Uddannelses- og Forskningsministeriet

Prækvalifikation af videregående uddannelser - Merkantil diplom

Udskrevet 12. november 2026

Diplom - Merkantil diplom - Københavns Erhvervsakademi

Institutionsnavn: Københavns Erhvervsakademi
Indsendt: 30/09-2013 11:49
Ansøgningsrunde: 2013 - 2
Status på ansøgning: Afslag
Afgørelsesbilag
Download den samlede ansøgning
Læs hele ansøgningen

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

Ballerup

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Nej

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Diplom

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk fx. kemi

Merkantil diplom

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk fx. chemistry

Diploma Degree Programme in Business Studies

Den uddannedes titel på dansk

Merk.d.

Den uddannedes titel på engelsk

Diploma of Business Studies

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Det økonomisk-merkantile område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Adgang til optagelse på den merkantile diplomuddannelse eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en erhvervsakademiuddannelse eller en relevant videregående voksenuddannelse (VVU) gennemført som reguleret forløb, samt at ansøger har mindst 2 års relevant erhvervserfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse.
Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse som ovenfor nævnt, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelses-systemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne.

Er det et internationalt uddannelsessamarbejde?

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej

ECTS-omfang

60

Beskrivelse af uddannelsen

Ikke relevant

Uddannelsens konstituerende faglige elementer

Ikke relevant

Begrundet forslag til taxameterindplacering

Ikke relevant

Forslag til censorkorps

Censorkorps for det samfundsfaglige, økonomiske og merkantile område

Dokumentation af efterspørgsel på uddannelsesprofil - Upload PDF-fil på max 30 sider. Der kan kun uploades én fil.

Bilag_Den_Merkantile_Diplom_KEA.pdf

Behov for nyt udbud

KEA søger om udbud af den merkantile diplomuddannelse, så der kan skabes en direkte vej for KEAs studerende videre i uddannelsessystemet inden for det merkantile område uden forlængelse af studietiden. Og da KEA ikke selv udbyder diplomuddannelser med konkurrerende indhold og har egen fødekæde til den merkantile diplomuddannelse, vil rekrutteringen af kommende studerende ikke forringe vilkårene for eksisterende uddannelser og udbud.

1) I dag har Region Hovedstaden kun en udbyder af den merkantile diplomuddannelse til det største regionale befolkningsgrundlag.

2) Der findes et uddannelsesefterslæb på Vestegnen/Ballerup, hvor KEA vil placere sit udbud.

3) Den merkantile diplomuddannelse vil styrke sammenhængskraften til KEAs øvrige udbud af akademiuddannelser og videre op til masterniveau på andre institutioner.

4) Alternativet til den merkantile diplomuddannelse er HD 2. del, hvortil hovedparten af KEAs merkantile akademiuddannelser ikke har direkte adgang, hvilket forlænger studietiden.

5) En række virksomheder og brancheorganisationer er interesserede i at benytte sig af den merkantile diplom.

I Region Hovedstaden udbydes den merkantile diplomuddannelse af Copenhagen Business Academy i Lyngby og København. Med et indbyggertal på mere end 1.700.000 i Region Hovedstaden, vil der med to udbud være et befolkningsgrundlag på 851.194 i gennemsnit pr. udbyder. Og dermed er det stadig den region i Danmark, som har det største rekrutteringsgrundlag pr. udbydende uddannelsesinstitution.

Region Sjælland har det næststørste rekrutteringsgrundlag (ca. 820.000), men de udbyder pt. ikke den merkantile diplomuddannelse, hvilket betyder, at rekrutteringsgrundlaget reelt set er endnu større, og derfor er der ikke umiddelbart grund til at forvente, at udbyderne kommer til at konkurrere om de studerende.
(Se bilag 1, figur 1, s. 2 - Oversigt over indbygger pr. udbud af den merkantile diplomuddannelse).

Det nye udbud skal placeres i Ballerup. Kigger man på Vestegnens (herunder Ballerup) uddannelsesniveau sammenlignet med Region Hovedstaden og hele Danmark, kan man se, at Vestegnen har en højere andel af befolkningen med en erhvervsuddannelse bag sig, mens de har en lavere andel med en mellemlang og lang videregående uddannelse. Holdt sammen med, at Vestegnen har en højere ledighed (1,2 % over landsgennemsnittet), og at virksomhederne i højere grad ansætter folk med en videregående uddannelse, tegner det et billede af, at der er et stort behov for videregående efteruddannelsestilbud på Vestegnen.
(Se bilag 1, figur 2, s. 2 – Uddannelsesniveau på Vestegnen).
(Se bilag 1, figur 3, s. 3 – Ledighed på Vestegnen).
(Se bilag 1, figur 4, s. 3 – Udvikling i beskæftigelsen i forhold til uddannelsesniveau på Vestegnen).

I dag har KEA allerede et merkantilt fagligt miljø, idet KEA udbyder syv merkantile akademiuddannelser. Dette udbud bruges til at tilbyde ”rene” merkantile efteruddannelsestilbud både til beskæftigede og til ledige, men fagmodulerne bruges også i tilknytning til uddannelse inden for tekniske, designmæssige og/eller IT-mæssige uddannelsestilbud.

Den merkantile diplomuddannelse vil være en naturlig forlængelse af KEAs syv merkantile akademiuddannelser, og alle

syv uddannelser giver direkte adgang til at læse videre på den merkantile diplomuddannelse.
Den merkantile diplomuddannelse giver også mulighed for at udbyde en række specifikke fagmoduler, fx fagene inden for økonomi og finansiering som er specielt attraktive for den finansielle sektor samt fagene inden for leisure management, der er specielt attraktive for turistbranchen, som efterspørger øgede merkantile kompetencer til turismeerhvervet.

Alternativet til den merkantile diplomuddannelse er HD 2. del, men kun en af de merkantile akademiuddannelser (finansiel rådgivning) på KEA giver direkte adgang til denne uddannelse. På to af uddannelserne – "Økonomi og ressourcestyring" samt "International handel og markedsføring" – kan man ved at tage supplerende fag, og dermed forlænge studietiden med op til et år, komme ind og læse videre på HD 2. del. De øvrige fire merkantile akademiuddannelser giver ikke adgang til HD. 2.del.
Den merkantile diplomuddannelse vil derfor give selvstændig kompetence i forhold til arbejdsmarkedet, men uddannelsen vil også give en ny vej gennem det parallelle uddannelsessystem op til optagelsen på relevante masteruddannelser. Relevante uddannelser for KEAs dimittender kunne være "Master i bygherrens værdiskabelse", "Master i ledelse af byggeri", "Master i projektledelse og procesforbedring" og andre.
(Se bilag 1, figur 5, s. 4 - Oversigt over adgangsveje til HD 2. del).

KEA har gennemført en række interviews med centrale brancheorganisationer og virksomheder for at kaste lys over efterspørgslen på den merkantile diplomuddannelse.
Tekniq (Installatørernes organisation) kan se, at den merkantile diplomuddannelse kan bygge direkte oven på en installatøruddannelse, da grunduddannelsen til installatør ikke indeholder mange merkantile fag, men uddannelsen skal tænkes branchespecifikt og tage udgangspunkt i de forhold, som gælder for små og mellemstore virksomheder.

Tina Voldby, underdirektør i Tekniq: "Ud over det praksisnære, så er det vigtigt, at man i sit teoretiske fundament – og i sine cases – tager udgangspunkt i den virkelighed, som er gældende for små og mellemstore virksomheder. Der er væsentlige forskelle på de metoder, som kan anvendes, når man ser på små og mellemstore virksomheder kontra de store industri- og servicevirksomheder. Dette gælder i forhold til strategi, markedsføring, salg m.v. Disse forskelle erkendes ikke altid i den undervisning, som gennemføres eksempelvis på CBS".
(Se bilag 3, interview 1, s. 7).

KEA udbyder de to erhvervsakademiuddannelser EL og VVS, og har dermed et direkte rekrutteringsgrundlag – det vil blive behandlet nærmere under Rekrutteringsgrundlag.

Finanssektorens arbejdsgiverforening benytter sig i dag især af finansiel rådgivning og HD i forhold til efteruddannelsestilbud, men er meget interesserede i et alternativt efteruddannelsestilbud til deres medlemmer.
Michael Boas, seniorkonsulent i Finanssektorens arbejdsgiverforening (FA): "Den merkantile diplom ser FA som relevant både for de medarbejdere, som har taget en akademi- eller erhvervsakademiuddannelse inden for det merkantile område, men i lige så høj grad ser FA diplomens fagmoduler som oplagte efteruddannelsesmuligheder for de medarbejdere, som har en merkantil bacheloruddannelse".
(Se bilag 3, interview 2, s. 8).

Rasmus Dahl, politisk konsulent fra Dansk Industri (DI): "Den merkantile diplomuddannelse kan have en mission ved at målrette tilbuddet til studerende, der i forvejen har taget en akademiuddannelse på deltid. Denne målgruppe føler sig – måske – ikke specielt tiltrukket af det universitetsmiljø, som almindeligvis udbyder HD."

Det er endvidere DI' s vurdering, at den merkantile diplomuddannelse kan bidrage til forbedringen af små og mellemstore arbejdspladsers uddannelsesniveau.
(Se bilag 3, interview 3, s. 9).

Rekrutteringsgrundlag

Et udbud af den merkantile diplomuddannelse kan medvirke til en forøgelse af optaget på KEAs akademiuddannelser, da der bliver mulighed for videreuddannelse. Udbuddet vil ligeledes kunne øge rekrutteringsgrundlaget for masteruddannelser på andre institutioner. Der forventes ingen nævneværdige konsekvenser for udbuddet af HD 2. del, som i dag ikke fremstår som et tilstrækkeligt attraktivt tilbud til KEAs dimittender fra erhvervsakademiuddannelser og akademiuddannelser. Rekrutteringsgrundlaget til den merkantile diplomuddannelse vil først og fremmest tage afsæt i:

1)Studerende fra KEAs nuværende merkantile akademiuddannelser.

2)Dimittender fra KEAs nuværende fuldtidsuddannelser.

I løbet af 2013 er der indskrevet 773 studerende på de syv merkantile akademiuddannelser. Heraf bor mere end 150 (19,4 %) på Vestegnen, og desuden kommer en stor gruppe fra det øvrige Sjælland (27,2 %).
(Se bilag 2, figur 1, s. 5 – De studerendes bopæl fordelt på antal).

