Uddannelses- og Forskningsministeriet

Prækvalifikation af videregående uddannelser - Uddannelse til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Udskrevet 13. november 2026

Professionsbachelor - Uddannelse til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Erhvervsakademi Kolding

Institutionsnavn: Erhvervsakademi Kolding
Indsendt: 16/09-2024 08:54
Ansøgningsrunde: 2024-2
Status på ansøgning: Godkendt
Afgørelsesbilag
Download den samlede ansøgning
Læs hele ansøgningen

Ansøgningstype
Nyt udbud

Udbudssted
Kolding

Informationer på kontaktperson for ansøgningen (navn, email og telefonnummer)
Ole Højgaard Pedersen, ohp@iba.dk, 61939541

Er institutionen institutionsakkrediteret?
Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?
Nej

Uddannelsestype
Professionsbachelor

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk
Uddannelse til professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk
Bachelor’s Degree Programme in E-commerce and Digital Marketing

Angiv den officielle danske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse
Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Angiv den officielle engelske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse

Bachelor in E-commerce and Digital Marketing

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Det økonomiske område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Adgang via gymnasial eksamen (hf, hhx, htx, stx eller eux) eller gymnasiale indslusningsforløb for flygtninge og indvandrere (GIF)

Fuldført erhvervsuddannelse i kontor, handel og forretningsservice med en normeret varighed på 3 år

Derudover gælder specifikke adgangskrav uanset ovenstående:

- Matematik B eller Virksomhedsøkonomi B

De specifikke adgangskrav skal være bestået.

Er det et internationalt samarbejde, herunder Erasmus, fællesuddannelse el. lign.?

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej, undervisningen foregår slet ikke eller i mindre grad på nettet.

ECTS-omfang

210

Beskrivelse af uddannelsens formål og erhvervssigte. Beskrivelsen må maks. fylde 1200 anslag

Ej relevant

Uddannelses struktur og konstituerende faglige elementer

Ej relevant

Begrundet forslag til takstindplacering af uddannelsen

Ej relevant. Uddannelsen er allerede indplaceret i takstkataloget

Forslag til censorkorps

Ikke relevant. Uddannelsen er allerede indplacert

Dokumentation af efterspørgsel på uddannelsesprofil - Upload PDF-fil på max 15 sider. Der kan kun uploades én fil

PB_Ecommerce_digital_behov.pdf

Kort redegørelse for det nationale og regionale behov for den nye uddannelse. Besvarelsen må maks. fylde 1800 anslag

Denne ansøgning er begrundet i, at e-commerce og digital marketing vokser hastigt i både omfang og forskellighed og nu kræver bredere og dybere kompetencer end for blot få år siden. Både nationalt og regionalt er der dokumenteret en stor efterspørgsel af medarbejdere med kompetencer indenfor forretningsforståelse og -udvikling, digital marketing og kundeforståelse samt data og teknologier. Generalister såvel som specialister.
IBAs vurdering af behovet beror på: 1) Den eksisterende PBO i e-handel. Praktik og jobsituation er i god gænge, men er ved at blive overhalet af udviklingen og kravene i erhvervene. 2) EAAAs behovsanalyse fra 2023/24, som på nationalt plan godtgjorde stort behov for uddannelsen og som dannede baggrund for RUVUs godkendelse af uddannelsen. Konklusionerne fra EAAA er anvendt til at til at rammesætte IBAs analyse til af regional og lokal efterspørgsel. IBAs analyser bekræfter EAAAs analyser deri, at der i Kolding er høj efterspørgsel på den kompetenceprofil som PB i e-commerce og digital marketing har (mens den er meget høj i region Midt). Endelig 3) diverse rapporter og analyser som yderligere dokumentation for behovet.

Uddybende bemærkninger

IBA har til hensigt at erstatte den eksisterende PBO i e-handel med den nye uddannelse PBA i e-commerce og digital marketing. Det vil sige, at den nuværende PBO i e-handel nedlægges på IBA, når studerende fra den nye uddannelse PBA i e-commerce og digital marketing begynder at afslutte uddannelsen.
Der er et stort behov for såvel generalister som specialister samt for at dygtiggøre medarbejdere inden for e-commerce og digital marketing. Erhvervet angiver, at det
er svært at rekruttere kvalificerede medarbejdere og undersøgelserne foretaget at Erhvervsakademi Aarhus, IBA Erhvervsakademi Kolding og af Dansk Erhverv, viser samstemmende betydelige udfordringer med rekurttere kompetente medarbejdere inden for dette område. Både nationalt og regionalt er der således dokumenteret, at der er en stor efterspørgsel af medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing
Ønsket om at lade den nuværende PBO udgå er begrundet i, at det er vanskeligt at matche kravene til faglig bredde og dybde indenfor dens omfang på 90 ECTS. Der er stort behov for, at kandidaterne er stærkere på alle felter: E-commerce, digital marketing, teknologi og dataindsamling og analyse. Det behov tilfredsstiller PBA i e-commerce og digital marketing.
Alle de adspurgte virksomheder ser alle uddannelsen som vigtig for region og lokalområde, og de ser et stærkt stigende behov for kompetencer på netop disse områder. IBAs undersøgelser viser også, aftagerne har et meget positivt syn på uddannelsen, og på at ansætte kandidater fra ”PB i E-commerce og digital marketing” og have praktikanter fra selvsamme. Aftagerne fremhævede også, at uddannelsen giver den studerende bedre muligheder for at specialisere sig ud fra egne interesser, hvilket ses som et gode og som en værdifuld tilførelse af ny viden.
Der henvises i øvrigt til den vedlagte redegørelse.
Det er IBAs mål at optage de første studerende på den nye PBA i e-commerce og digital marketing i september 2025 med forventet dimission i januar 29. Det sidste optag til den eksisterende PBO i e-handel vil da være i september 2026, med forventet dimission i januar 2028.
Hensigten med forløbet er, at undgå en afbrydelse i tilførelsen af nyuddannede til virksomhederne. Hensigten er begrundet i:
Et brud i produktionen af kandidater indenfor e-handel vil sende uheldige signaler om IBA som erhvervsakademi og som partner for områdets erhvervsliv. Et flerårigt stop for produktionen af kandidater vil være uvelkomment. Der vil ikke være nævneværdigt med alternative kandidater i Koldings optageområde, hvis produktionen stopper i en årrække.
De studerende på Markedsføringsøkonomi eller Multimediedesign, som påbegyndte deres studium i september 24, vil få færre valgmuligheder efter endt uddannelse. Disse studerende vil ofte skulle rejse langt efter alternativer i en af de store uddannelsesbyer.

