikle, formidle og implementere digitale oplevelsesprodukter, og de vil være i stand til selv at kunne fungere som iværksættere inden for oplevelsesøkonomien.

Stk. 3

De overordnede **intellektuelle kompetencemål** er, at den studerende skal opnå kompetence til:

- At kommunikere med både specialister og almenkyndige om faglige og praktiske problemstillinger i relation til oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign
- Selvstændigt, systematisk og kritisk gennem anvendelse af videnskabelig metode at formulere og analysere videnskabelige problemstillinger i relation til æstetiske, forbrugerteoretiske, informationsteknologiske problemstillinger samt især i forhold til de aspekter, der knytter sig til frembringelsen og forbruget af æstetiske oplevelser inden for oplevelsesøkonomien
- Selvstændigt, systematisk og kritisk at søge og bearbejde videnskabelige teorier og metoder, herunder især teorier og metoder knyttet til oplevelsesøkonomien og digitale oplevelsesprodukter.

Stk. 4

De overordnede **faglige kompetencemål** er, at den studerende skal opnå kompetence inden for følgende centrale fagområder:

- Æstetisk teori
- Oplevelsesøkonomi
- Forbrugerteori
- Ledelse/økonomi i relation til kreative processer
- Kommunikation
- It, interaktive og digitale medieteknologier og produkter
- Designteori i forhold til digitale medieteknologier og produkter
- Kultur- og samfundsteori.

Stk. 5

De overordnede **praksiskompetencemål** relaterer sig til planlægning, design, udvikling, ledelse, implementering og evaluering af digitale oplevelsesprodukter på et videnskabeligt fundament og under indtænkning af æstetiske, oplevelsesøkonomiske og forbrugerrelaterede aspekter. Den studerende skal opnå kompetencer til at:

- Designe, realisere, implementere, evaluere og teste digitale oplevelsesprodukter
- Rådgive om digitale oplevelsestiltag i virksomheder og organisationer
- Beherske kreative teknikker og værktøjer med henblik på operationaliseringen af æstetiske teorier i forhold til digitale oplevelsesprodukter
- Arbejde systematisk og kreativt med udvikling og realisering af digitale oplevelsesprodukter
- Lede og administrere kreative processer og arbejdsgange med henblik på den konkrete realisering af digitale oplevelsesprodukter på en praktisk og økonomisk rentabel og realisabel facon
- Være ressourcestærke, velovervejede og nytænkende i forhold til administrations- og ledelsesprocesser inden for de kreative industrier
- Formidle fagligt stof og undersøgelsesresultater klart og relevant til specifikke målgrupper.

§ 5 Varighed, struktur, adgangsbetingelser mv.

Kandidatuddannelsen i oplevelsesdesign varer 2 år, svarende til 120 ECTS.

Stk. 2

Kandidatuddannelsen løber over fire semestre (7.-10. semester). På 9. semester indgår et projektorienteret praksisforløb i en relevant virksomhed eller organisation. På 9. semester har den studerende endvidere mulighed for at tænde uddannelsen ved hjælp af valgmoduler med særligt fokus på enten testdesign og metodologi i forhold til æstetik og oplevelsesprodukter eller på digitalt design. På 10. semester skrives speciale.

Stk. 3

Adgangskravet til kandidatuddannelsen er en relevant akademisk bacheloruddannelse eller professionsbacheloruddannelse. En relevant bacheloruddannelse defineres som en bacheloruddannelse, hvis centrale fagområder giver kompetence inden for mindst to af kandidatuddannelsens følgende centrale områder:

1. Æstetisk teori
2. Forbrugerteori
3. Oplevelsesøkonomi
4. Ledelse/økonomi
5. Kommunikation
6. Design af interaktive og digitale medier/teknologier
7. Kultur- og samfundsteori.

Stk. 4

Ansøgere, der ikke opfylder de i stk. 3 anførte betingelser, kan optages, såfremt studienævnet ud fra en konkret vurdering skønner, at ansøgeren har uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed. Studienævnet kan i den forbindelse indkalde ansøgeren til en samtale.

Stk. 5

Gennemført kandidatuddannelse giver ret til betegnelsen cand.it. (candidatus/candidata informationis technologiae). På engelsk anvendes betegnelsen Master of Science (MSc) in Information Technology (Experience Design).

KAPITEL 3 **UDDANNELSENS TILRETTELÆGGELSE OG INDHOLD**

§ 6 Uddannelsens tilrettelæggelse

Uddannelsen er modulopbygget og tilrettelagt som et problembaseret, projektorganiseret studium. På 9. semester har den studerende et valgfrit modul a 10 ECTS-point, jf. stk. 3.

Stk. 2

Følgende moduler er obligatoriske:

- Modul 1: Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier a 25 ECTS-point (7. semester)
- Modul 2: Digitalt design a 5 ECTS-point (7. semester)
- Modul 3: Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign a 10 ECTS-point (8. semester)
- Modul 4: Metoder i it-baseret oplevelsesdesign a 20 ECTS-point (8. semester)
- Modul 5: Oplevelsesdesign i praksis a 20 ECTS-point (9. semester)
- Modul 8: Speciale a 30 ECTS-point (10. semester).

Stk. 3

Følgende moduler er valgmoduler, idet den studerende vælger et af de to anførte moduler:

- Modul 6: Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien a 10 ECTS-point (9. semester)
- Modul 7: Avanceret digitalt design a 10 ECTS-point (9. semester).