Ofte vælger deltidsstuderende en uddannelsesinstitution, som ligger tæt på deres bopæl, da tiden er vigtig, når man også har et fuldtidsjob ved siden af sine studier.

Med så stor en masse af studerende – også i lokalområdet - forventer KEA ikke, at den merkantile diplomuddannelse vil tage studerende fra andre institutioner. I forhold til KEAs eget udbud på diplomområdet tilbydes pt. fire diplomuddannelser: Diplom i ledelse, design & business, e-konceptudvikling og webudvikling. De tre sidstnævnte er efteruddannelsestilbud målrettet studerende med forudsætninger og interesse i design og det digitale område. Her er der umiddelbart ingen konkurrence, da der er tale om vidt forskellige målgrupper. Med hensyn til diplom i ledelse er der også tale om to forskellige målgrupper, idet den merkantile diplomuddannelse henvender sig til den specialiserede medarbejder uden egentlig ledelsesansvar (personaleledelse). Den merkantile diplomuddannelse giver redskaber, som vil kunne anvendes i en række funktioner og job, og uddannelsen har derfor en bredere målgruppe end diplom i ledelse, som primært sigter på håndtering af ledelse som fag.

Dansk Byggeri og Tekniq er begge interesserede i den merkantile diplomuddannelse – især hvis den målrettes små og mellemstore virksomheder og specifikke behov. Dansk Byggeri og Tekniq er brancheorganisationer for en række af de virksomheder, som KEA uddanner til. Her er fx tale om bygningskonstruktøren, som havde 233 dimittender i 2012 og installatøruddannelser, som havde 95 dimittender i 2012. Begge uddannelser er en del af KEAs naturlige fødekæde, og i Region Hovedstaden er der ikke andre udbydere end KEA til disse uddannelser.

Sidse Frich Thygesen, chefkonsulent i Dansk Byggeri: ”Det er vigtigt, at der et merkantilt efter- og videreuddannelses tilbud til alle grupper. Man skal specielt være opmærksom på, at ca. 60 % af de ansatte i branchen har en EUD, som deres uddannelsesmæssige baggrund. På det merkantile område er det derfor vigtigt, at der er videreuddannelsesmuligheder for dem, der har taget en akademiuddannelse på deltid. Det er dog også vigtigt, at der er videreuddannelsesmuligheder for dem, der har taget en akademiuddannelse på deltid, en fuldtids erhvervsakademiuddannelse eller en professionsbacheloruddannelse. Her er den merkantile diplomuddannelse relevant”.
Se bilag 3, interview 4, s. 10.

Pt. har KEA ikke en diplomuddannelse til bygge- og teknikområdet, og derfor ses den merkantile diplomuddannelse heller ikke som en konkurrent til de øvrige diplomuddannelser på KEA i forhold til denne gruppe af eventuelt potentielle

studerende.

Udover KEAs egen fødekæde er der også interesse for den merkantile diplomuddannelse i den finansielle sektor. Seniorkonsulent i Finanssektorens arbejdsgiverforening, Michael Boas, ser gerne nogle bedre alternativer til HD, og afdelingsdirektør for HR i Nykredit, Karina Halbye ser en fordel i, at der findes en nem overgang fra akademiniveau til diplomniveau: ”Nykredit bruger i dag ofte HD 2. del til deres medarbejdere og også diplomuddannelsen i ledelse. De ser nogle interessante muligheder i den merkantile diplom - især med hensyn til den økonomiske uddannelsesretning, og de er også interesserede i, at deres medarbejdere får så let en overgang fra akademiuddannelsen til videreuddannelse på næste niveau”.
Se bilag 3, interview 5, s. 11.

Forventet optag

4-6 hold pr. semester.

KEA optager hvert semester to hold studerende på første obligatoriske fag på akademiuddannelse i Økonomi- og resourcestyring, to hold på akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling, 1-2 hold på akademiuddannelse i International handel og markedsføring, 1-2 hold på akademiuddannelsen i Retail leadership og 0-1 hold på akademiuddannelsen i Finansiel rådgivning.

Den nye økonomiretning under den merkantile diplom vil være en oplagt videreuddannelsesmulighed for KEAs økonomistuderende, ligesom markedsførings-, retail- og markedsorienterede kommunikationsstuderende vil få en oplagt videreuddannelsesmulighed med en lang række salgs- og markedsføringsfag.

Det synes derfor realistisk, at KEA kan køre 2-4 hold pr. semester med de studerende, vi allerede har i KEA. Dertil kommer, at KEA ønsker at tilbyde vores eksisterende og nye virksomhedskunder denne videreuddannelsesmulighed, og derfor ser et stort potentiale for at kunne tiltrække studerende, som ikke selv i dag er opmærksom på de efteruddannelsesmuligheder, de har. Endelig vil studerende fra en lang række af KEAs fuldtidsuddannelser få en oplagt efteruddannelsesmulighed ved en uddannelsesinstitution, som de allerede er fortrolige med. KEA forventer ikke, at alle vil tage en fuld diplomuddannelse, men i lige så høj grad bruge fagmodulerne, som kurser der videreuddanner og opdaterer dem på nyeste viden i deres arbejde. Når kendskabet til denne efteruddannelsesmulighed udbredes, kan der på sigt udbydes endnu flere hold pr. semester.

Hvis relevant: forventede praktikaftaler

Ikke relevant

Hermed erklæres, at ansøgning om prækvalifikation er godkendt af institutionens rektor

Ja

Status på ansøgningen

Afslag

Ansøgningsrunde

2013 - 2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelse_KEA_DP merkantil.pdf

Samlet godkendelsesbrev

BILAGSOVERSIGT

DEN MERKANTILE DIPLOMUDDANNELSE

30. september 2013

BILAG 1 – NYT UDBUD 2
Figur 1: Oversigt over indbygger pr. udbud af den merkantile diplomuddannelse 2
Figur 2: Uddannelsesniveau på Vestegnen 2
Figur 3: Ledighed på Vestegnen 3
Figur 4: Udvikling i beskæftigelsen i forhold til uddannelsesniveau på Vestegnen 3
Figur 5: Oversigt over adgangsveje til HD 2. del 4

BILAG 2 – REKRUTTERINGSGRUNDLAG 5
Figur 1: De studerendes bopæl fordelt på antal 5

BILAG 3 – INTERVIEWS 6
Interview 1: Tekniq 7
Interview 2: Finanssektorens arbejdsgiverforening 8
Interview 3: Dansk Industri 9
Interview 4: Dansk Byggeri 10
Interview 5: Nykredit 11
Interview 6: DBU A/S 12
Interview 7: Håndværksrådet 13

BILAG 1 – BEHOV FOR NYT UDBUD

Figur 1 - Oversigt over indbygger pr. udbud af den merkantile diplomuddannelse

	Antal udbydere af den merkantile diplomuddannelse	Indbyggertal	Indbygger pr. udbud
Region Hovedstaden	1	1.702.388	1.702.388
Region Sjælland	1	819.071	819.071
Region Syd	3	1.200.858	400.286
Region Midt	2	1.262.115	631.058
Region Nord	1	579.787	579.787

Kilde: www.ug.dk samt befolkningsstatistik fra Danmarks Statistik.

I Region Hovedstaden udbydes den merkantile diplomuddannelse af Copenhagen Business Academy i Lyngby og København. Ved to udbud i Region Hovedstaden vil der være et befolkningsgrundlag på 851.194 i gennemsnit pr. udbyder. Og dermed er det stadig den region i Danmark, som har det største rekrutteringsgrundlag pr. udbydende uddannelsesinstitution.

Region Sjælland har det næststørste rekrutteringsgrundlag (ca. 820.000), men de udbyder pt. ikke den merkantile diplomuddannelse, hvilket betyder, at rekrutteringsgrundlaget reelt set er endnu større, og derfor er der ikke umiddelbart grund til at forvente, at udbyderne kommer til konkurrere om de studerende.

Figur 2 – Uddannelsesniveau på Vestegnen

Betegnelsen Vestegnen er baseret på det tidligere "Vestegnssamarbejde" – dette samarbejde inkluderede kommunerne: Albertslund, Brøndby, Glostrup, Hvidovre, Høje-Taastrup, Ishøj, Rødovre og Vallensbæk. Herudover er Ballerup medtaget til betegnelse Vestegnen, da KEAs efteruddannelsestilbud er placeret her.

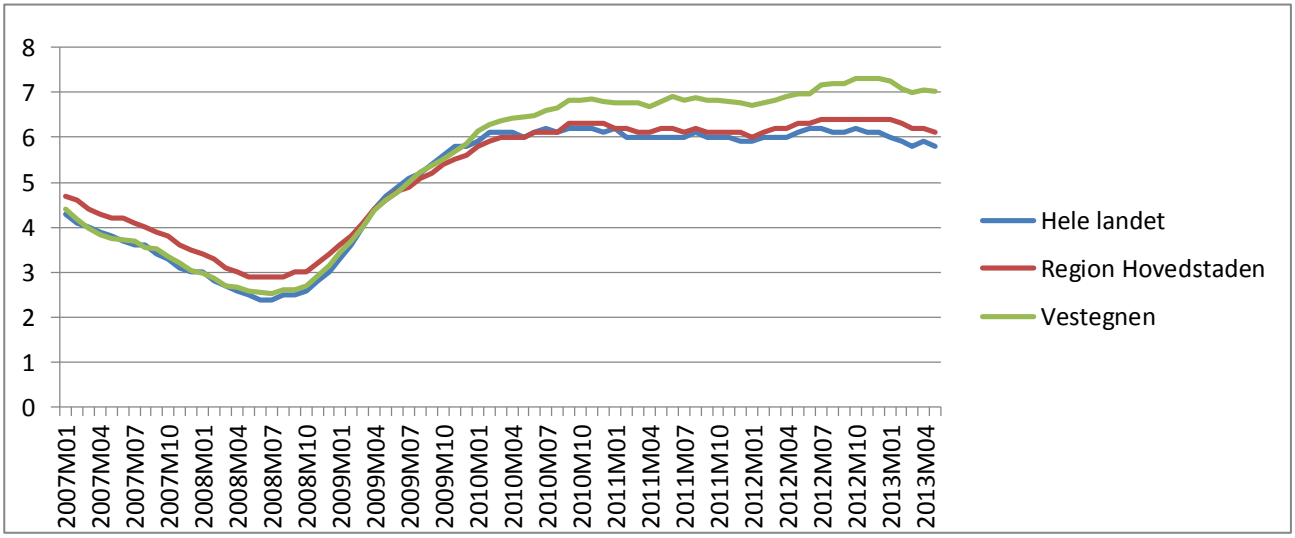
Befolkningens højest fuldførte uddannelse i 2012 (15-69 år)