Den her beskrevne plan forudsætter, at der ikke sker markante ændringer i behovssituationen.

Underbygget skøn over det nationale og regionale behov for dimittender. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

I skønnet over det nationale og regionale behov for dimittender tager IBA udgangspunkt i EAAAs behovsanalyse. Det er den nyeste omfattende rapport. Rapporten konkluderer, at der vil kunne optages 134 studerende i EAAAs snævre optageområde. Med udgangspunkt i i IBAs analyse af jobannoncer i perioden 2019 - 2024 skønnes det regionale behov i IBAs område at være proportionelt set mindre end behovet i EAAAs område. Efterspørgslen i Kolding er "høj", mens den er "meget høj" i region midt. Samtidigt er erhvervsgrundlaget mindre i Koldings snævre optageområde.

IBAs spørgeskemaundersøgelse viser, at 95% af respondenterne ser et behov for en ny 3.5 årig bacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing. Cirka 70% forventer et stigende behov for at rekruttere i løbet af de kommende 2 år.

Der vil, forsigtigt estimeret, kunne optages 35 studerende, der alle vil kunne beskæftiges efter endt uddannelse.

Hvilke aftagere har været inddraget i behovsundersøgelsen? Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

IBAs behovsundersøgelse er tilrettelagt i forlængelse af den undersøgelse Erhvervsakademi Aarhus gennemførte af det nationale og regionale behov, da selve uddannelsen skulle godkendes af RUVU. Data i deres undersøgelse er indsamlet i 2023.

Behovsundersøgelsen er gennemført med:
En analyse af jobannoncer på det danske marked i perioden 2019 - 2024. Data er indsamlet og analyseret af Per Bergfors, CPH, og gennemført med IBM Watson version 12. Algoritmen er udviklet løbende og fokuserer på Østjylland og IBAs dækningsområde. Besvarelserne fra postnumrene 6000 og 7000 er underestimerede.
En spørgeskemaundersøgelse. I alt 27 virksomheder deltog, herunder EWII, Websire.dk, Packshoot ApS, Beautycos, Bestseller, F. Engel K/S, Højlund Mølle/Kinnerup Hesteartikler, ECOOKING A/S, Adtention, Nordic Media
Følgende virksomheder har været inddraget i form af samtaler og interview: Wurth, ECOOKING, Engel og Asento.
IBAs behovsundersøgelse inddrager de samme øvrige kilder som lå til grund for Aarhus' ansøgning. De forløbne 9 måneder har ikke ændret på deres udsagnsværdi.

Beskriv ligheder og forskelle til beslægtede uddannelser, herunder beskæftigelse og eventuel dimensionering. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Det særlige ved uddannelsen er, at den fra start til slut er tænkt som en hybrid mellem en it-uddannelse og en merkantil uddannelse. Målet er en integrationen af faglighederne for derved at uddanne de faglige specialister og generalister som virksomhederne og interesseorganisationerne efterspørger.
Der er mange beslægtede uddannelser, når man kombinerer to fagligheder. I de uddybende bemærkninger, er de vigtigste beslægtede uddannelser beskrevet med udgangspunkt i IBAs geografiske placering

Uddybende bemærkninger

De beslægtede uddannelser i relation til uddannelsen, er primært uddannelser der beskæftiger sig med merkantile fagligheder eller med informationsteknologi. P
I Kolding, Esbjerg og Sønderborg udbydes Markedsføringsøkonom). Væsentlige ligheder: Uddannelsen har nogle af de samme merkantile fagelementer. Væsentlige forskelle: De digitale, og de tekniske fagligheder dækkes ikke. Uddannelsen er på 120 ECTS. Studerende får en bred indføring i faglighederne, frem for en dyb.
I Kolding, Esbjerg og Sønderborg udbydes Multimediedesigner. Væsentlige ligheder. Uddannelsen har flere af de tekniske elementer og af elementerne omkring data. Væsentlige forskelle: Uddannelsen rummer kun få merkantile elementer. Uddannelsen er på 120 ECTS. Studerende får en bred indføring i faglighederne fremfor en dyb.
I Sønderbog udbydes PBO i digital konceptudvikling. Uddannelsen bygger ovenpå multimediedesigner eller en anden EA-uddannelse. Væsentlige ligheder: Uddannelsen har fokus på udvikling af koncepter indenfor digitale platforme. Væsentlige forskelle. Uddannelsen har fokus på virksomhedens kreative processer og rummer meget få elementer om data og dataanalyse.
I Kolding udbydes PBO i e-handel. Uddannelsen er en top-up bachelor og bygger ovenpå EA uddannelser. Væsentlige ligheder: Uddannelsen giver en god indføring i e-commerce og i brug af platforme til e-handel. Væsentlige forskelle: Der er ikke plads til at dykke ned i faglighederne, platforme eller specialiseringer. Uddannelsen rummer alene et generalistspor.

Beskriv rekrutteringsgrundlaget for ansøgte, herunder eventuelle konsekvenser for eksisterende beslægtede udbud. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Det primære rekrutteringsgrundlag er studenter samt udlærte fra ungdomsuddannelserne, med interesse i e-commerce og digital marketing, og som ønsker en uddannelse på professionsbachelorniveau.
Rekrutteringsgrundlaget fra de gymnasiale uddannelser er små 2000 personer (1.985 i 2022 og 1.908 i 2023) i IBAs snævre dækningsområde (Kolding, Haderslev, Vejen og Fredericia).
Korrelationen mellem det primære rekrutteringsgrundlag og ansøgertal er ikke entydig. Det primære rekrutteringsgrundlag er vigende, mens rekrutteringen til IBAs uddannelser er gået frem.
Det er IBAs vurdering, at et udbud i e-commerce og digital marketing får begrænset effekt på eksisterende uddannelser og udbud. IBA forventer en negativ effekt på egne uddannelser i Markedsføringsøkonom og Multimediedesigner på samlet 15 ansøgere.
IBA forventer ikke, at dette udbud får betydning for beslægtede uddannelser på andre institutioner. IBA deler ikke EASVs bekymringer for, at et udbud kan udhule EASVs rekruttering til deres uddannelser (bilag 2). Historisk kommer meget få af IBA studerende fra EASVs optageområde.
UCL, Odense, er ikke kontaktet, da nye udbud i Kolding ikke indvirker ikke på optag i Odense.