Den studerende har mulighed for i stedet for modul 6 eller 7 at vælge et eller flere andre, af studienævnet godkendte, moduler af et omfang på tilsammen 10 ECTS-point.

Stk. 4

Gennem aktiv deltagelse i kurser, projektarbejde og øvrige studieaktiviteter, herunder workshops og playshops, projektorienteret praksisforløb, seminarer, samarbejde med og vidensformidling til målgrupper og partnere uden for universitetet samt opbygning af en personlig portfolio, opnås de i § 4 formulerede mål.

Stk. 5

Uddannelsens 7. semester er centreret omkring temaet Oplevelsesæstetik og indbefatter et modul omhandlende kreative teknikker, æstetiske, oplevelsesøkonomiske og forbrugerteoretiske dimensioner i forhold til digitale medier og designet af digitale oplevelsesprodukter samt et modul omhandlende teorier og metoder inden for digitalt design. Der skrives projekt inden for temarammen Oplevelsesdesign og digital æstetik med afsæt i teoretiske studier. Proces- og projektbeskrivelse samt refleksioner over egen læring skrives i den studerendes personlige portfolio.

Stk. 6

Uddannelsens 8. semester er centreret omkring temaet Metode i oplevelsesdesign og indbefatter to moduler omhandlende ledelsesmæssige dimensioner i forhold til kreative processer og mere konkrete bruger- vs. designerorienterede metoder i forhold til oplevelser, interaktionsdesign m.m. Der skrives projekt inden for temarammen Fra idé til oplevelse med særligt henblik på at fremstille et teoretisk og metodisk funderet digitalt oplevelsesprodukt. Proces- og projektbeskrivelse samt refleksioner over egen læring skrives i den studerendes personlige portfolio.

Stk. 7

Uddannelsens 9. semester er centreret omkring temaet Anvendt oplevelsesdesign og indbefatter et obligatorisk modul, herunder et projektorienteret praksisforløb, samt et valgfrit modul. Det obligatoriske modul omhandler oplevelsesdesigns praktiske virkelighed, herunder præsentations- og forhandlingsteknikker, markedsføring m.m. De valgfri moduler giver den studerende mulighed for at tone uddannelsen mere specifikt i forhold til 10. semesters speciale og omhandler således enten testdesign og metodologi i forhold til oplevelsesøkonomien eller digitalt design. Der skrives et projekt foranlediget af det projektorienterede praksisforløb, hvor målet er at skabe et digitalt oplevelsesprodukt i samarbejde med en ekstern samarbejdspartner. Procesbeskrivelser og refleksioner over egen læring skrives i den studerendes personlige portfolio.

Stk. 8

Uddannelsens 10. semester er specialesemester og er centreret omkring udarbejdelse af en specialeafhandling inden for uddannelsens område. Specialet er samtidig centreret omkring udarbejdelsen af et digitalt oplevelsesprodukt/koncept, som behandles teoretisk og analytisk i specialet.

§ 7 Modul 1: Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier

Modulet Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier har et omfang på 25 ETCS-point og er placeret på uddannelsens 7. semester.

Der afholdes kurser inden for følgende områder: Æstetiske praksisser, æstetisk teori, oplevelsesøkonomi, forbrugerteori, digitale medier, kreative teknikker samt playshops inden for æstetiske oplevelser.

Faglige kompetencer:

Modulet skal give den studerende den faglige baggrund for at identificere, beskrive, analysere og evaluere æstetiske og forbrugerorienterede processer og praksisser i forhold til digitale oplevelsesprodukter. Den studerende skal gennem modulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Digital æstetik
- Æstetisk teori og forbrugerteori i relation til æstetiske praksisser og digitale oplevelsesprodukter
- Teorier omkring digitale medier i relation til oplevelsesøkonomien
- Teorier og praksisser inden for kreative teknikker med særligt henblik på idégenerering og idérealisering
- Evalueringsteori i relation til æstetiske og forbrugerorienterede processer.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå kompetence til at:

- Planlægge og gennemføre valide beskrivelser og analyser af æstetiske og forbrugerorienterede praksisser i relation til digitale oplevelsesprodukter
- Identificere, analysere og evaluere eksisterende digitale oplevelsesprodukter
- Indtænke digitale medier og teknologier som en integreret del af oplevelsesøkonomien, dels i forhold til eksisterende oplevelsesrelaterede områder og dels i forhold til nye oplevelsesrelaterede tiltag
- Generere realiserbare idéer i spændingsfeltet mellem oplevelsesøkonomi og digitale medier/teknologier.

§ 8 Modul 2: Digitalt design

Modulet Digitalt design har et omfang på 5 ECTS-point og er placeret på uddannelsens 7. semester.

Der gives værkstedsundervisning i software, som understøtter digitalt design, herunder designværktøjer til udvikling af digitale oplevelsesprodukter, digital kommunikation og interaktion.

Faglige kompetencer:

Modulet skal sætte den studerende i stand til at:

- Opbygge en viden om design og almene designprincipper samt specielt digitalt design og digitale designprincipper
- Opbygge en grundviden om designværktøjer til design af digitale oplevelsesprodukter
- Opbygge en grundviden om design af brugerinteraktion og interaktive medier.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå kompetence til at:

- Anvende almene designprincipper og specielt designprincipper til digitalt design
- Anvende designværktøjer i designet af digitale oplevelsesprodukter
- Anvende almene principper for interaktionsdesign og brugerdiallog
- Reflektere over forholdet mellem den givne opgave og det konkrete valg af designprincipper, interaktionsformer og designværktøjer samt perspektivere dette valg.