	Danmark	Region H	Vestegnen
Grundskole	29,34 %	24,6 %	32,58 %
Almengymnasial uddannelse	6,3 %	9,23 %	6,34 %
Erhvervsgymnasial uddannelse	2,29 %	2,21 %	2,05 %
Erhvervsuddannelse	31,85 %	25,31 %	33,25 %
Kort videregående uddannelse	4,31 %	4,37 %	4,37 %
Mellemlang videregående uddannelse	12,81 %	13,17 %	10,67 %
Bachelor	1,9 %	3,25 %	1,19 %
Lang videregående uddannelse	6,81 %	11,54 %	5,03 %
Forskeruddannelse	0,46 %	0,86 %	0,37 %
Uoplyst	3,94 %	5,46 %	4,14 %

Kilde: dst.dk – KRHFU1

Figur 2 viser, at Vestegnen halter efter på stort set alle uddannelsesniveauer, med undtagelse af grundskole og ungdomsuddannelser. Forskellen er størst i sammenligning med Region Hovedstaden, og dette er paradoksalt i betragtning af, at det er denne region Vestegnen er indlejret i. Sammenlignet med Region Hovedstaden har Vestegnen en betydelig større gruppe med en erhvervsuddannelse.

Figur 3 – Ledighed på Vestegnen



Kilde: dst.dk – AUS08 (sæsonkorrigerede fultidsledige)

Siden recessionen i 2008 har ledigheden på Vestegnen udviklet sig til at være markant større end resten af landet, og ligger i maj 2013 1,2 % over landsgennemsnittet, og ligeledes over gennemsnittet for Region Hovedstaden, som den er en del af.

Denne stigning må i høj grad forventes at hænge sammen med den langt større andel af ufaglært arbejdskraft, der er på Vestegnen. Den ufaglærte arbejdskraft er mere konjunkturfølsom end de resterende grupper, og det er almindeligvis denne gruppe, der først falder ud af arbejdsmarkedet.

Figur 4 – Udvikling i beskæftigelsen i forhold til uddannelsesniveau på Vestegnen

Beskæftigede (bopæl) efter område, uddannelse og tid					
Region Hovedstaden	2009	2010	2011	2012	+/- %
Ikke kompetencegivende uddannelse	275.445	258.865	251.270	248.696	-9,71
Erhvervsuddannelser	243.741	233.934	228.936	227.732	-6,57
Kort videregående uddannelse	42.820	42.448	42.842	43.293	1,10
Mellemlang videregående uddannelse	129.267	129.345	130.245	131.287	1,56
Bachelor, lang og forsker uddannelse	147.083	150.699	157.297	163.844	11,40
Uoplyst	23.194	24.563	26.425	29.963	29,18
Vestegnen					
Ikke kompetencegivende uddannelse	54.444	50.153	48.247	47.813	-12,18
Erhvervsuddannelser	55.183	53.037	51.635	51.446	-6,77
Kort videregående uddannelse	7.526	7.474	7.536	7.550	0,32
Mellemlang videregående uddannelse	18.238	18.112	18.184	18.375	0,75
Bachelor, lang og forsker uddannelse	10.838	11.113	11.556	11.967	10,42
Uoplyst	3.324	3.471	3.822	4.505	35,53

Kilde: dst.dk – RASU44

Ser man på både Region Hovedstaden og Vestegnen, er det ganske tydeligt, at der kommer flere til arbejdsmarkedet med en videregående uddannelse.

Figur 5 - Oversigt over adgangsveje til HD 2. del

Studerende på en merkantil akademiuddannelsen bliver af fx CBS stillet overfor følgende adgangsbarrierer:

<table>
<tr><th>AKADEMIUDDANNELSE</th><th>ADGANGSKRAV</th></tr>
<tr><td>Akademiuddannelse i Økonomi og Ressourcestyring

Skal have den præcise fagkombination: Statistik, Global økonomi, Erhvervsøkonomi, Erhvervsret og Økonomistyring.

Skal supplere med Erhvervsøkonomisk Metode fra HD. 1.del og har derudover ingen valgfrihed af fag, med mindre de vil tage ekstra fag og dermed forlænge studietiden.</td><td>+ Erhvervsøkonomisk metode fra HD 1.del

<table><tr><td>Statistik</td><td>Global økonomi</td><td>Erhvervsøkonomi</td></tr><tr><td>Erhvervsret</td><td>Økonomistyring</td><td>Afgangsprojekt</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelse i International Handel og Markedsføring

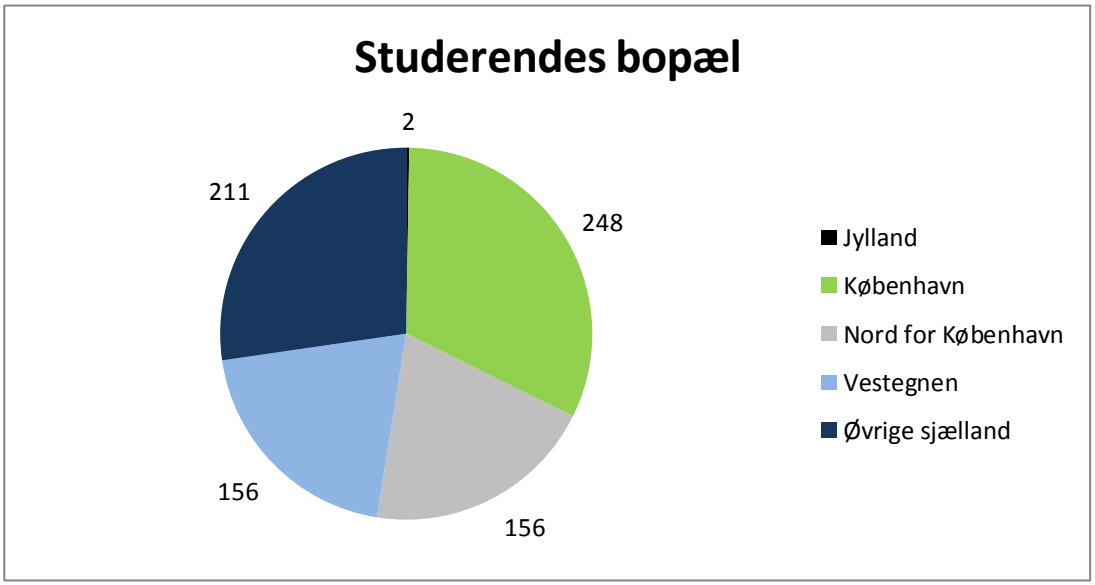
Med bestået: Statistik, Global økonomi, Erhvervsøkonomi og Erhvervsret

Er tvunget til at tage 2 ekstra fag (således at de har de tre obligatoriske fag på uddannelsen) og forlænger dermed studietiden med 1 år + at de skal tage faget Erhvervsøkonomisk Metode på HD 1. del.</td><td><table><tr><td>Statistik</td><td>Global økonomi</td><td>Erhvervsøkonomi</td></tr><tr><td>Erhvervsret</td><td>Afsætning</td><td>Afgangsprojekt</td></tr></table>
+ International handel og analyse
+ Markedsføring og forhandling

+ Erhvervsøkonomisk metode fra HD 1.del</td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelsen i Retail</td><td>Ingen adgang til HD 2.del</td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelsen i Kommunikation</td><td>Ingen adgang til HD 2.del</td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelsen i Skat</td><td>Ingen adgang til HD. 2.del</td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelsen i Oplevelsesøkonomi</td><td>Ingen adgang til HD 2. del</td></tr>
<tr><td>Akademiuddannelse i Finansiel Rådgivning</td><td>Direkte adgang til HD 2. del i Finansiel Rådgivning.</td></tr>
</table>

BILAG 2 – REKRUTTERINGSGRUNDLAG

Figur 1 – De studerendes bopæl fordelt på antal



Udtrækket på de studerendes bopæl er trukket ud på udvalgte datoer – 1. marts og 5. september 2013 – så det viser de studerende, der er indskrevet på disse to tidspunkter.

I alt er der 773 studerende, som er fordelt geografisk, som figur 1 viser.

Med 156 studerende i nærområdet og 211 studerende vest for Vestegnen (hvor den merkantile diplom pt. ikke udbydes) er der god mulighed for at tiltrække studerende. Og det er en realitet, at deltidsstuderende ofte vælger en uddannelsesinstitution, der ligger tæt på deres bopæl.

BILAG 3 – INTERVIEWS

I forbindelse med afdækningen af virksomheder og brancheorganisationers interesse for den merkantile diplomuddannelse er der foretaget syv interviews med følgende personer herunder.

På de følgende sider er der et uddrag af de forskellige interviews. Hele interviewet kan rekvireres ved henvendelse.

1. **TEKNIQ**
   Underdirektør Tina Voldby og udviklingschef Bo Neville

2. **FINANSSEKTORENS ARBEJDSGIVERFORENING (FA)**
   Seniorkonsulent Michael Boas og juridisk konsulent Helle Hjort Christensen

3. **DANSK INDUSTRI (DI)**
   Politisk konsulent Rasmus Dahl

4. **DANSK BYGGERI**
   Chefkonsulent Sidse Frich Thygesen

5. **NYKREDIT**
   Afdelingsdirektør for HR Karina Halbye og HR senior konsulent Lotte Vendelboe Eriksen

6. **DBU A/S**
   Adm.dir. Katja Moesgaard og HR-chef Anette Andersen

7. **HÅNDVÆRKSRÅDET**
   Seniorkonsulent Heike Hoffmann

Interview 1: Tekniq

Underdirektør Tina Voldby og udviklingschef Bo Neville fra Tekniq.