Beskriv kort mulighederne for videreuddannelse

Dimittenderne fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vil kunne videreuddanne sig på kandidatuddannelser indenfor marketing og IT, fx kandidat i It, kommunikation og organisation.
Kandidaterne vil også kunne videreuddanne sig indenfor teknologibaseret forretningsudvikling

Forventet optag på de første 3 år af uddannelsen. Besvarelsen må maks. fylde 200 anslag

Optag år 1: 25 studerende
Optag år 2: 30 studerende
Optag år 3: 35 studerende

Hvis relevant: forventede praktikaftaler. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Der forventes et behov for 35 praktikpladser, når uddannelsen er fuldt indfaset.

I de seneste år har der været en meget stor interesse hos virksomhederne for at have praktikanter. Virksomhederne anvender i stigende omfang praktik som en vej til rekruttering af nye medarbejdere.

Behovsundersøgelsen viser, at de studerende, som tager en Bachelor i e-handel, er meget attraktive, og de har let ved at få egnede praktikpladser og efterfølgende ansættelse.
Generelt har IBA meget let ved at skaffe praktikpladser, og det er forventningen, at det samme vil gøre sig gældende denne uddannelse. IBA har endnu ikke oplevet mangel på egnede praktikpladser på nogen uddannelse.

I spørgeskemaundersøgelsen har 90% tilkendegivet stor interessere i at få en praktikant fra den nye uddannelse.
Baseret på behovsundersøgelsen og på IBAs erfaringer vil der være flere praktikpladser end studerende til at tage dem.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

IBA søger også uddannelsen, fordi den rummer flere elementer af fremtidens marketinguddannelser, som IBA ser udviklingshorisonten på det merkantile område. Det vil være gunstigt for IBA og kommende studerende at investere i de fag-fagligheder, der er indeholdt i professionsbachelor i e-commerce og digital marketing.

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

Ja

Status på ansøgningen

Godkendt

Ansøgningsrunde

2024-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev C1 Professionsbachelor E-commerce og digital marketing IBA.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

Kolding 15.09.2024

Bilag til dette dokument

- Bilag 1. Høringssvar fra Erhvervsakademi Sydvest.

Hyppigt anvendte forkortelser

PBO anvendes som forkortelse for den 1½ årige top-op på 90 ECTS "Professionsbachelor i e-handel". Det vil sige den nuværende den uddannelse, som IBA ønsker at afvikle

PBA anvendes som forkortelse for den 3½ årige på 210 ECTS "Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing". Det vil sige den uddannelse, som IBA ønsker at oprette

EAAA anvendes som forkortelse for "Erhvervsakademi Aarhus"

IBA anvendes som forkortelse for "IBA Erhvervsakademi Kolding"

Indhold

Bilag til dette dokument 1

Hyppigt anvendte forkortelser 1

Ansøgningen: "Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing" versus "Professionsbachelor i e-handel" 1

Væksten i e-handel 3

Erhvervsakademi Aarhus' afdækning 6

IBAs afdækning 6

Jobannoncer og kompetenceefterspørgsel 8

Interviews 10

Samlet konklusion 12

Ansøgningen: "Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing" versus "Professionsbachelor i e-handel"

Ansøgningen om et udbud af "Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing" (PBA) er foranlediget af et ønske om at erstatte det nuværende udbud i form af en top-op bachelor i e-handel, "PBO i E-handel" (PBO), med den nye professionsbachelor.

Begge uddannelser har e-handel og datadrevet salg og marketing som væsentlige fagområder. De to uddannelser er dog forskellige. Den nuværende PBO-uddannelse er en 1½ årig top-up bachelor, hvor PBA i E-commerce og digital marketing er 3½-årig. På PBO-uddannelsen optages studerende efter endt EA-uddannelse. Typisk som Markedsføringsøkonom eller Multimediedesigner. Sjældnere er der ansøgere fra E-design eller Finansøkonom.

Begge uddannelser dækker centrale områder som datadrevne strategier, platformsbaseret forretning og marketing. De er dog markant forskellige. PBO'en er et 1,5-årigt overbygningsprogram på 90 ECTS-point, og den er udpræget en generalistuddannelse, hvor mange emner behandles på et introducerende niveau. PBA'en i E-commerce og Digital Marketing er en selvstændig 3,5-årig bacheloruddannelse med 210 ECTS-point. Fagligt er PBA'en i E-commerce og Digital Marketing en ægte sammensmeltning af de tekniske og forretningsmæssige dimensioner indenfor digital marketing og e-commerce. Uddannelsen omfatter tre hovedområder: "forretningsforståelse og udvikling," "digital marketing og kundeforståelse" samt "data og teknologier." På alle områder tilbyder PBA'en en betydeligt bredere og mere dybdegående faglighed end den nuværende PBO.

PBO'en i e-handel på IBA er en betydelig succes. Den har et optag på mellem 25 og 35 studerende, hvilket gør det til IBAs største overbygningsbachelorprogram. Frafaldsprocenten er lav (under 10%), og 85% færdiggør deres studier til tiden. Studerende har relativt let ved at finde praktikpladser, og kandidaterne ser ud til at klare sig godt med at finde arbejde, man der foreligger endnu ikke præcise beskæftigelsestal for 4. – 7. kvartal.

Ønsket om at skifte til PBA skyldes den hurtige udvikling inden for e-handelsbranchen, både hvad angår omfang og diversitet. Det er den samme udvikling, der fik AEEE til at påbegynde udviklingen af PBA'en og i den forbindelse gennemføre en analyse af det nationale behov.