§ 9 Modul 3: Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign

Modulet Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign har et omfang på 10 ECTS-point og er placeret på uddannelsens 8. semester.

Modulet sætter fokus på ledelsesmæssige aspekter i forhold til kreative processer i relation til designet af digitale oplevelsesprodukter, idet den studerende skal være i stand til at lede og administrere designet, produktionen og implementeringen af digitale oplevelsesprodukter i virksomheder og organisationer. Modulet indeholder kurser inden for ledelse og kreative processer, iværksætteri i oplevelsesøkonomien og de kreative industrier samt workshops i storytelling. Modulet skal give den studerende den faglige baggrund for at lede og administrere arbejdsprocesser i forhold til især økonomiske, personalemæssige, produktionsmæssige og kreative dimensioner.

Faglige kompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Teorier omkring ledelse med særligt fokus på ledelse af kreative processer
- Teorier omkring iværksætteri og økonomi i relation til oplevelsesøkonomien og de kreative industrier
- Innovation og pædagogisk understøttende ledelse
- Kommunikation og samarbejde i kreative processer, herunder specifikt i relation til it-baseret oplevelsesdesign
- Teorier omkring storytelling og værdiskabelse i de kreative industrier
- Teorier om ledelsesmæssige og organisatoriske muligheder for nyskabelse
- Evalueringsteorier i forhold til lederskab i de kreative industrier.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå kompetencer til at:

- Anvende ledelsesmæssige redskaber og teknikker som redskab til at støtte kreative processer og realiseringen af digitale oplevelsesprodukter
- Have forståelse af og indsigt i kreative processer og projekter og følgelig både kunne understøtte, medvirke i og evaluere organisatoriske og administrative processer i oplevelsesøkonomien
- Medvirke aktivt i planlægning og realisering af kreative processer og projekter i relation til tilblivelsen af digitale oplevelsesprodukter
- Anvende modulets teorier kritisk og selvstændigt.

§ 10 Modul 4: Metoder i it-baseret oplevelsesdesign

Modulet Metoder i it-baseret oplevelsesdesign har et omfang på 20 ETCS-point og er placeret på uddannelsens 8. semester.

Modulet fokuserer på metoder og teknikker i relation til håndteringen og realiseringen af koncepter og digitale oplevelsesprodukter. Der er derfor fokus på brugernes og designernes forskellige roller i designprocessen samt på metoder, der understøtter forskellige dimensioner af interaktionsdesign. Modulet skal sikre, at den studerende formår at designe interaktionsformer og digitale produkter, som giver senere brugere de bedst mulige oplevelser. Der afholdes kursus inden for it- og interaktionsdesign, bruger- vs. designerorienterede metoder i forhold til design af oplevelser og software/hardware.

Faglige kompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Teorier og metoder inden for interaktionsdesign, heriblandt interaktionsformer og -stilarter, brugerdiallog, brugerprofiler, prototyping og konceptudvikling
- Bruger- vs. designerorienterede metoder i forhold til design af digitale oplevelsesprodukter, herunder metoder til understøttelse af henholdsvis brugerdreven innovation, markedsdreven innovation og designerdreven innovation
- Metoder til test af oplevelseskvaliteter som usability, likeability, sociability, playability etc. i digitale produkter
- Tilrettelæggelsen, gennemførelsen og evalueringen af digitalt oplevelsesdesign.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå kompetencer til at:

- Indtænke brugere og reflektere over henholdsvis brugeres og designeres roller i relation til designet af oplevelsesprodukter og herved skabe forståelse af og tage højde for disses behov, kompetencer, muligheder, ønsker m.m.
- Designe empiriske test og gennemføre empiriske test af digitale oplevelsesprodukter fra konceptfasen til slutproduktet, herunder også test af oplevelseskvalitet og oplevelsespotentialer

- Beherske metoder til understøttelse af brugerdreven innovation, markedsdreven innovation og designerdreven innovation
- Indsamle, analysere og behandle data i forhold til designet af oplevelsesprodukter.

§ 11 Modul 5: Oplevelsesdesign i praksis

Modulet Oplevelsesdesign i praksis har et omfang på 20 ETCS-point og er placeret på uddannelsens 9. semester.

I modulet skal den studerende gennem et projektorienteret praksisforløb lære at udvikle sine akademisk-faglige kompetencer i et samspil med en praksiskontekst, dvs. i samarbejde med relevante eksterne partnere. Samtidig vil disse kompetencer blive videreudviklet i kurser med særligt henblik på kommunikativ kunnen, præsentations- og forhandlingsteknikker, eventmaking samt forhold omkring mødet mellem teori og praksis. Modulet er således først og fremmest karakteriseret ved et ca. 10 ugers projektorienteret praksisforløb, hvor den studerende samarbejder med en relevant ekstern erhvervspartner, med henblik på at analysere behov og muligheder samt på at oparbejde en bevidsthed om og indsigt i den konkrete virkelighed, som uddannelsen er rettet mod.

Der afholdes kurser og workshops inden for følgende områder: Præsentations- og forhandlingsteknik, eventmaking, markedsføring og mødet mellem teori og praksis.