Hvad lægger I vægt på når/hvis I efteruddanner jeres medarbejdere? – fx i forhold til uddannelsesudbyder, afviklingsmuligheder, pris m.m.?	Efteruddannelsestilbud skal først og fremmest være brancherelevant. Undervisningen skal tage udgangspunkt i virksomhedernes dagligdag. Ud over det praksisnære, så er det vigtigt, at man i sit teoretiske fundament – og i sine cases – tager udgangspunkt i den virkelighed som er gældende for små og mellemstore virksomheder (SMV). Der er væsentlige forskelle på de metoder som kan anvendes, når man ser på SMV kontra de store industri- og servicevirksomheder. Dette gælder i forhold til strategi, markedsføring, salg m.v. Disse forskelle erkendes ikke altid i den undervisning, som gennemføres eksempelvis på CBS. Der er formodentlig altid vigtigt, at uddannelsesinstitutioner i forbindelse med efter- og videreuddannelse introducerer de studerende til det at lære. Denne introduktion til studielivet bør indlede en eventuel kommende merkantil diplomuddannelse. For de flestes studerendes vedkommende er det mange år siden, at de har taget en uddannelse. Blended learning vil formodentlig være mindre brugbart i forbindelse med en merkantil diplomuddannelse. Den fysiske tilstedeværelse er central. Det er også i den fysiske tilstedeværelse, at der skabes nye netværk til andre studerende.
Kender/kendte I den merkantile diplomuddannelse?	Den merkantile diplomuddannelse er ikke kendt.
Kunne indholdet og niveauet af denne uddannelse have interesse for jer?	Den merkantile diplomuddannelse vil kunne bruges af installatørvirksomheder, men den skal tilrettelægges branchespecifikt og med udgangspunkt i de forhold som gælder for SMV'er.
Hvis ja – hvad er særlig relevant for jer?	Tilrettelæggelsesformer og kvalitet er vigtig for en succes for den merkantile diplomuddannelse. Måske vil uddannelsen målrettet kunne bruges til noget, der bygger oven på en installatøruddannelse. Grunduddannelsen som installatør indeholder ikke så mange merkantile fag. Den merkantile diplomuddannelse kunne derfor måske tilrettelægges, så den systematisk blev tilbudt alle nyuddannede 2 år efter, de var færdige med deres grunduddannelse.

Interview 2: Finanssektorens arbejdsgiverforening (FA)

Seniorkonsulent Michael Boas og juridisk konsulent Helle Hjort Christensen fra FA.

Hvad er det for kompetencer jeres medlemmer efterspørger hos medarbejdere, som skal løse arbejdsopgaver inden for det merkantile område?	Ud over de specifikt finansielle kompetencer efterspørges andre generiske kompetencer inden for det merkantile og ledelsesmæssige område. De sidst nævnte er især interessante, hvis man kan undervise i dem mere branchespecifikt, som fx "ledelse inden for den finansielle sektor". Der er mange fagligheder repræsenteret i de finansielle virksomheder, og derfor er det også en bred palette af kompetencer som efterspørges. FA har udpeget følgende områder som særlige vigtige; • Kunderelationsarbejde/Service • International markedsforståelse • Lovgivning • Digital kommunikation • Forretningsforståelse • Samarbejdsevner
Hvad gør jeres medlemmer for, at deres medarbejdere er opdaterede på disse fagområder?	I dag bruges i høj grad akademiuddannelsen finansielrådgivning og HD i forhold til efteruddannelse, men FA ser gerne nogle bedre alternativer.
Kender I uddannelsesmulighederne på disse fagområder?	FA kender meget godt til uddannelsesmulighederne inden for det merkantile område, men ser meget gerne, at der kommer mere konkurrence på området og ser derfor meget gerne, at KEA også får mulighed for at udbyde den merkantile diplom.
Hvilke uddannelser og uddannelsesniveauer efterspørger jeres medlemmer hos medarbejdere, som skal beskæftige sig med ovenstående fagområder?	Der er i høj grad sket et kompetenceløft i den finansielle sektor og derfor efterspørges der i stigende grad uddannelse på videregående niveau, både når der ansættes nye medarbejdere, og når eksisterende medarbejdere skal efteruddannes. I dag skal nye medarbejdere enten have et kortere videregående uddannelsesniveau, når de bliver ansat i mange finansielle virksomheder eller de skal i gang med et uddannelsesforløb, hvor de kommer op på dette niveau. Den merkantile diplom ser FA både som relevant for de medarbejdere, som har taget en akademi- eller erhvervsakademiuddannelse inden for det merkantile område, men i lige så høj grad ser FA diplomens fagmoduler, som oplagte efteruddannelsesmuligheder for de medarbejdere, som har en merkantil bacheloruddannelse.

Interview 3: Dansk Industri

Politisk konsulent Rasmus Dahl fra Dansk Industri (DI).

Hvilke uddannelser og uddannelsesniveauer efterspørge I hos medarbejdere, som skal beskæftige sig inden for salgs, markedsføring og økonomi? – Hvad oplever I at der generelt efterspørges i branchen/sektoren?	Spørgsmålet er for generelt til at kunne blive besvaret ud fra den store medlemsskare, som findes i DI. I denne medlemsskare er efterspørgslen inden for merkantil efter- og videreuddannelse stor og mangesidet. Den merkantile diplomuddannelse kan have en mission ved at målrette tilbuddet til studerende, der i forvejen har taget en akademiuddannelse på deltid (VVU). Denne målgruppe føler sig – måske – ikke specielt tiltrukket af det universitetsmiljø, som almindeligvis udbyder HD. Det er vigtigt for DI, at et udbud af den merkantile diplomuddannelse ikke *kannibaliserer* grundlaget for HD. DI har ikke oplevet et ønske om en ny type af merkantil diplomuddannelse. Det er muligt, at den merkantile diplomuddannelse vil have den største appel til mindre arbejdsgivere med en mere praksisrelateret tilgang til arbejde og videreuddannelse.
Kender/kendte I den merkantile diplomuddannelse?	Den merkantile diplomuddannelse er ikke kendt inden for DI-medlemsområde.
Kunne indholdet og niveauet af denne uddannelse have interesse for jer?	Uddannelsen kan have speciel interesse for mindre arbejdsgivere og formodentlig primært i relation til de arbejdstagere, der har en EUD-baggrund suppleret med en akademiuddannelse på deltid (VVU), men det må som nævnt ikke blive på bekostning af HD-uddannelserne. Der skal være en selvstændig udækket målgruppe for uddannelsen. For udbydere af den merkantile diplomuddannelse er det vigtigt, at der er tale om et solidt fagligt miljø, hvor der også foregår læring uden for curriculum. Den merkantile diplomuddannelse vil formodentlig ikke være en konkurrent til masteruddannelser, som har en anden og snævrere målgruppe.

Interview 4: Dansk Byggeri

Chefkonsulent Sidse Frich Thygesen fra Dansk Byggeri

Hvilke uddannelser og uddannelsesniveauer efterspørge I hos medarbejdere, som skal beskæftige sig inden for salgs, markedsføring og økonomi? – Hvad oplever I at der generelt efterspørges i branchen/sektoren?	Bygge- og anlægsbranchen er i dansk sammenhæng relativt stor og der beskæftiges mange forskellige fagprofiler. For Dansk Byggeri er det vigtigt, at der er et merkantilt efter- og videreuddannelsestilbud til alle grupper. Man skal specielt være opmærksom på, at ca. 60% af de ansatte i branchen har en EUD som deres uddannelsesmæssige udgangspunkt. På det merkantile område er det derfor vigtigt, at der er akademiuddannelser på deltid. Det er dog også vigtigt, at der er videreuddannelsesmuligheder for dem der har taget en akademiuddannelse på deltid, en fuldtids erhvervsakademiuddannelse eller en professionsbacheloruddannelse. Her er den merkantile diplomuddannelse relevant.
Kunne indholdet og niveauet af denne uddannelse have interesse for jer?	Ja den merkantile diplomuddannelse kan godt have interesse for Dansk Byggeri. I vores branche vil det formodentlig være en fordel, hvis den merkantile diplomuddannelse blev markedsført sammen med Dansk Byggeri. En markedsføring sammen med dansk Byggeri vil give tryghed hos branchens medlemmer. Som brancheorganisation er vi interesseret i at hæve uddannelsesniveauet i branchen, og her kan den merkantile diplomuddannelse være en mulighed.
Hvis ja – hvad er særlig relevant for jer?	Kommunikation, logistik og planlægning i bred forstand.
Hvordan ser fremtiden ud I jeres optik i forhold til opkvalificering/videre uddannelse inden for disse fagområder?	Der vil i branchen blive brug for at kunne håndtere internationaliseringen og den øgede konkurrence. Måske vil virksomhederne også fusionere til større virksomheder. På den baggrund kan der - på diplomniveau - være brug for flere kompetencer inden for det brede felt med samlebetegnelsen ”organisation” herunder personaleadministration og økonomi. Bygge- og anlægsbranchen har – på samme måde som sikkert mange andre brancher - brug for innovationskraft og iværksætteri. Uden for det merkantile område vil der i bygge- og anlægsbranchen formodentlig også være behov for efteruddannelse i materialekendskab.

Interview 5: Nykredit

Afdelingsdirektør for HR Karina Halbye og HR senior konsulent Lotte Vendelboe Eriksen fra Nykredit.