Det skal ikke skjules, at AEEEs undersøgelse af efterspørgslen på de kompetencer, som PBA-en rummer, spiller en betydelig rolle i IBAs overvejelser. Undersøgelsen lå til grund for RUVUs godkendelse af uddannelse i efteråret 23, og der er 3 grunde til, at den er vigtig i nærværende redegørelse for de lokale behov for uddannelsen.

AEEEs undersøgelse af efterspørgslen på de kompetencer, som PBA'en indeholder, har en væsentlig rolle i såvel IBAs overvejelser som i denne ansøgning. Undersøgelsen var grundlaget for RUVUs godkendelse af uddannelsen i ansøgningsrunde 2023-2 (https://pkf.ufm.dk/search/prequalification). Der er tre grunde til, at AEEEs redegørelse er vigtig i denne aktuelle redegørelse for de lokale uddannelsesbehov.

1) Undersøgelsen er den nyeste undersøgelse af kompetencebehovene indenfor e-commerce og digital marketing.
2) Konklusioner peger entydigt i retning at det fornuftige er at erstatte PBO-en med PBA-en
3) Undersøgelsen dokumenterer det nationale behov for uddannelsen og er dermed en delvis dokumentation for behovet i IBAs område. Det er væsentlig motiverende faktor for IBA, at en af konklusionerne i rapporten er, at der er en høj efterspørgsel på PB kompetencer i IBAs område, mens den er meget høj i EAAAs eget område (s. 10 i Behovsanalysen).

Adskillige kommentarer i IBAs spørgeskemaundersøgelse peger i samme retning. Eksemplarisk:

"Vi har haft praktikanter fra IBA af flere omgange og vi synes overordnet der er et fint bundniveau. Men vi oplever også at skulle bruge ressourcer på yderligere oplæring. Vi kunne godt tænke os, hvis den "Læringskurve" blev knapt så stejl, så de studerende var bedre klædt på. Det tror vi på at de vil være, hvis de fik en 3,5 års bachelor med fuldt fokus mod e-handel og digital marketing".

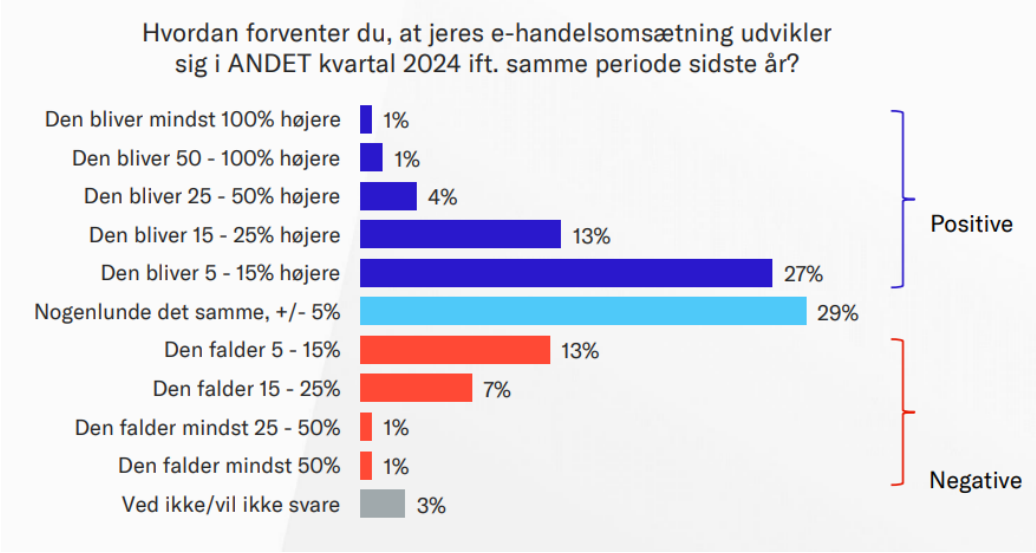
Og

"Der er mange nye former for medier og måder at benytte digital markedsføring. Det er en hård branche, og det kræver flere kompetencer idag at outperforme andre"

Væksten i e-handel

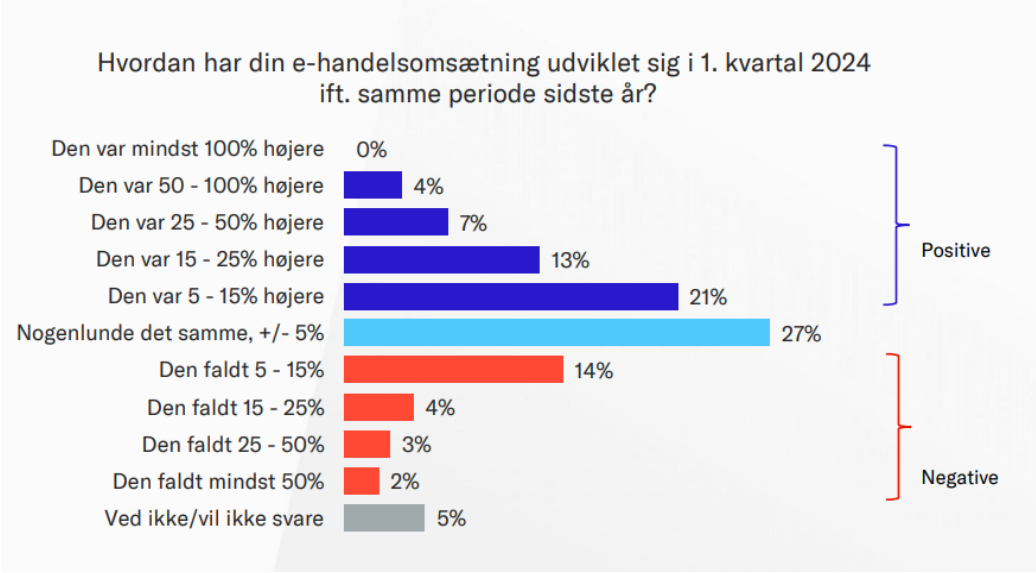
E-handel har gennem de senere år været kendetegnet ved en stor vækst. Ifølge Dansk Industri havde 36% af de danske virksomheder online salg enten gennem webshop, markedspladser og/eller EDI (electronic data interchange) i 2022. Dansk industri forventer væksten i antallet af virksomheder vil fortsætte og stige til 75% af alle virksomheder i 2028 (Mie Bilberg (2023): "75% har e-commerce indenfor fem år" på https://www.danskindustri.dk/vi-radgiver-dig/ecommerce/nyhedsarkiv/nyheder/2023/05/nyhed-2-75-har-e-commerce-indenfor-fem-ar/).