Faglige kompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Uddannelsens teorier på baggrund af mødet med en specifik praksis
- Teorier om erhvervsrettet kommunikation og markedsføring
- Metoder og teknikker i relation til præsentation og forhandling
- Teorier og metoder til evaluering og konsekvensvurdering af designet og implementeringen af digitale oplevelsesprodukter i oplevelsesøkonomien.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem modulet opnå kompetencer til at anvende uddannelsens teorier og metoder til at:

- Identificere, analysere og vurdere behov og muligheder for designet af digitale oplevelsesprodukter i relation til en konkret virkelighed
- Analysere og eksperimentere med teorier, metoder og redskaber, herunder især it, i designet af digitale oplevelsesprodukter
- Kommunikere og forhandle med eksterne partnere
- Designe, implementere og evaluere digitale oplevelsesprodukter på videnskabeligt grundlag i samspil med specifikke eksterne partnere
- Evaluere og konsekvensvurdere digitale oplevelsesprodukter i relation til en virksomhedskontekst.

§ 12 Modul 6: Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien (valgfrit modul)

Modulet Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien har et omfang på 10 ECTS-point og er placeret på uddannelsens 9. semester.

I modulet har den studerende mulighed for at få skærpet sin viden omkring testmetoder og testdesign i forhold til forbrugerteori og æstetisk teori forud for specialesemetret. Det valgfri modul rummer kurser i receptionsteori, socialpsykologi, neurovidenskab og kognitionsteori med henblik på design af eksperimentelle testmetoder i forhold til digitale oplevelsesprodukter. Ved dette modul får den studerende mulighed for at specialisere sig i forhold til testning og afprøvning af æstetiske og forbrugerorienterede praksisser og derved i forhold til at teste og afprøve digitale oplevelsesprodukter.

Faglige kompetencer:

Den studerende vil gennem modulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Receptionsteori og -analyse
- Socialpsykologi
- Kognitionsteori
- Neurovidenskab.

Praksiskompetencer:

Den studerende vil gennem modulet opnå kompetence til at:

- Planlægge og gennemføre evalueringer, herunder testning og afprøvning af æstetiske praksisser i forhold til digitale oplevelsesprodukter
- Inddrage og anvende eksisterende testmetoder samt designe eksperimentelle testmetoder i forhold til afprøvningen af digitale oplevelsesprodukter
- Tilrettelægge og foretage receptionsanalyser af digitale oplevelsesprodukter.

§ 13 Modul 7: Avanceret digitalt design (valgfrit modul)

Modulet Avanceret digitalt design har et omfang på 10 ETCS-point og er placeret på uddannelsens 9. semester.

I modulet har den studerende mulighed for at få skærpet og specialiseret sin viden og kunnen i forhold til digitalt design forud for specialesemetret. Det valgfri modul rummer kurser inden for områder som eksempelvis Virtual Reality, 3D-modellering, mixed reality, augmented reality, location based services, mobilt indhold, intelligent software, intelligente ting/rum/byer etc. eller andre områder efter den studerendes konkrete behov. Gennem dette modul får den studerende mulighed for at specialisere sig yderligere i uddannelsens primære praktiske dimensioner.

Faglige kompetencer:

Modulet vil udstyre den studerende med en:

- Specialiseret viden om specifikke teknologier inden for it-baserede oplevelser samt viden om styrker og svagheder ved disse specifikke teknologier
- Specialiseret viden om og håndværksmæssig kunnen i forhold til designværktøjer til produktion af digitale oplevelsesprodukter
- Viden om oplevelsesoptimering inden for specifikke teknologiske områder.

Praksiskompetencer:

Den studerende vil gennem modulet opnå videregående kompetencer til at:

- Vælge den optimale teknologiske løsning og det relevante designværktøj ud fra det ønskede oplevelsesprodukt og den ønskede oplevelseseffekt
- At optimere oplevelsespotentialer og -rammer ud fra de givne teknologiske, organisatoriske og økonomiske forudsætninger
- Anvende designværktøjer i designet af digitale oplevelsesprodukter
- Designe, tilrettelægge og realisere interaktive digitale løsninger i relation til oplevelsesøkonomien.

§ 14 Specialemodul

Specialemodulet har et omfang på 30 ECTS-point og er placeret på uddannelsens 10. semester.

Specialesemesteret omfatter udfærdigelse af en specialeafhandling om et emne, som den studerende vælger frit inden for uddannelsens rammer, jf. dog stk. 2, samt et konkret digitalt oplevelsesprodukt/koncept. Det digitale oplevelsesprodukt/koncept begrundes, analyseres og evalueres i specialet i henhold til de valgte teorier og metoder.

Stk. 2

Specialeemnet, herunder det konkrete digitale oplevelsesprodukt/koncept, godkendes af studienævnet. Specialeemnet og forslaget til det digitale oplevelsesprodukt/koncept forelægges nævnet i form af en kort, foreløbig problemformulering, begrundelse for emnevalget, forslag til litteratur samt forslag til tidsplan for såvel speciale som for det digitale oplevelsesprodukt/koncept. Ved godkendelsen fastsættes en frist for afleveringen af specialet.

Faglige kompetencer:

Den studerende skal gennem specialemodulet opnå faglige kompetencer inden for:

- Den valgte problemstillings teoretiske område
- Fagområdets teorier og metoder til analyse af en relevant, afgrænset problemstilling
- Fagområdets teorier og metoder til udvikling og analyse af et konkret digitalt oplevelsesprodukt/koncept
- Forskningsetik og indsigt i implikationerne af forskningsarbejde.

Praksiskompetencer:

Den studerende skal gennem specialemodulet opnå kompetencer til at:

- Selvstændigt og på grundlag af videnskabelig teori og metode at søge, analysere og anvende viden inden for uddannelsens område
- Begrunde faglige valg og prioriteringer
- Anvende og videreudvikle relevante teorier og videnskabelige metoder i relation til oplevelsesdesign i samspil med praksis
- Strukturere og formidle den opnåede viden til en akademisk offentlighed inden for uddannelsens fagområde samt til en bredere kreds.