Hvad gør I for, at jeres medarbejdere er opdaterede på fagområderne?	I Nykredit har de ikke nogen fast uddannelsespolitik på efteruddannelsesområdet, og det er i høj grad i samspil mellem medarbejder og leder, at det bliver aftalt, hvilken form for efteruddannelse den enkelte skal på. Og det kan være alt fra korte interne kurser til uddannelser på udenlandske uddannelsesinstitutioner. Nykredit har selv indført et certificeringsprogram for deres medarbejdere, som en slags grunduddannelse, men de ser fortsat et stort behov for at medarbejderne efter/videreuddannes både på akademi, diplom og masterniveau. Nykredit driver også eget uddannelsescenter med interne kurser af kortere varighed, som et supplement til de øvrige uddannelser deres medarbejdere tager.
Kender I uddannelsesmulighederne på disse fagområder?	De forklarer, at de ofte vælger de uddannelser og uddannelsesudbydere, som de plejer at gøre og de kendte ikke til den merkantile diplom eller havde undersøgt om det var en mulighed for dem. De bruger i dag ofte HD 2. del til deres medarbejdere og også diplomuddannelsen i ledelse. De ser nogle interessante muligheder i den merkantile diplom - især med hensyn til. den økonomiske uddannelsesretning, og de er også interesserede i, at deres medarbejdere får så let en overgang fra akademiuddannelsen til videreuddannelse på næste niveau.
Hvad lægger I vægt på når/hvis I efteruddanner jeres medarbejdere? – fx i forhold til uddannelsesudbyder, afviklingsmuligheder, pris mm?	De er fint tilfredse med de uddannelsesmuligheder de har nu, og har ikke taget decideret stilling til om anden afviklingsform eller udbyder ville være en gevinst for dem.
Hvordan ser fremtiden ud i jeres optik, i forhold til opkvalificeirng/videre uddannelse indenfor disse fagområder?	Det som de vil efterspørge fremadrettet er i høj grad uddannelsestilbud, som indeholder e-læring og tilrettelæggelse, som i videst muligt omfang giver mulighed for fleksibilitet for medarbejderen. Derudover kunne de godt tænke sig at deres medarbejdere kunne få undervisning, som i højere grad fokuserede på helhedet i forretningen og kunne understøtte, at de skal være ”hele rådgivere”, som både har høj faglig forståelse for mange forskellige finansielle produkter og samtidig er gode til både rådgivning, service og salg – så deres medarbejdere lærer at få en helhedsforståelse/et overblik.

Interview 6: DBU A/S

Adm.dir. Katja Moesgaard og HR-chef Anette Andersen fra DBU A/S

Hvad er det for kompetencer I efterspørger hos medarbejdere, som skal løse arbejdsopgaver indenfor det merkantile område fx markedsføring, salg og sportsmanagement?	DBU efterspørger primært de generelle merkantile og ledelsesmæssige kompetencer – især projektstyring- og projektkoordinering inden for fagområdet er vigtigt. Langt de fleste de ansætter, har allerede en del sportsmæssige erfaring, men kombinationen mellem det merkantile og det sportslige er interessant. Især vil det være godt, hvis de kan lære om sportens samfundsmæssige betydning og de særlige danske forhold med en stor forenings- og frivillighedskultur – og betydningen af det for fx markedsføringsarbejdet.
Hvad gør I for at jeres medarbejdere er opdaterede på disse fagområder?	DBU har ikke en efteruddannelsesstrategi i dag og valget af efteruddannelse er i høj grad op til den enkelte medarbejder. Man ser dog et behov for at arbejde mere strategisk med, hvilke typer uddannelse medarbejderne får. I dag er det primært kortere uddannelsesforløb (kurser), men også længere varende forløb på bachelor/diplomniveau.
Kender I uddannelsesmulighederne på disse fagområder?	DBU kender til en række uddannelsesmuligheder, men oplever det også som svært at gennemskue, både hvad kvaliteten og niveauet er af de forskellige uddannelser.
Hvilke uddannelser og uddannelsesniveauer efterspørger I hos medarbejdere, som skal beskæftige sig med ovenstående fagområder?	DBU har som nævnt ikke en efteruddannelsesstrategi men lægger mere og mere vægt på, at der både er tale om anerkendt uddannelse og uddannelse på et højt niveau. Man går primært efter bredere kompetencer og efter at vælge den rigtige person til et arbejdsområde, mere end at ansætte medarbejdere med meget skarpe fagprofiler.
Hvad lægger I vægt på, når/hvis I efteruddanner jeres medarbejdere? – fx i forhold til uddannelsesudbyder, afviklingsmuligheder, pris mm?	Det DBU ser på er dels, hvor meget tid uddannelsesforløbet tager for den enkelte medarbejder og om kvaliteten af forløbet er i orden. Man vægter rigtig højt at vide, hvem underviseren på et forløb er eller som minimum hvilke krav uddannelsesudbyderen stiller til en underviser. Det er også vigtigt, at der ikke er et elitært fokus, hvor det kun handler om at kunne agere på topniveau, men at uddannelsen er alment favnene.
Hvordan ser fremtiden ud i jeres optik, i forhold til opkvalificering/videre uddannelse indenfor disse fagområder?	Der er generelt et behov for kompetenceløft i DBU med uddannelse både på diplom/bachelor og master/kandidat niveau. Der er også behov for at uddannelsestilbuddene tilbyder e-læring som en del af undervisningen. Ikke som ren fjernundervisning, men som blended learning.

Interview 7: Håndværksrådet

Seniorkonsulent Heike Hoffmann fra Håndværksrådet

Hvad er det for kompetencer I efterspørger i forhold til salg, markedsføring og økonomi?	Vores medlemmer er oftest meget dygtige håndværkere, men til tider er "det der med administration" en udfordring. Der er naturligvis meget forskel på, om der er brug for ekstra kompetencer inden for salg, markedsføring og økonomi. Måske er efterspørgslen efter disse kompetencer størst, når vi taler om de store virksomheder hos os, altså dem med 20 og flere ansatte.
Hvad gør I for, at jeres medarbejdere er opdaterede på disse fagområder?	Håndværksrådet laver selv lidt kurser, men ellers er det erhvervsskolernes AMU-kurser, som vi benytter os af.
Hvad lægger I vægt på når/hvis I efteruddanner jeres medarbejdere? – fx i forhold til uddannelsesudbyder, afviklingsmuligheder, pris m.m. ?	Vi lægger vægt på, at undervisningen tager udgangspunkt i den dagligdag, som vores medlemmer kender.
Hvor sender I normalt medarbejdere på videreuddannelse, og hvilken type i så fald?	Der er enkelte, der tager en videreuddannelse, men der er – i øjeblikket - ikke mange. Jeg er ikke i tvivl om, at der i fremtiden bliver flere som vil efterspørge både akademiuddannelser og diplomuddannelser. Udfordringen er nok, at der skal ske et generationsskifte blandt virksomhedsejerne i håndværksbranchen. Vi ser nu, hvordan der er succes med at få akademikere ind i håndværksvirksomhederne og EUX er også med til at højne uddannelsesniveauet i håndværksvirksomhederne.
Kunne indholdet og niveauet af denne uddannelse have interesse for jer?	Som sagt, så går der nok et par år før diplomniveauet er virkelig interessant for håndværksvirksomhederne. Men den del af uddannelsen, som hedder "uden retning" er da bestemt relevant og interessant for håndværksvirksomheder – specielt nok for de største af virksomhederne.
Hvis ja – hvad er særlig relevant for jer?	Den afviklingsform der hedder "uden retning". Jeg tror i øvrigt også, at erhvervsakademierne er det rette sted for videreuddannelse for håndværkerne. Erhvervsakademierne er tættere på den virkelighed i SMV'er end de andre videregående uddannelsesinstitutioner.

Ministeriet for Forskning, Innovation
og Videregående Uddannelser

KEA – Københavns Erhvervsakademi
Kea@kea.dk

10. december 2013

Styrelsen for Videregående Uddannelser
Bredgade 43
1260 København K
Telefon 7231 7800
Telefax 7231 7801
E-post ui@ui.dk
Netsted www.fivu.dk
CVR-nr. 3404 2012

Sagsbehandler
Jakob Krohn-Rasmussen
Telefon + 45 7231 8737
E-post jkra@ui.dk

Ref.-nr. 13/027205-11

Udkast til afslag på godkendelse

Ministeren for forskning, innovation og videregående uddannelser har på baggrund af gennemført prækvalifikation af Københavns Erhvervsakademis ansøgning om godkendelse af nyt udbud, truffet følgende udkast til afgørelse:

Afslag på godkendelse af udbud af
Den merkantile diplomuddannelse i Ballerup

Afgørelsen er truffet i medfør af § 17 i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af nye videregående uddannelser..

Ansøgningen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU). Vurderingen er vedlagt som bilag.

Ministeren har ved afslaget lagt vægt på, at RUVU har vurderet, at ansøgningen ikke opfylder kriteriet for prækvalifikation, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013, bilag 4.

Uddannelsesinstitutionen kan gøre indsigelse senest 10 hverdage efter modtagelsen af afgørelsen. Indsigelser indgives skriftligt til pkf@ui.dk

Såfremt ministeriet ikke har modtaget indsigelser inden den fastsatte tidsfrist betragtes afslaget som endeligt.

Med venlig hilsen

Jette Søgren Nielsen
Kontorchef

Bilag 1: RUVUs vurdering

Ansøger:	**Københavns Erhvervsakademi**
Uddannelse:	**Den Merkantile diplomuddannelse** Engelsk titel: Diploma of Business Studies
Udbudssted:	**Ballerup**
Uddannelsessprog:	**Dansk**
Beskrivelse af uddannelsen:	**Uddannelsens erhvervssigte** Diplomuddannelser er normeret til 1 år og tilrettelægges typisk på deltid. Uddannelsen har til formål at kvalificere den uddannede til selvstændigt at varetage funktioner og udviklingsorienterede opgaver inden for det merkantile felt samt at udvikle egen praksis. Uddannelsen henvender sig både til personer, der arbejder inden for virksomhedsdrift og -udvikling i offentlige eller private virksomheder og institutioner, og personer, der har en anden faglighed og har brug for at lære at drive og udvikle en virksomhed, en organisation eller et forretningsområde
Eksisterende udbud	**Erhvervsakademi Kolding** **Copenhagen Business Academy (CBA)** **Erhvervsakademi Lillebælt** **Erhvervsakademi Sydvest** **Erhvervsakademi Aarhus** **Professionshøjskolen Nordjylland** **Professionshøjskolen Sjælland** **Professionshøjskolen VIA**
RUVU's vurdering	*RUVU vurderer*, at ansøgningen ikke opfylder kriterium 2, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013, bilag 4. Det er lagt til grund for vurderingen, at aktiviteten på de eksisterende udbud ikke er særlig stor (31,6 årselevener i 2012 på landsplan) og RUVU sætter således spørgsmålstegn ved det hensigtsmæssige i at oprette endnu et udbud. Ansøger har desuden ikke har redegjort for, hvad et nyt udbud vil betyde for vilkårene for det allerede eksisterede udbud i hovedstadsregionen på Copenhagen Business Academy.