Dansk Erhvervs E-handelsbarometer viser en betydelig tiltro til den fortsatte vækst i e-handel. Af det aktuelle barometer fremgår det, at 46% af e-handelsvirksomhederne forventer at have en vækst på 5% i omsætningen eller derover i andet kvartal 2024. Halvdelen af de 46 % kalkulerer med en15% vækst eller mere. Undersøgelsen viser, at 21% af virksomhederne har negative forventninger til andet kvartal.



FIGUR 1. FORVENTNINGER TIL OMSÆTNING. DANSK ERHVERVS E-HANDELSBAROMETER

Dansk Erhvervs undersøgelser viser, at det ikke kun er forventninger, da de fleste virksomheder har haft markant fremgang i omsætningen, nedenstående figur.



FIGUR 2. UDVIKLING I OMSÆTNING. DANSK ERHVERVS E-HANDELSBAROMETER

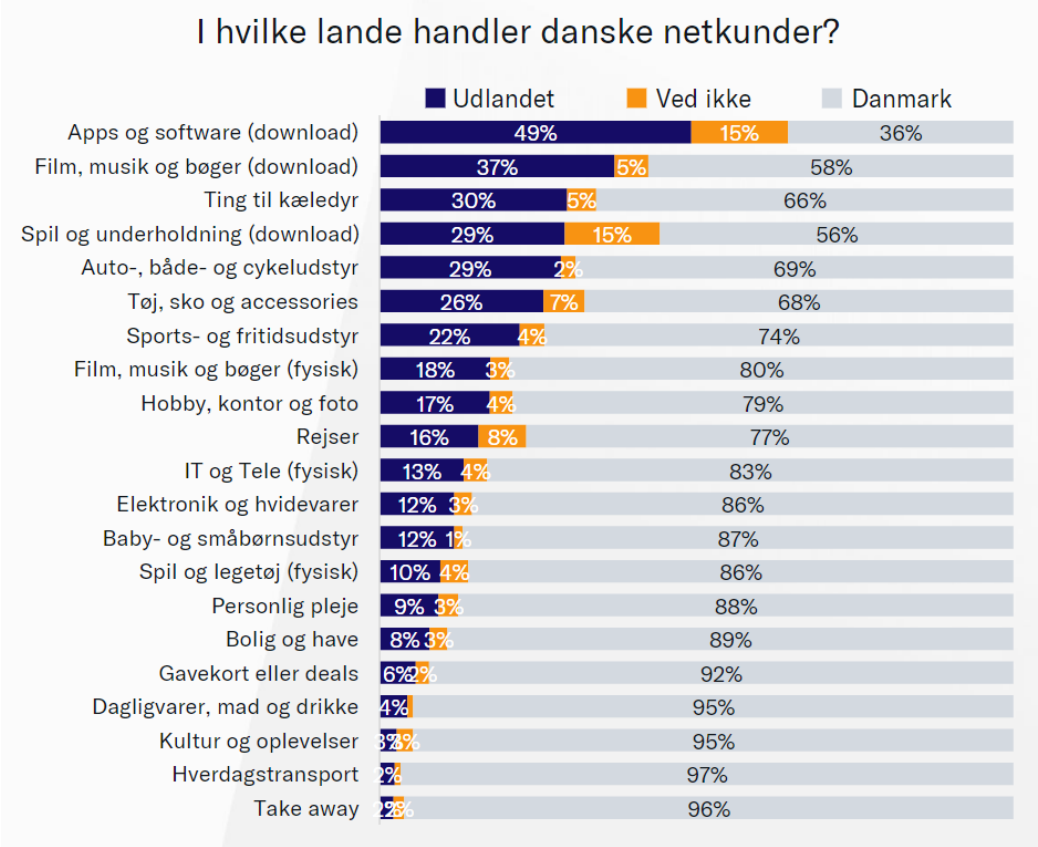
Figurer og tal er hentet fra Dansk Erhvervs Handelsbarometer på https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/digital-handel/analyser/e-handelsbarometer/e-handelsbarometer-2024-q1-dansk-erhverv.pdf

Såvel forventninger som faktiske resultater er markant højere end de tilsvarende undersøgelser i de foregående år. To år tidligere havde 29% fremgang af virksomhederne fremgang mod 45% i ovenstående opgørelse.

Kolding 15.09.2024

Dansk Erhvervs rapport er skrevet på baggrund af arbejder fra World Economic Forum (WEF) arbejder, og Dansk Erhvervs rapport sammenfatter konsekvenserne af de internationale tendenser for DK i samspil med Dansk Erhvervs egne undersøgelser (World Economic Forum, 2023, "The Future of Jobs Report 2023", Link: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf).

Det skal bemærkes, at fremgangen sker samtidigt med, at udenlandsk e-commerce og webshoos spiller en betydelig rolle på det danske marked. Jf. nedenstående oversigt fra Dansk Erhverv 2020 over webshops på B2C området.



FIGUR 3. DANSKE NETKUNDER OG LANDE. DANSK ERHVERV, 2020

Konklusion. Den voldsomme vækst i antal virksomheder og i virksomhedernes omsætning peger på PBA-en som en central uddannelse. Formålet med PBA-en er at uddanne medarbejdere med de nødvendige færdigheder til at imødekomme virksomhedernes stigende behov for digital udvikling. Udviklingen indebærer et næsten akut behov for medarbejdere, som kan kombinere teknisk know-how med forretningsforståelse inden for e-commerce og digital marketing. Den eksisterende uddannelse, PBO i e-handel, varer kun 1½ år, hvor den studerende i ½ årer i praktik, hvorfor det er begrænset hvad uddannelsen kan indeholde. Det er ikke tilstrækkeligt i en tid med hastig digitalisering og stor ekspansion.