KAPITEL 4 PRØVEBESTEMMELSER

§ 15 Generelle bestemmelser

Ved bedømmelsen af de enkelte prøver gives enten en karakter efter 7-skalaen eller bedømmelsen består/ikke består.

Stk. 2

Prøverne er enten interne eller eksterne. Hvor intet andet er anført, bedømmes prøverne af eksaminator og en intern eller ekstern censor.

Stk. 3

Alle prøver er individuelle. Projekter, emnestudier mv. kan udarbejdes i fællesskab af indtil 5 studerende. Kandidatspecialer kan udarbejdes i fællesskab af indtil 3 studerende. Selve prøven er individuel. Ved prøver i projekter, emnestudier mv. gælder normalt en af følgende to prøveformer:

- a) En **mundtlig** prøve med udgangspunkt i det skriftlige arbejde, hvad enten dette er lavet individuelt eller i samarbejde med andre. Hvor det skriftlige arbejde er lavet i samarbejde med andre, skal det ikke angives, hvem der er ansvarlig for de enkelte dele af arbejdet. Den studerende eksamineres med udgangspunkt i hele det skriftlige arbejde. Der gives en karakter for den mundtlige præstation. Det skriftlige arbejde indgår således kun indirekte i bedømmelsen.
- b) En **kombineret skriftlig og mundtlig prøve** med udgangspunkt i det skriftlige arbejde, hvad enten dette er lavet individuelt eller i samarbejde med andre. Hvor det skriftlige arbejde er lavet i samarbejde med andre, skal det for hvert af de individuelle afsnit angives, hvem der er ansvarlig for det pågældende afsnit. De øvrige afsnit betragtes som gruppens fælles ansvar. Den studerende eksamineres med udgangspunkt i hele det skriftlige arbejde. Der gives en samlet karakter for den mundtlige og den skriftlige præstation; vægtningen af de to elementer ift. hinanden anføres under den enkelte prøve.

Stk. 4

Hvor der ved skriftlige arbejder er fastsat regler for arbejdets omfang, svarer en side til 2400 tegn med mellemrum. Det fastsatte sidetal omfatter kun selve den skriftlige fremstilling, idet fx titelblad, forord, indholdsfortegnelse, litteraturliste og bilag ikke medtælles. Ved opgørelsen af sidetal medtælles noter, men ikke illustrationer. Sidetal anføres enten på forsiden eller i et forord.

Stk. 5

De angivne prøvetider ved mundtlige prøver er inkl. votering og meddelelse af resultatet.

Stk. 6

I bedømmelsen af samtlige skriftlige arbejder, uanset hvilket sprog de er udarbejdet på, indgår en vurdering af den studerendes stave- og formuleringsevne. Til grund for vurderingen af den sproglige præstation lægges ortografisk korrekthed og overensstemmelse med normerne for formelt, akademisk skriftsprog samt stilistisk sikkerhed. Den sproglige præstation skal altid indgå som en selvstændig faktor i den samlede vurdering. Dog kan ingen prøve samlet vurderes til bestået alene på grund af en god sproglig præstation, ligesom en prøve normalt ikke kan vurderes til ikke bestået alene på grund af en ringe sproglig præstation.

Stk. 7

Uddannelsen skal være afsluttet senest tre år efter, at den er påbegyndt. Orlov medregnes ikke i de tre år.

Stk. 8

Det er en betingelse for at indstille sig til prøven i kandidatspecialet, at samtlige forudgående prøver, inkl. prøve i et valgfrit modul (30 ECTS) er bestået.

Stk. 9

De studieelementer, der ligger til grund for den enkelte prøve, normeres som andele af årsværk, idet et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Et årsværk er lig med 60 ECTS-point.

Stk. 10

For at bestå uddannelsen skal alle prøver, som bedømmes efter 7-trinsskalaen, bestås med mindst karakteren 2. Der udregnes et vægtet gennemsnit af karaktererne fra de prøver, som bedømmes efter 7-trinsskalaen på baggrund af de enkelte prøvers vægt i ECTS-point. Dvs., at gennemsnittet defineres som summen af de enkelte karakterer, hver multipliceret med den tilhørende prøves ECTS-omfang, divideret med summen af ECTS-pointene for de prøver, der indgår i gennemsnittet.

Ved beregningen indgår ikke prøver, som bedømmes med bestået/ikke bestået. Gennemsnittet anføres på eksamensbeviset med én decimal.

§ 16 Prøver

Hvert modul afsluttes med en eksamen, der afprøver den studerendes evner inden for de under det pågældende modul definerede kompetencemål. Uddannelsen består af følgende prøver, idet den studerende vælger enten prøve 6 eller prøve 7, jf. § 6, stk. 3.

Ved afslutningen af 7. semester afholdes følgende prøver:

1. En intern mundtlig prøve i: **Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier (Knowledge of Aesthetic and Experience Economical Processes in Relation to Digital Media)**. Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport. Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelle prøver. Normeret prøvetid 30 min. Der foretages en samlet bedømmelse af rapporten (den enkelte studerendes bidrag hertil) og den mundtlige præstation. Hovedvægten lægges på det skriftlige arbejde. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Prøven skal i forhold til de i § 7 angivne kompetencemål dokumentere, at den studerende kan analysere, diskutere og vurdere:

- Æstetisk teori i relation til æstetiske praksisser og digitale oplevelsesprodukter
- Forbrugerteori i relation til oplevelsesøkonomien og digitale oplevelsesprodukter
- Teorier om digitale medier i relation til oplevelsesøkonomien
- Teorier og praksisser inden for kreative teknikker med særligt henblik på idégenerering og idérealisering
- Evalueringsteori i relation til æstetiske og forbrugerorienterede processer.