KØBENHAVNS ERHVERVSAKADEMI

STYRELSEN FOR VIDEREGÅENDE UDDANNELSER
ATT. KONTORCHEF JETTE SØGREN NIELSEN
BREDGADE 43
1660 KØBENHAVN K

KVALITET

GULDBERGSGADE 29N
2200 KØBENHAVN N

TLF 46 46 00 00
FAX 46 46 00 09

CVR: 31656206
EAN: 5798 000 560291

WWW.KEA.DK

REF: MISL

19. december 2013

INDSIGELSE OVER AFGØRELSE OM AFSLAG PÅ PRÆKVALIFICERING

Københavns Erhvervsakademi – KEA har den 10. december 2013 modtaget et afslag på ansøgninger om prækvalificering af henholdsvis PBA i Multiplatform Storytelling and Production (ref.nr. 13/027205-24) og den merkantile diplomuddannelse (ref.nr. 13/027205-11).

KEA står uforstående over for disse to afgørelser om afslag på prækvalificering. I afgørelsen er der mulighed for at KEA kan gøre indsigelse mod disse afgørelser, hvilket vi hermed vil gøre. Begrundelserne for dette fremgår af nedenstående for hver af de to uddannelser.

PBA-UDDANNELSE I MULTIPLATFORM STORYTELLING AND PRODUCTION

Det er af stor vigtighed for KEA, at der er mulighed for at konsolidere og fremtidssikre den uddannelsesportefølje, der er KEAs. Her er det især vigtigt, at KEA får mulighed for at modernisere sine medieuddannelser. Medier er i dag et meget bredere begreb end det var dengang, man udviklede eksempelvis multimediedesigneruddannelsen. Det filmiske element er uomgængeligt i nutidens perspektiv.

Det glæder os, at det implicit anerkendes, at et udbud i København er fornuftigt, samt at KEAs portefølje af uddannelser matcher den ansøgte uddannelse og KEA dermed vil kunne skabe et godt fagligt miljø omkring uddannelsen.

I afgørelsen anføres imidlertid nogle andre begrundelser for afslaget. Vi vil derfor kort ridse de vigtigste punkter i afslaget op samt redegøre for, hvorfor vi ikke er enige i afslaget og håber på en positiv prækvalifikation.

Afslaget begrundes med

1. at uddannelsen er dimensioneret ved VIA University College
2. at KEA ikke har redegjort for, hvilken virkning et udbud på KEA vil have på henholdsvis antal praktikpladser og beskæftigelsesmulighed for dimittender fra beslægtede uddannelser, herunder dimittender fra TV- og Medietilrettelæggelse

Ad 1
Vi forstår indsigelsen om uddannelsens dimensionering og anbefalingen om at afvente dimittender fra uddannelsen i VIA som en bekymring for, at en stigning i antal fremtidige dimittender fra uddannelsen vil formindske mulighed for at finde beskæftigelse efter endt uddannelse.

Vi står imidlertid uforstående over for en national dimensionering på 30 studerende om året, og det er vor klare opfattelse, at dette tal er for lavt. Der er mange tegn på, at de brancher uddannelsen direkte retter sig imod er ved at komme over krisen og oplever vækst og udvikling og dermed et øget behov for kompetencer.

Også DIs produktivitetspanel har påpeget, at danske virksomheder ikke får indfriet effektiviseringsgevinster pga. manglende investeringer i og anvendelse af digitalisering: "*Digitalisering er en vigtig kilde til produktivitet og innovation i den enkelte virksomhed. Ser man på Danmarks økonomi som helhed har it-intensiteten været den største enkeltbetydende faktor for udviklingen af vores produktivitet gennem en længere årrække*" og nævner i den sammenhæng digitalisering som en "*mulighed for at give kunderne en bedre service*". Her kan kompetencer som de, der opnås med uddannelsen Multiplatform Storytelling og Production være et vigtigt element i at give danske virksomheder de IKT-kompetencer, som DI produktivitetspanel efterlyser, ift. markedsføring, servicering af kunder samt kobling af teknologi og forretningsforståelse (http://di.dk/Opinion/produktivitetspanel/nyheder/Pages/Digitaliseringskalgoerevirksomhedermereproduktive.aspx).

Et eksempel på brug af kan ses i denne artikel fra Teknologisk Institut, hvor Teknologisk Institut i perioden 2011-2013 gennemførte et projekt i et tæt samarbejde med en arbejdsgruppe med repræsentanter fra de to fabrikker om arbejdssikkerhed, og herunder anvendte sikkerhedsvideoer og e-læringsmoduler (http://www.teknologisk.dk/ydelser/arbejdsulykker-bekaempes-med-video-og-e-laeringsmodul/34326). Der er således god brug for også disse kompetencer i tilknytning til KEAs brede og mere tekniske uddannelsesportefølje.

KEA er klar over, at også Erhvervsministeriets IKT og vækstteam arbejder med en række anbefalinger til, hvordan danske virksom-

heder kan høste effektiviseringer i forbindelse med digitalisering, som skulle blive offentliggjort i januar 2014. Det er vores forventning, at de vil ligge i naturlig forlængelse af de anbefalinger, DI har påpeget i ovenstående anbefalinger på det digitale område, hvilket ligeledes understreger behovet for digitale kompetencer i det private erhvervsliv til at løfte dette produktivitetspotentiale.

Hvis erhvervsakademierne skal være med til at forsyne det private erhvervsliv med øgede kompetencer i form af videregående uddannelser, er det nødvendigt at erhvervsakademierne er klar med dimittender, når behovet opstår og ikke 5 år senere. KEA vil således gerne være med til at sikre en rettidig dimittendproduktion til at understøtte dette behov.

BRANCHER

De direkte relaterede brancher er film, TV- og spilproducenter samt medie- og reklamebureauer. I vor ansøgning har vi fokuseret på den regionale vinkel i forhold til branchen 'Information og kommunikation' samt det lidt bredere kreative København, idet vi anså det nationale behov som tilstrækkeligt belyst i VIAs omfattende behovsanalyser. Vi vil derfor i nedenstående kort tegne et bredere billede af relaterede brancher. I denne sammenhæng vælger vi ikke at medtage den gruppe virksomheder, som VIA derudover har medtaget, nemlig de ikke relaterede virksomheder, der formentlig vil få behov for dimittender, efterhånden som uddannelsen bliver etableret.

Grænserne mellem de forskellige brancher er ved at nedbrydes og der er vækst mellem eksempelvis PR og reklamebranchen, som det fremgår fra nedenstående uddrag fra Berlingske Business:

> *"Medietræning, hjemmesideopbygning, filmproduktion. Og så naturligvis pressemeddelelser. Det er blot en lille håndfuld af de produkter, som Primetime Kommunikation A/S har på hylden, og som de har evnet at sælge i en sådan grad, at virksomheden rangerer som nummer to målt på bruttofortjeneste i brancheanalysen.*
>
> *»Der er stadig god plads til ekspansion på vores marked. En lang række virksomheder og organisationer har endnu ikke fundet ud af, hvad de kan bruge kommunikationen til og er derfor kun kommet sporadisk i gang med det. For den gruppe er det en fordel, at vi kan levere mange ydelser, som de har brug for« "*
> *Peter Sterup, Primetime Kommunikation A/S i Berlingske Business 7. oktober 2012*
> *(http://www.business.dk/vaekst/vaekst-mellem-pr-og-reklame)*

Reklamebranchen

Hvis man derfor ser på reklamebranchen og udviklingen i antal beskæftigede i perioden 2002 til 2011, er der totalt set sket et stort fald i antal beskæftigede, men faldet er sket ift. personer med en ufaglært eller erhvervsfaglig baggrund (se tabel 1). Der er tværtimod i samme periode til trods for recession sket en beskeden stigning i personer med en videregående uddannelse. Dette indikerer en tendens i forhold til et øget kompetencebehov for personer med en videregående uddannelse.

Tabel 1

Antal personer og Tid og Uddannelse – Audd											
	Antal personer										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Uoplyst/ukendt	422	493	468	701	683	607	820	441	471	400	5.506
Grundsk.	5.464	5.634	4.894	6.182	6.272	5.941	6.693	4.139	3.048	2.522	50.789
Gymn. Udd.	4.307	4.345	3.656	3.765	3.807	3.617	3.689	3.297	2.929	2.568	35.980
Erhvervs. udd.	4.047	3.856	3.481	3.906	4.012	4.032	4.310	3.846	3.355	3.063	37.908
KVU	863	904	886	969	1.057	1.103	1.213	1.162	1.057	992	10.206
MVU	2.256	2.296	2.063	2.148	2.219	2.260	2.390	2.090	1.849	1.831	21.402
LVU	1.408	1.416	1.350	1.450	1.600	1.673	1.901	1.819	1.749	1.793	16.159
Ph. d. mv.		13		10			15	16	23	28	138
Total	18.775	18.957	16.805	19.131	19.659	19.242	21.031	16.810	14.481	13.197	178.088

Arbejdsstedets branche: Reklame- og analysebureauer

Spilbranchen

En anden branche, der skal medtages specifikt i en vurdering af behov for de kompetencer, dimittender fra uddannelsen kan tilbyde, er den hastigt voksende spilbranche. Her er udviklingen ikke gået så hurtigt som i Sverige, men der er tegn på, at Danmark har et stort potentiale i denne branche (tabel 2). Vi vil derfor fremhæve lidt fakta fra Sverige og den eksplosive udvikling i branchen