Den nye uddannelse strækker sig over 3½ år, og den giver de studerende en enestående mulighed for at specialisere sig inden for e-commerce og digital marketing på en dybdegående og omfattende måde. Dimittender fra denne uddannelse vil være særdeles godt rustede til at arbejde med e-handelsteknologier, dataanalyse, e-eksport, SEO, betalt annoncering, konverteringsoptimering og meget mere.

En passant bør det nævnes, at Dansk Erhverv i lighed med alle andre forudser en massiv vækst i brugen af kunstig intelligens. Det aspekt indgår hverken i nærværende eller i AEEEs oprindelige udredning; men det er værd at notere, at PBA-kandidaterne er godt rustet til at anvende og implementere kunstig intelligens qua deres kompetencer i maskinlæringsalgoritmer og anvendelse af maskinlæring samt de særskilte elementer om udforskning af og eksperimenter med nye teknologier.

Erhvervsakademi Aarhus' afdækning

Udviklet med henblik på at udvikle og beskrive kompetencebehovene for en ny uddannelse i e-commerce og digital marketing og samtidigt estimere behovet for kandidater.

Aarhus' afdækning har ligeledes afsæt i den store vækst, som området undergår og i de øgede krav til kompetencer. Der er 3 generelle træk som har særlig interesse, side 6f i Behovsanalyse fra AEEE på Formflow (https://pkf.ufm.dk/search/prequalification). Nemlig:

- Der er få ansøgere, som søger stillinger inden for e-commerce og digital marketing specialist fagområder. Både store og små virksomheder har udfordringer med rekruttering af medarbejdere med de rette kompetencer.
- Digitaliseringspotentiale. Der er stort og uforløst digitaliseringspotentiale. Den konklusion er også markant i førnævnte rapport fra World Economic Forum.
- Ressourceproblemer. Det er en stor udfordring for virksomhederne at løfte opgaverne med uddannelse og oplæring. Mange små og mellemstore har ofte ikke ressourcerne.

PB uddannelsen er en del af svaret på de problemer. Bacheloren større faglige tyngde gør den egnet til at realisere mere af digitaliseringspotentialet og tilføre virksomhederne flere medarbejdere med de nødvendige kvalifikationer.

IBAs afdækning

IBAs behovsafdækning fokuserer på IBAs snævre optageområde. Det vil groft sagt sige kommunerne Fredericia, Kolding, Haderslev og Vejen. Analyse består af tre elementer: en kvantitativ spørgeskema undersøgelse, en kvantitativ afdækning kompetencekrav i jobannoncer samt kvalitative interviews

Undersøgelsen. Den kvantitative undersøgelse blev distribueret via IBAs LinkedIn netværk. Hermed er det tilstræbt, at respondenter har et professionelt forhold til et eller flere af PBA-ens centrale fagområder. De deltagende virksomheder kunne i princippet svare anonymt. I undersøgelsen deltog 27 virksomheder, og 24 af de 27 respondenter opgav entydige kontaktinformationer.

Spørgeramme. Undersøgelsen en dublet af den spørgeramme, som EAAA anvendte i deres behovsafdækning, hvorfor svarene er umiddelbart sammenlignelige. Til forskel fra EAAAs

undersøgelse har respondenterne haft mulighed for at uddybe deres svar i kommentarfelter. Afhængigt af spørgsmålet har mellem 40% og 70% af respondenterne benyttet sig af muligheden for at uddybe deres svar.

Respondenterne. IBAs undersøgelsen er fortrinsvis besvaret af små og mellemstore virksomheder.



FIGUR 4. HVOR MANGE ARBEJDER I VIRKSOMHEDEN. IBA UNDERSØGELSE

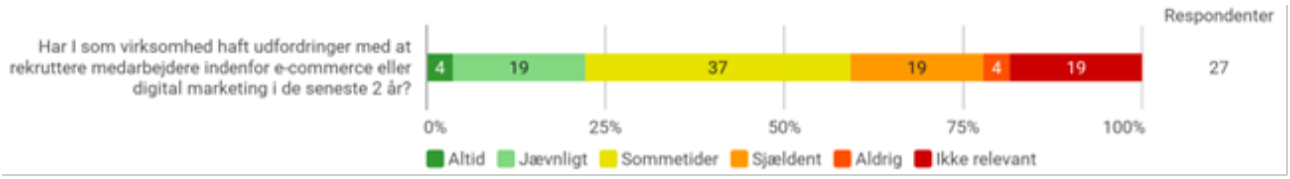
Eksterne ressourcer. Undersøgelsen spørger ind til, hvor ofte virksomheden gør brug af eksternt bureau til opgaver. Spørgsmålet er en indikator på kompetencebehov, men selve brugen kan være udtryk for flere forhold. Fx prioriteringer i virksomheden, mangel på kompetencer i virksomheder, opgavernes omfang og hyppighed etc. Svaret siger alene noget om et kompetencebehov.



FIGUR 5. ANVENDELSE AF EKSTERNT BUREAU. IBA UNDERSØGELSE

Brugen af bureau er meget høj i IBAs undersøgelse sammenlignet med EAAAs undersøgelse, hvor fx kun 12% svarer altid i kategorien digital marketing mod 26% i IBAs. Den mest nærliggende tolkning er, at der er et betydeligt efterslæb i kompetencer og/eller virksomhederne er for små til at løfte en række opgaver. De tilhørende kommentarer siger kun lidt om, hvad bureauer bruges til, men kommentarer peger i retning af udfordringer med at løfte opgaver med data og teknologi, og et behov for sparringspartnere. Den store brug af eksterne bureauer peger på meget gode muligheder for kandidater med en PBA.

Rekruttering. Undersøgelsen spørger videre ind rekrutteringsudfordringer i de forgangne 2 år. Her er knap så store udfordringer som i EAAAs område. Det stemmer overens med fornævnte konklusion, at behovet er "meget højt" i EAAAs område, men kun "højt" i Kolding.