Den studerende skal endvidere dokumentere, at han/hun kan:

- Planlægge og gennemføre valide beskrivelser og analyser af æstetiske og forbrugerorienterede praksisser i relation til digitale oplevelsesprodukter
- Identificere, analysere og evaluere eksisterende digitale oplevelsesprodukter
- Indtænke digitale medier og teknologier som en integreret del af oplevelsesøkonomien, dels i forhold til eksisterende oplevelsesrelaterede områder og dels i forhold til nye oplevelsesrelaterede tiltag
- Redegøre for samt forholde sig selvstændigt til forskellige teoretiske paradigmer inden for feltet æstetik og oplevelsesøkonomi, herunder hvad disse betyder for designet af oplevelsesrelaterede digitale produkter
- Redegøre for samt forholde sig selvstændigt til metoder og teorier til udforskning og initiering af digitale oplevelsesprodukter
- Redegøre for samt forholde sig selvstændigt til, hvordan it kan understøtte og skabe oplevelsesrelaterede processer i virksomheder og organisationer
- Generere realiserbare idéer i spændingsfeltet mellem oplevelsesøkonomi og digitale medier/teknologier.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 25 ECTS-point.

2. En intern skriftlig individuel prøve i: **Digitalt Design (Digital Design)**. Prøven har form af en bunden 7-dages opgave, hvor den studerende på baggrund af en stillet opgaveformulering skal besvare et eller flere spørgsmål inden for fagområdet. Besvarelsen må højst være på 10 sider og skal ske med udgangspunkt i kursets pensum (ca. 500 sider). Der gives bedømmelsen bestået/ikke bestået.

Prøven skal i forhold til de i § 8 angivne kompetencemål dokumentere, at den studerende har:

- En viden om design og almene designprincipper, samt specielt digitalt design og digitale designprincipper
- En grundviden om designværktøjer i relation til designet af digitale oplevelsesprodukter
- En grundviden om design af brugerinteraktion og interaktive medier.

Den studerende skal endvidere dokumentere, at han/hun kan:

- Anvende almene designprincipper og specielt designprincipper til digitalt design
- Anvende designværktøjer i designet af digitale oplevelsesprodukter
- Anvende almene principper for interaktionsdesign og brugerdialo
- Reflektere over forholdet mellem den givne opgave og det konkrete valg af designprincipper, interaktionsformer og designværktøjer samt perspektivere dette valg.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS-point.

Ved afslutningen af 8. semester afholdes følgende prøver:

3. En intern skriftlig individuel prøve i: **Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign (Management and Creative Processes in Experience Design)**. Prøven har form af en bunden 7-dages opgave, hvor den studerende på baggrund af en stillet opgaveformulering skal besvare et

eller flere spørgsmål inden for fagområdet. Besvarelsen må højst være på 10 sider og skal ske med udgangspunkt i kursets pensum (ca. 1000 sider), hvor fordelingen mellem litteratur inden for hhv. ledelse og kreative processer er i forholdet 2 til 1. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Besvarelsen skal i forhold til de i § 9 angivne kompetencemål demonstrere, at den studerende kan analysere, diskutere og vurdere:

- Teorier omkring ledelse med særligt fokus på kreative processer
- Teorier omkring iværksætteri og økonomi i relation til oplevelsesøkonomien
- Kommunikation og samarbejde i kreative processer specifikt relateret til it-baseret oplevelsesdesign
- Teorier om ledelsesmæssige og organisatoriske muligheder for nyskabelse.

Den studerende skal endvidere dokumentere, at han/hun:

- Har forståelse af og indsigt i kreative processer og projekter og følgelig kan understøtte, medvirke i og evaluere organisatoriske og administrative processer i oplevelsesøkonomien
- Har indsigt i, hvorledes ledelsesmæssige redskaber og teknikker kan anvendes til at støtte kreative processer og realiseringen af digitale oplevelsesprodukter
- Kan planlægge og administrere kreative processer og projekter i relation til digitalt oplevelsesdesign
- Kan reflektere kritisk over de benyttede teorier.

De studieaktiviteter, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 10 ECTS-point.

4. En ekstern mundtlig prøve i: **Metoder i it-baseret oplevelsesdesign (Methods in It-Based Experience Design)**. Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport samt i et konkret digitalt oplevelsesprodukt/koncept. Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelle prøver. Normeret prøvetid 30 min. Der foretages en samlet bedømmelse af rapporten (den enkelte studerendes bidrag hertil), det udarbejdede digitale oplevelsesprodukt/koncept og den mundtlige præstation. Hovedvægten lægges på de skriftlige/praktiske arbejder. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Prøven skal i forhold til de i § 10 angivne kompetencemål dokumentere, at den studerende kan analysere, diskutere, vurdere og anvende:

- Teorier og metoder inden for interaktionsdesign, heriblandt interaktionsformer og -stilarter, brugerdialog, brugerprofiler, prototyping og konceptudvikling
- Bruger- vs. designerorienterede metoder i forhold til tilrettelæggelsen af digitale oplevelsesprodukter
- Metoder til test af oplevelseskvaliteter som usability, likeability, sociability, playability etc. i digitale produkter
- Samt integrere de i de øvrige moduler opnåede kompetencer og færdigheder i forhold til tilrettelæggelsen og udarbejdelsen af et konkret digitalt oplevelsesdesign.