ANTAL BOLAG I NORDEN

Danmark (2011)	125
Finland (2012)	150
Island (2011)	10
Norge (2010)	52
Sverige (2012)	143
Totalt i Norden	**480**

antal bolag

OMSÄTTNING FÖR NORDEN

Danmark (2011)	58
Finland (2012)	250
Island (2011)	50
Norge (2010)	25
Sverige (2012)	425
Totalt för Norden	**808**

miljoner euro

ANTAL ANSTÄLLDA I NORDEN

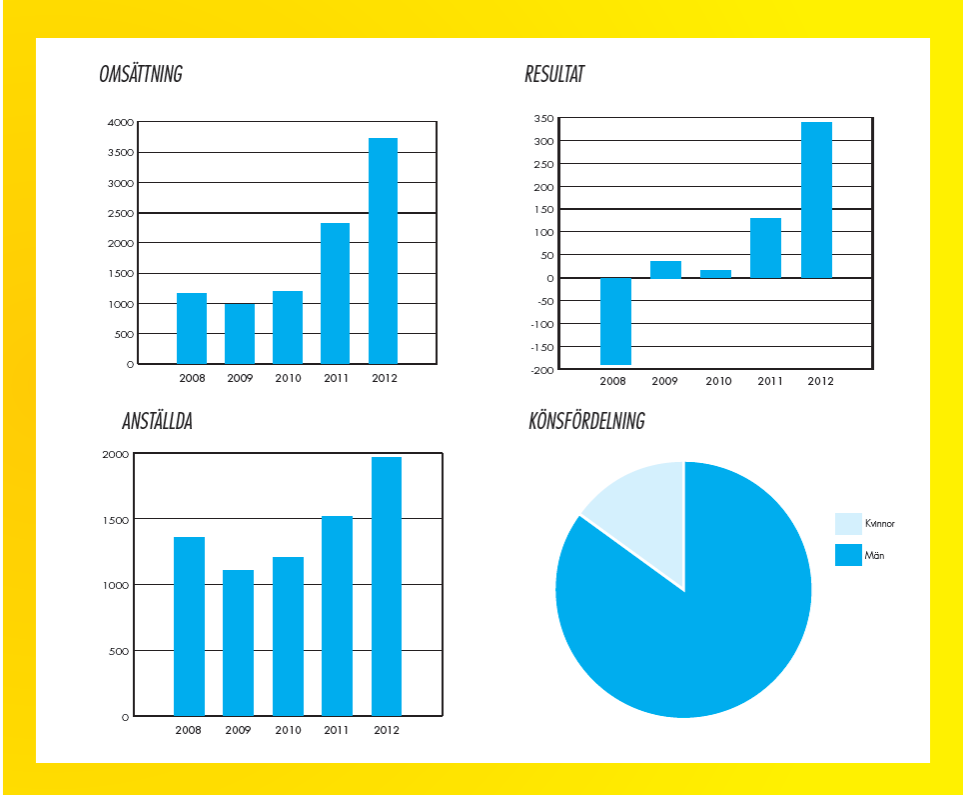
Danmark (2011)	615
Finland (2012)	1800
Island (2011)	470
Norge (2010)	353
Sverige (2012)	1967
Totalt i Norden	**5205**

antal anställda

derovre. Malmø, der som bekendt ligger tæt på København, er den næststørste kommune i spilbranchen.

Tabel 2
I Spelutvecklarindex 2012, der er udgivet af DATASPELSBRANSCHEN (Spel, 2013 - http://www.dataspelsbranschen.se/nyheter/2013/9/10/fortsatt-tillvaext-foer-svenska-spelutvecklare.aspx) konkluderes det, at spillebranchen i løbet af nogle årtier er vokset fra en hobby for entusiaster til en verdensomspændende industri. Som det fremgår af nedenstående figur 1 er omsætningen hos svenske spiludviklere vokset med 60% alene i 2012, hvilket er en tilvækst på 215% i perioden 2010-2012. Beskæftigelsen er samtidig vokset med 30%. Derudover tyder alt på, at væksten vil fortsætte i 2013. Det angives dog i rapporten, at der er et flaskehalsproblem i forhold til at fremskaffe kapital og personer med de rette høje kompetencer (Spel, 2013:4 og 9).

Figur 1



Rapporten angiver ligeledes, at branchen har øget fokus på nye platforme eksempelvis smartphones og tablets (Spel, 2013:9).

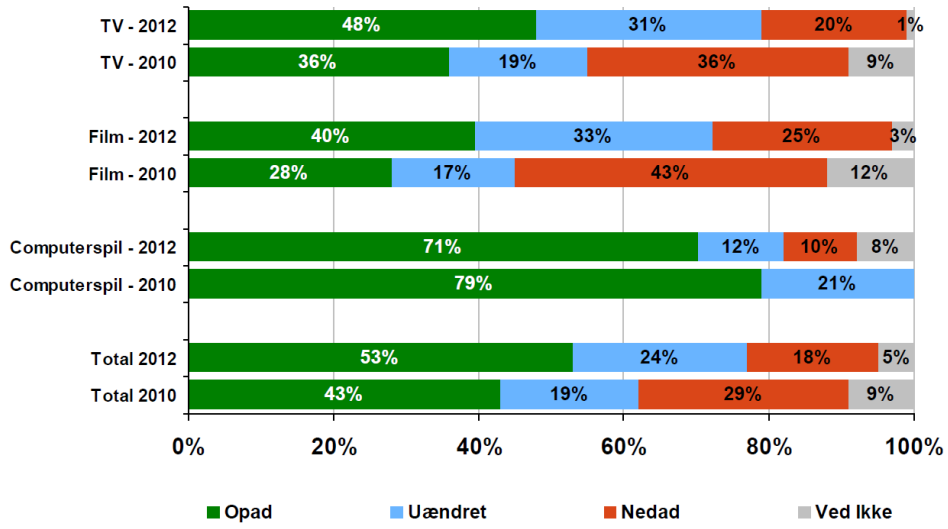
BRANCHEBAROMETER

At Danmark er på vej ud af recessionen inden for dimittendernes arbejdsområde ses også som en tendens i Branchebarometer – Danske indholdsproducenter, der er udarbejdet af Producentforeningen (Branchebarometer – Danske indholdsproducenter Film, tv og computerspil, 2013 - http://pro-f.dk/sites/pro-f.dk/files/nodefiles/pdf/branchebarometer_21012_final.pdf).

Her er formålet med rapporten at undersøge de danske indholdsproducenter på virksomhedsniveau og kortlægge stemningen. Konklusionerne er, at virksomhederne godt nok oplever et trusselsniveau, men dette er markant lavere i 2012 end i 2010. Det forholder sig ligeledes sådan i forhold til efterspørgsel. Her anses mangel på efterspørgsel ikke længere som en primær udfordring, hvilket er en markant forbedring. Virksomhedernes omsætning er ved at finde et normalt leje, og på medarbejdersiden er der en tendens til at opruste på fastansatte medarbejdere. Alle indikatorer på, at recessionen er ved at lette i branchen. Denne mere positive udvikling afspejles tydeligt i nedenstående tabel, hvor respondenternes forventning til den nære fremtid i 2012 generelt er mere positiv end den var i 2010 (se figur 2).

Figur 2

10.1 I hvilken retning tror du din delbranche bevæger sig?



Alt i alt indikatorer på brancher med et relativt stort potentiale. Og her er det KEAs klare opfattelse, at det er erhvervsakademiernes rolle at kunne servicere det private arbejdsmarked med de kompetencer, de har behov for.

Ad 2
Som angivet i ansøgningen har uddannelsen til TV- og Medietilrettelægger et meget anderledes sigte end uddannelsen Multiplatform Storytelling and Production. Denne uddannelse har et journalistisk perspektiv og er helt igennem en generalistuddannelse, hvorimod Multiplatform Storytelling and Production omfatter fiktion, business og er kunstnerisk præget. Desuden rummer Multiplatform Storytelling and Production, udover en række generalistkompetencer også en specialisering med tre forskellige linjer. De to uddannelser adskiller sig derfor en del fra hinanden.

Dertil kommer, at beskæftigelsen inden for uddannelsen til TV- og Medietilrettelægger er så høj som 78% i 2011. Det er vort postulat ud fra egne erfaringer, at der er en nøje sammenhæng mellem beskæftigelse og praktikpladser. På KEA får 43% af vore studerende job på deres praktiksteder efterfølgende. Det er derfor en tese, at det ikke vil være svært at finde praktikpladser til studerende på TV- og Medietilrettelæggeruddannelsen, hvis der er tilstrækkelig god beskæftigelse.

Det er vor overbevisning, at Multiplatform Storytelling and Production vil tage ansøgere fra multimediedesigneruddannelsen, og det er derfor ligeledes vor formodning, at vi i Københavnsområdet vil fremfinde praktikpladser fra de nuværende praktiksteder for multimediedesignere. Ved en kort gennemgang af KEAs praktiksteder for multimediedesignere har vi for bare et semester, foråret 2013, fundet 44 praktiksteder, der kunne være relevante praktikpladser for den ansøgte uddannelse (se bilag 1).

KEA finder derfor, at der både vil være behov for praktikanter og dimittender fra Multiplatform Storytelling and Production og fra Medie- og Journalisthøjskolens udbud af i Region Hovedstaden, idet disse to uddannelser uddanner til forskellige funktioner på arbejdsmarkedet, samt at en national dimensionering på 30 studerende er for lavt sat i forhold til de udviklingstendenser, der er påvist ovenfor.

DEN MERKANTILE DIPLOMUDDANNELSE
KEA gør ligeledes indsigelse mod det fremsendte afslag vedrørende udbud af den merkantile diplomuddannelse.

KEAs efteruddannelsesudbud er i høj grad merkantilt, og KEA finder det problematisk, at vi med det nuværende udbud ikke kan tilbyde en merkantil overbygning til de studerende, som går på en af KEAs merkantile akademiuddannelser. Og med et afslag bliver vi dermed afskåret muligheden for at videreuddanne disse studerende.

Baggrunden for afslaget er:

1. Aktiviteten på de eksisterende udbud er lav (31, 6 årselever på landsplan), og RUVU sætter spørgsmålstegn ved det hensigtsmæssige i at oprette endnu et udbud.
2. KEA har ifølge RUVU ikke redegjort for, hvad et nyt udbud vil betyde for det allerede eksisterende udbud på CBA.

Ad 1) KEA optager hvert semester to hold studerende på første obligatoriske fag på akademiuddannelse i Økonomi- og ressourcestyring, to hold på akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling, 1-2 hold på akademiuddannelse i International handel og markedsføring, 1-2 hold på akademiuddannelsen i Retail leadership og 0-1 hold på akademiuddannelsen i Finansiel rådgivning.

Vi har således en naturlig og direkte fødekæde til den merkantile diplomuddannelse fra vores egne akademiuddannelser på det merkantile område. Den nye økonomiretning under den merkantile diplomuddannelse vil være en oplagt videreuddannelsesmulighed for KEAs økonomistuderende, ligesom markedsførings-, retail- og markedsorienterede kommunikationsstuderende vil få en oplagt videreuddannelsesmulighed med en lang række salgs- og markedsføringsfag.

Dertil kommer, at KEA samarbejder med en lang række virksomheder om at efteruddanne deres medarbejdere både i form af enkeltstående fagmoduler, en gruppe af fagmoduler eller hele uddannelser. Med den merkantile diplomuddannelse vil KEA få en langt større uddannelsesportefølje at tilbyde virksomhederne, da den merkantile diplomuddannelse giver mulighed for en række forskellige retninger.