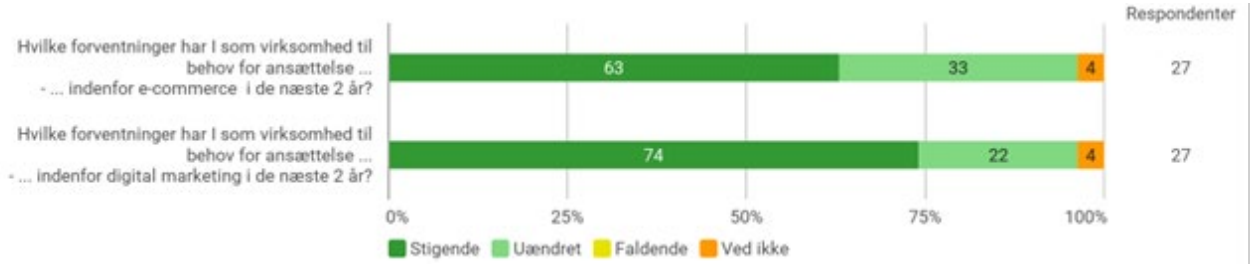


FIGUR 6. UDFORDRINGER MED REKRUTTERING. IBA UNDERSØGELSE

Det problem, som hyppigst rejses i kommentarfelterne, er manglen på specialistkompetencer. Eksempelvis:

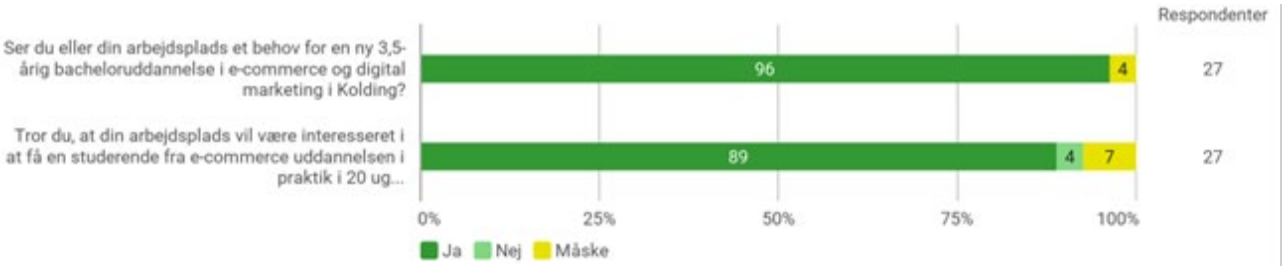
- *"Vi mangler folk, som har en god og specialiseret forretningsforståelse målrettet e-commerce"*.
- *"Det er en meget svær branche at matche kompetencer og virkelighed. Folk ansøger med meget bred og forskellig erfaring, hvilket hurtigt bliver spild af tid ift. ansøgninger og samtaler"*.
- *"Vi vil jo gerne have de dygtige e-handelsfolk, så vi kan levere kvalificerede løsninger og bruge tiden effektivt. Desto mere de ved inden de henvender sig her, desto større værdi har de"*.

Forventninger til ansættelse. For at afdække det fremtidige behov for medarbejdere med kompetencer indenfor e-commerce og digital marketing, spurgte vi om, hvorvidt behovet for ansættelser forventes at stige eller falde inden for de næste 2-3 år. Her tegner der sig igen et meget tydeligt billede af et stigende behov. Både indenfor digital marketing og indenfor e-commerce. Ingen virksomheder forventer faldende ansættelse. To respondenter peger i deres kommentarer på uændrede forhold som følge øget brug af kunstig intelligens og maskinlæring.



FIGUR 7. FORVENTNINGER TIL FREMTIDIGE BEHOV FOR ANSÆTTELSE. IBA UNDERSØGELSE

Behov. Afslutningsvis spørger undersøgelsen ind til om virksomheden ser et behov for at ansætte kandidater med 3.5-årig bachelor e-commerce og digital markerting og interessen for at tage praktikanter fra uddannelsen. For begge spørgsmål gælder, at interessen er endog meget høj.

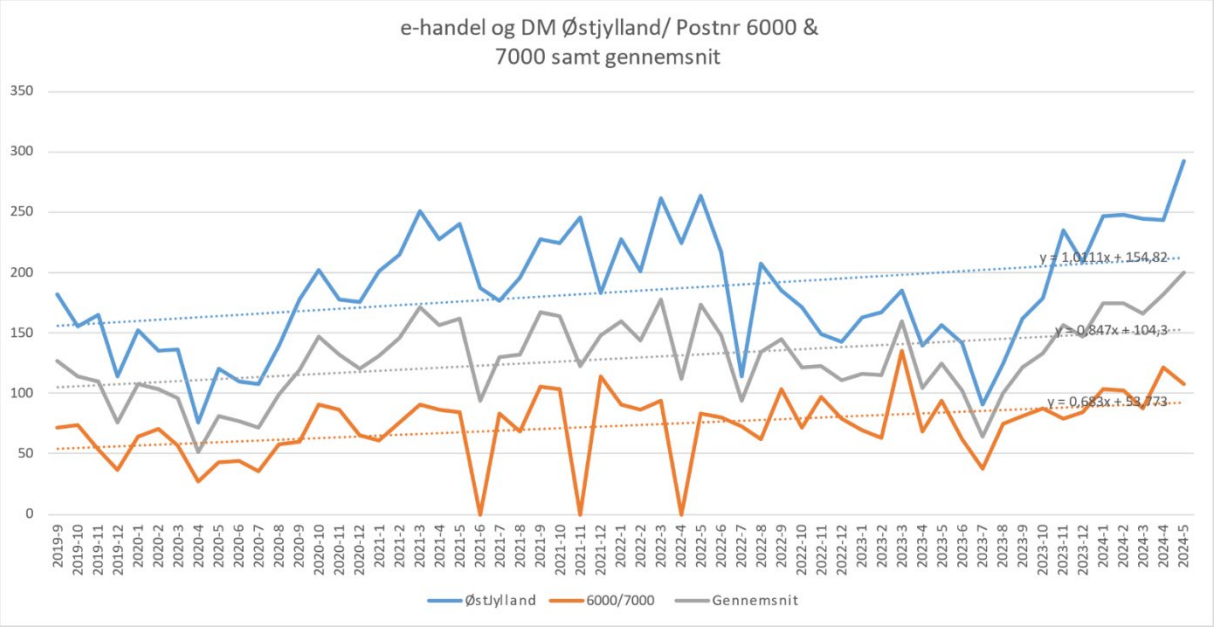


FIGUR 8. SYN PÅ BEHOV FOR 3½ ÅRIG PB I E-COMMERCE OG DIGITAL MARKETING I KOLDING

Jobannoncer og kompetenceefterspørgsel

Efterspørgslen efter medarbejdere med kompetencer inden for både 'e-commerce' og 'digital