Den studerende skal endvidere dokumentere og demonstrere, at han/hun:

- Kan indtænke brugere og reflektere over henholdsvis brugeres og designeres roller i relation til designet af oplevelsesprodukter og herved skabe forståelse af og tage højde for disses behov, kompetencer, muligheder, ønsker m.m.
- Kan designe og gennemføre empiriske test af digitale oplevelsesprodukter fra konceptfasen til slutproduktet, herunder også test af oplevelseskvalitet og oplevelsespotentialer
- Kan indsamle, analysere og behandle data i forhold til designet af digitale oplevelsesprodukter
- Kan beherske metoder til understøttelse af brugerdreven innovation, markedsdreven innovation og designerdreven innovation
- Kan reflektere og evaluere de valgte/benyttede designmetoder.

De studieaktiviteter, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 20 ECTS.

Ved afslutningen af 9. semester afholdes følgende prøver:

5. En ekstern mundtlig prøve i: **Oplevelsesdesign i praksis (Experience Design in Practice)**. Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor og tager udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport samt i et konkret digitalt oplevelsesprodukt/koncept udarbejdet i forlængelse af det projektorienterede praksisforløb. Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelle prøver. Normeret prøvetid 40 min. Der foretages en samlet bedømmelse af rapporten (den enkelte studerendes bidrag hertil), det udarbejdede digitale oplevelsesprodukt/koncept og den mundtlige præstation. Hovedvægten lægges på de skriftlige/praktiske arbejder. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Prøven skal i forhold til de i § 11 angivne kompetencemål dokumentere, at den studerende:

- Kan operationalisere uddannelsens teorier og metoder i forhold til mødet med en konkret praksiskontekst og herved fremstille et konkret digitalt oplevelsesprodukt/koncept
- Kan redegøre for det udarbejdede design og for de teoretiske og metodiske overvejelser, der ligger til grund herfor
- Har indgående viden om og kompetencer i forhold til kommunikationsteori samt forhandlings- og præsentationsteknikker
- Kan inddrage, operationalisere, analysere og vurdere teorier omkring erhvervsrettet kommunikation og markedsføring i forhold til den eksterne samarbejdspartner.

Den studerende skal samtidig dokumentere og demonstrere, at han/hun:

- På overbevisende og velargumenteret facon kan kommunikere og forhandle med en ekstern partner i forbindelse med realiseringen/implementeringen af det under projektarbejdet udarbejdede digitale oplevelsesprodukt/koncept
- Kan samarbejde med en ekstern partner i forhold til behovsvurdering, forhandling, markedsføring m.m.
- Kan evaluere sit eget projekt og samarbejde i samspil med den pågældende eksterne partner
- Kan designe, implementere og evaluere digitale oplevelsesprodukter på et videnskabeligt grundlag i samspil med en ekstern partner

- Kan evaluere og konsekvensvurdere det konkrete digitale oplevelsesprodukt i forhold til den pågældende eksterne partner
- Kan diskutere, hvordan digitale oplevelsesprodukter kan tilrettelægges under hensyntagen til og i samspil med forskellige målgrupper og kontekster
- Kan redegøre for det projektorienterede praksisforløb, herunder dets udgangspunkt, kontekst, processer og resultater
- Kan redegøre for de anvendte teorier og vurdere disse teories samspil med den konkrete praksiskontekst.

De studieaktiviteter, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 20 ECTS-point.

6. En intern skriftlig individuel prøve i: **Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien (Test Design and Methodology in the Experience Economy)**. Prøven har form af en bunden 7-dages opgave, hvor den studerende på baggrund af en stillet opgaveformulering skal besvare et eller flere spørgsmål inden for fagområdet. Besvarelsen må højst være på 10 sider og skal ske med udgangspunkt i kursets pensum (ca. 1000 sider). Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Besvarelsen skal i forhold til de i § 12 angivne kompetencemål demonstrere, at den studerende kan inddrage, anvende og reflektere over:

- Receptionsteori og -analyse
- Socialpsykologi
- Kognitionsteori
- Neurovidenskab.

Den studerende skal samtidig dokumentere og demonstrere, at han/hun:

- Kan planlægge, teste og afprøve æstetiske praksisser i forhold til digitale oplevelsesprodukter
- Kan inddrage og anvende eksisterende testmetoder samt evt. designe eksperimentelle testmetoder i forhold til afprøvningen af digitale oplevelsesprodukter.

De studieaktiviteter, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 10 ECTS-point.

7. En intern skriftlig individuel prøve i: **Avanceret digitalt design (Advanced Digital Design)**. Prøven har form af en bunden 7-dages opgave, hvor den studerende på baggrund af en stillet opgaveformulering skal besvare et eller flere spørgsmål inden for fagområdet samt løse en stillet opgave inden for digitalt design. Besvarelsen må højst være på 10 sider og skal ske med udgangspunkt i kursets pensum (ca. 1000 sider). Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Besvarelsen skal i forhold til de i § 13 angivne kompetencemål demonstrere, at den studerende:

- Har en indgående og specialiseret viden om specifikke teknologier samt designmæssige muligheder og begrænsninger i relation til oplevelsesøkonomien
- Har en specialiseret viden om og håndværksmæssig kunnen i forhold til designværktøjer med henblik på produktion af digitale oplevelsesprodukter
- Har en indgående viden om oplevelsesoptimering inden for specifikke teknologiske områder.