På sigt ser KEA også, at fleksibiliteten i diplomuddannelsen er en oplagt mulighed for at kombinere kommende efteruddannelsestilbud på det tekniske område med det obligatoriske indhold i den merkantile diplomuddannelse. Derfor ser vi den merkantile diplomuddannelse, som en strategisk paraply for en række efteruddannelsestilbud til KEAs studerende på både deltids- og fuldtidsuddannelserne.

Det er korrekt, at aktiviteten på de eksisterende udbud af den merkantile diplomuddannelse er lav, men på baggrund af ovenstående mener vi, at vi har en direkte fødekæde til den merkantile diplomuddannelse, som vil kunne oppebære et passende volumen. Og antallet af studerende på KEAs akademi- og diplomuddannelser har ligget stabilt på trods af krisen samtidig med, at KEA har en bred portefølje af virksomhedssamarbejder.

Det kræver en dedikeret indsats fra den enkelte uddannelsesinstitution at få skabt kendskab til nye uddannelsestilbud. Den indsats vil vi i KEA rigtig gerne yde, idet vi oplever, at efterspørgslen er

der. Vi kan desuden se, at der er stor variation i fordelingen af årselever på de forskellige udbudssteder (se tabel 3). Fx har både UC Sjælland og Erhvervsakademiet Lillebælt væsentligt flere årselever end de øvrige udbydere, hvilket viser, at der rent faktisk er mulighed for at oparbejde en bæredygtiguddannelse.

Tabel 3

Den merkantile diplomuddannelse	2011	2012
Erhvervsakademi Kolding	0,7	5,9
Erhvervsakademi Aarhus		1,8
Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy		1,0
Erhvervsakademiet Lillebælt		11,5
UC Sjælland	4,8	10,4
UC Nordjylland		6,7
I alt	**5,6**	**31,6**

Herudover har Erhvervsakademi Sydvest og Professionshøjskolen Nordjylland også ret til at udbyde uddannelsen.

Ad 2) KEA og CBA dækker begge Region Hovedstaden, hvor det største rekrutteringsgrundlag findes (se tabel 4). Ved to udbud i Region Hovedstaden vil der være et befolkningsgrundlag på 851.194 i gennemsnit pr. udbyder. Og dermed er det stadig den region i Danmark, som har det største rekrutteringsgrundlag pr. udbydende uddannelsesinstitution.

Tabel 4

	Antal udbydere af den merkantile diplomuddannelse	Indbyggertal	Indbygger pr. udbud
Region Hovedstaden	1	1.702.388	1.702.388
Region Sjælland	1	819.071	819.071
Region Syd	3	1.200.858	400.286
Region Midt	2	1.262.115	631.058
Region Nord	1	579.787	579.787

Udover at KEA og CBA dækker samme område, har de to uddannelsesinstitutioner også en ensartet merkantil efteruddannelsesportefølje (se tabel 5). I dag giver det ikke problemer, at KEA og

CBA udbyder en lang række af de samme efter- og videreuddannelser. Så ligesom de merkantile akademiuddannelser eksisterer på begge uddannelsesinstitutioner, vil videreuddannelsesmulighederne i form af den merkantile diplomuddannelse også kunne udbydes på begge institutioner, uden at vilkårerne forringes for de to udbydere. Sammenholdes det med, at CBA i 2012 har haft 1 årselev (tabel 3), mener KEA ikke, at der reelt kan være tale om, at KEA forringer vilkårene for CBA ved også at få udbuddet af den merkantile diplomuddannelse.

Tabel 5

DIPLOM	CBA	KEA
Ledelse	x	x
Merkantile diplom: - golfmanagement -sportmanagement -leisuremanagement -international handel og markedsføring	x	
Webudvikling	x	x
Softwareudvikling	x	
Design & Business		x
E-handel		x

AKADEMI	CBA	KEA
Finansiel rådgivning	x	x
Informationsteknologi	x	x
International handel og markedsføring	x	x
International transport og logistik	x	
Kommunikation og formidling	x	x
Ledelse	x	x
Retail	x	x
Skatter og afgifter	x	
Økonomi og ressourcestyring	x	x
Retail	x	x
Innovation, produkt og produktion	x	x
Gastronomi	x	
Oplevelsesøkonomi	x	
HR		x
Sundhedspraksis		x
Velfærdsteknologi		x
Uden retning	x	x

Den merkantile diplomuddannelse er af strategisk betydning for KEA i det fremtidige samarbejde med virksomheder og nye grupper af færdiguddannede.

I samarbejdet med virksomhederne er den merkantile diplomuddannelse et fleksibelt redskab, som kan bruges til at imødekomme kompetencebehovet hos store grupper af medarbejdere, der har en mere traditionel teknisk baggrund.

Inden for bygge- og anlægssektoren er den merkantile diplomuddannelse en afgørende videreudbygning af byggeriets lederuddannelse og et godt tilbud til virksomheder, der efterspørger øget byggeøkonomisk kompetence hos deres medarbejdere. I KEAs samarbejde med produktionsvirksomheder vil den merkantile diplomuddannelse kunne imødekomme den efterspørgsel, som KEA oplever fra ansatte med ingeniør-baggrund. For den store mængde af ganske små virksomheder, som KEA løbende er i kontakt med, udgør den merkantile diplomuddannelse et tilbud, hvor – typisk – virksomhedens ejer kan fastholde en kompetenceudvikling.

I forhold til de færdiguddannede mangler KEA udbud af diplomuddannelser til den stigende gruppe af professionsbachelorer, som færdiguddannes fra KEAs forskellige uddannelser. Det er vigtigt at KEA kan servicere sit alumnesamarbejde med relevante efteruddannelsestilbud til den voksende gruppe af tidligere studerende, som ikke er tiltrukket af en akademiuddannelse.

KEA bliver som samarbejdspartner for virksomheder og organisationer på arbejdsmarkedet en bedre samarbejdspartner, når KEA kan præsentere et sammenhængende udbud af akademi- og diplomuddannelser.

KEA finder derfor, at den merkantile diplomuddannelse er et nødvendigt og relevant efteruddannelsestilbud, som vi, med vores nuværende uddannelsesportefølje og virksomhedssamarbejder, vil have en naturlig fødekæde til, og derfor vil kunne etablere et bæredygtigt udbud af denne uddannelse, som ikke vil påvirke det nuværende udbud på CBA.

KEA håber på denne baggrund, at ministeriet vil revurdere de to afgørelser, og vi indgår naturligvis gerne i en dialog om ovenstående betragtninger.

Med venlig hilsen
Københavns Erhvervsakademi

Miriam Skjalm Lissner
Kvalitetschef
Direkte / 42 34 13 02
Mail / misl@kea.dk

BILAG

ET UDSNIT AF KEAS PRAKTIKVIRKSOMHEDER TIL MULTI-MEDIEDESIGNERUDDANNELSEN I FORÅRET 2013

Astronaut Maazine	Videomagasin
Bacon Cph A/S	Produktion af film og videofilm
Big-E ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Blink	Fjernsyn for og til de unge
Colourbox ApS	Anden reklamevirksomhed
Comwerks Interactive	Digital markedsføring
Creuna Danmark A/S	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Danmarks Radio Dr-Byen	Tv-virksomhed
Danny Gudnitz Photography	Fotografisk virksomhed
E-Reactor	Online marketing
Game Tools Aps	Spil
Georg & Georg	Reklamebureau Berlin
Gottlieb & Co. A/S	Reklamebureauer
Have Kommunikation A/S	Public relations og kommunikation
In2Media	kommunikation
Jibe Longboards	video
Kinth A/S	Produktion af film og videofilm
La Que Cruza	produktion audiovisuel
Leadmill ApS	Reklameplads i medier
Meisterbrau V/ Søren Bruun	Fotografisk virksomhed
Mindjumpers ApS	Public relations og kommunikation
MTV VIACOM and Georg und Georg	reklamebureau
New Stories ApS	Produktion af film og videofilm
Nimbus Film ApS	Produktion af film og videofilm
Nodes	Laver apps
Pandi Networks	Webportaler
Pixel Pandemic	browser base games
Raul & Rigel	Marketing
Reklamebureauet DGP	Reklamebureau
Republica	Reklamebureauer
Rumfang ApS	Kommunikationsdesign og grafisk design
Sbs Discovery Media A/S	Produktion af tv-programmer
Signifly ApS	Reklamebureauer
Specialisterne ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Sunrise Reklamebureau A/S	Reklamebureauer
Supertusch ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Svenson Suite	Film produktion
Targeting D.O.O.	Interaktivt TV
TV2/Danmark A/S	TV
Umano	film distributør
Valo Tv S.m.b.a	Produktion af tv-programmer
Vivaki - Starkom	digital advertising

Uddannelses- og
Forskningsministeriet

KEA – Københavns Erhvervsakademi
Kea@kea.dk

13. februar 2014

Styrelsen for Videregående Uddannelser
Bredgade 43
1260 København K
Telefon 7231 7800
Telefax 7231 7801
E-post ui@ui.dk
Netsted www.fivu.dk
CVR-nr. 3404 2012

Sagsbehandler
Jakob Krohn-Rasmussen
Telefon + 45 7231 8737
E-post jkra@ui.dk

Ref.-nr. 13/027205-11

Afslag på godkendelse
Ministeren for forskning, innovation og videregående uddannelser har på baggrund af gennemført prækvalifikation af Københavns Erhvervsakademis ansøgning om godkendelse af nyt udbud og KEAs indsigelse mod ministerens afgørelse af 10. december 2013 truffet følgende afgørelse:

Afslag på godkendelse af udbud af
Den merkantile diplomuddannelse i Ballerup

Afgørelsen er truffet i medfør af § 17 i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af nye videregående uddannelser.

Indsigelsen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU). RUVU vurderede ikke, at KEAs indsigelse ændrer vurderingsgrundlaget, og fastholder derfor sin oprindelige vurdering af ansøgningen.

Ministeren har ved afslaget lagt vægt på, at RUVU har vurderet, at ansøgningen ikke opfylder kriterium 2, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013.

Med venlig hilsen

Jette Søgren Nielsen
Kontorchef