Den studerende skal samtidig dokumentere og demonstrere, at han/hun:

- Kan anvende designværktøjer i tilrettelæggelsen og designet af digitale oplevelsesprodukter
- Kan vælge den optimale teknologiske løsning og det relevante designværktøj ud fra det ønskede oplevelsesprodukt og den ønskede oplevelseseffekt
- Kan optimere oplevelsespotentialer og -rammer ud fra de givne teknologiske, organisatoriske og økonomiske forudsætninger
- Kan designe, tilrettelægge og realisere interaktive digitale løsninger i relation til oplevelsesøkonomien.

De studieaktiviteter, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 10 ECTS-point.

Ved afslutningen af 10. semester afholdes følgende prøve:

8. En ekstern mundtlig prøve i: **Speciale (Thesis)**. Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor på grundlag af en af den/de studerende udarbejdet specialeafhandling og et hertil hørende digitalt oplevelsesprodukt/koncept. Specialet skal være på mindst 35 og må højst være på 70 sider pr. studerende, højst 80 sider ved individuelle prøver. Der udarbejdes et resume på engelsk på 1-2 sider. Eksaminator og censor udarbejder i fællesskab en skriftlig udtalelse på højst 1½ side om specialet. Udtalelsen tilsendes den/de studerende senest en uge før prøvens afholdelse og danner sammen med specialet udgangspunkt for samtalen. Normeret prøvetid 45 min. Der foretages en samlet bedømmelse af specialet (den enkelte studerendes bidrag hertil), det digitale oplevelsesprodukt/koncept og den mundtlige præstation, hvor den mundtlige præstation og specialet over for det digitale oplevelsesprodukt/koncept vægtes i forholdet 3 til 1. Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen.

Prøven skal i forhold til de i § 14 angivne kompetencemål dokumentere, at den studerende:

- Selvstændigt og systematisk kan søge viden samt udvælge og redegøre for teorier og metoder inden for uddannelsens fagområde
- Kan planlægge og gennemføre udforskning af specialets særlige problemstilling gennem anvendelse af relevante teorier og videnskabelige metoder
- Kan argumentere for de anvendte teoriers relevans og egnethed til belysning af specialets særlige problemstilling
- Kan strukturere og formidle den gennem specialearbejdet producerede viden til en akademisk offentlighed inden for uddannelsens fagområde samt til en bredere kreds
- Kan designe, tilrettelægge, fremstille og implementere et konkret digitalt oplevelsesprodukt i samspil med en ekstern partner på et økonomisk rentabelt og realisabelt niveau
- Kan evaluere og reflektere over det i forbindelse med specialearbejdet udarbejdede digitale oplevelsesdesigns effekt og værdi for såvel brugere som for samarbejdspartneren.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 30 ECTS-point.

§ 17 Oversigt over prøver

Nr.	Navn	Intern B/ib	Intern 13-skala	Ekstern B/ib	Ekstern 13-skala
1	Viden om æstetiske og oplevelsesøkonomiske processer i forhold til digitale medier		25 ECTS		
2	Digitalt design	5 ECTS			
3	Ledelse og kreative processer i oplevelsesdesign		10 ECTS		
4	Metoder i it-baseret oplevelsesdesign				20 ECTS
5	Oplevelsesdesign i praksis				20 ECTS
6	Testdesign og metodologi i oplevelsesøkonomien (valgmulighed a)		10 ECTS		
7	Avanceret digitalt design (valgmulighed b)		10 ECTS		
8	Speciale				30 ECTS

§ 18 Omprøve

Vedrørende omprøvemuligheder uden for de ordinære eksamensterminer henvises til den til enhver tid gældende eksamensordning. Tilladelse kan kun gives, såfremt der findes en velbegrunnet formodning om, at resultatet kan forbedres, og at den studerende ellers ville blive forsinket uforholdsmæssigt i sin uddannelse.

KAPITEL 5 **ANDRE BESTEMMELSER**

§ 19 Dispensation

Studienævnet for Humanistisk Informatik kan, når det er begrundet i usædvanlige forhold, dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af universitetet.

§ 20 Uddybende information

Studienævnet offentliggør og vedligeholder på sin hjemmeside mere udførlige oplysninger om uddannelsen, herunder eksamen.

Studerende, der har påbegyndt kandidatstudiet inden den 1. september 2007, forbliver på ældre studieordninger, idet der dog pr. 1. september 2007 gælder følgende ændringer for disse studerende:

- 13-karakterskalaen erstattes af 7-trinsskalaen
- Gruppeeksamener ophører og erstattes af individuelle eksamener, således at reglerne i denne studieordnings §§ 15 og 16 finder anvendelse på alle projekter, specialer o.lign. under samtlige studieordninger.
- Kandidatspecialebestemmelserne følger nærværende studieordning med hensyn til sidetal, eksaminationsform, eksaminationstid og vægtning mellem skriftlig og mundtlig præstation. Således udarbejdes der ikke skriftlige specialeudtalelser.

§ 21 Ikrafttrædelse

Studieordningen er indstillet af Studienævnet for Humanistisk Informatik og godkendt af dekanen. Studieordningen har virkning fra den 1. september 2006. Der er i foretaget korrektioner pba. ændring af studieordningen, som vedrører §§ 15 og 16 og 21.

Det beslattes af Studienævnet for Humanistisk Informatik og/eller Det Humanistiske Fakultetskontor, AAU, hvornår der sidste gang afholdes prøver efter nærværende studieordning.