marketing' har været undersøgt gennem databasen og analyseværktøjet Jobtrend. Jobtrend er en database, hvor alle stillingsopslag fra 2018 fra de største danske jobportaler (Careerjet og Jobindex) er indsamlet og indekseret. Værktøjet kan bruges til at undersøge, hvor meget en given kompetence nævnes i den samlede mængde af stillingsopslag, hvilket antages at korrelere med den specifikke efterspørgsel efter kompetencen, der er søgt efter.
Gennem Jobtrend er det således muligt at identificere efterspurgte faglige kompetencer i jobannoncerne. Der er udført en undersøgelse af, hvor mange stillingsopslag, der nævner 'e-commerce' og 'digital marketing', nationalt og Østjylland og i området dækket af postnumrene 6000 og 7000. På den måde opnås indsigt i udviklingen i efterspørgslen efter 'e-commerce' og 'digital marketing' nationalt og regionalt. Hovedresultatet fremgår af figuren nedenfor



FIGUR 9. EFTERSPURGTE FAGLIGE KOMPETENCER I JOBANNONCER 2019 - 2024. IBA UNDERSØGELSE

Det skal bemærkes, at Områderne 6000 og 7000 er underestimerede, da kun 50% har postnummer. Det beror blandt andet på, at træk af så specifikke områder er vanskelige, da Jobtrend som udgangspunkt arbejder med større områder. Det betyder, at et træk for IBAs helt snævre optageområde – forenklet postnumrene 6* og 7* - fører til en underestimering af antallet af opslag, hvor kompetencerne er nævnt.

Umiddelbart er resultatet ikke prangende. På den positive side noterer IBA sig en fortsat stigning gennem perioden.

Undersøgelsen kortlægger også de stillingskategorier, hvor e-handel og digital marketing optræder. Forskellene mellem de geografiske områder, Hovedstaden, Østjylland og 6000 & 7000.

Fordelingen på sektorer hvor job med e-handel og digital marketing findes. Der er ikke foretaget en tilsvarende kørsel for e-commerce.

e-handel og DM - hele landet	Hele landet	Hovedstaden	Østjylland	6000 & 7000
Kommunikation, marketing, salg	41378	18688	1715	829
Øvrige stillinger	33206	15164	1400	600
Sundhed og forskning	25370	8845	1692	274
Ledelse og personale	20846	8795	1113	530
Kontor, handel og service	20679	7637	1156	572
Undervisning	18665	6584	1251	159
Økonomi og jura	15288	6823	628	353
Detail, Restauration og Hotel	14505	6420	644	341
Informationsteknologi	8862	4299	333	246
Industri, håndværk og teknik	8566	2483	564	290

FIGUR 10. ANTAL STILLINGSOPSLAG FORDELT PÅ SEKTORER. ABSOLUTTE TAL. IBA UNDERSØGELSE

Udtrykt i procent er det:

e-handel og DM - hele landet	Hele landet	Hovedstaden	Østjylland	6000 & 7000
Kommunikation, marketing, salg	20%	22%	16%	20%
Øvrige stillinger	16%	18%	13%	14%
Sundhed og forskning	12%	10%	16%	7%
Ledelse og personale	10%	10%	11%	13%
Kontor, handel og service	10%	9%	11%	14%
Undervisning	9%	8%	12%	4%
Økonomi og jura	7%	8%	6%	8%
Detail, Restauration og Hotel	7%	7%	6%	8%
Informationsteknologi	4%	5%	3%	6%
Industri, håndværk og teknik	4%	3%	5%	7%

FIGUR 11. ANTAL STILLINGSOPSLAG FORDELT PÅ SEKTORER. PROCENTFORDELING. IBA UNDERSØGELSE

Den iøjnefaldende forskel er, at såvel ”undervisning” og som ”sundhed og forskning” har markant mindre betydning end i de andre geografiske områder. Jf. ovenstående tabeller.

I vurderingen af behovet for PBA-en er det navnlig interessant, at stillingskategorierne ”Kommunikation, marketing, salg” samt ”Informationsteknologi” står stærkt i 6000 & 7000.

Konklusion. Fordelingen på af joboplag fordelt på sektorer er en indikation på, at der i det private erhvervsliv er et klart behov for arbejdskraft med kvalifikationer i digital marketing. Udviklingen i jobannoncer peger i samme retning.

Interviews

IBA har gennemført kvalitative interviews for nærmere at afdække virksomhedernes syn på de kvalifikationer, som PB i E-commerce og digital marketing besidder. Undersøgelsen blev gennemført

som interview med 4 udvalgte virksomheder. Virksomhederne er udvalgt blandt de virksomheder, som har haft studerende i praktik fra PBO-en. Virksomheder udenfor IBAs snævre optageområde er fravalgt. Respondenter og virksomheder:

- **Würth**. Kirsten Beider. Marketing- & eBusiness Manager & Anja Camilla Rasmussen, HR Konsulent.
- **Ecooking**. Martin Vad Jespersen. Head of eCommerce & Digital Media
- **Asento**. Henriette Warming. People & Culture manager
- **Engel**. Jesper Tolstrup Kjøgx. E-commerce Specialist

To af virksomhederne har e-handel eller e-commerce som en meget væsentlig af deres aktiviteter. Nemlig:

- Asento, som er et digitalt marketingbureau.
- Ecooking , som udvikler og sælger plejeprodukter og som driver deres forretning via deres webshop.

De to sidste virksomheder, Würth og Engel, er begge stærkt repræsenteret indenfor B2B, men er på et forskelligt stadie med hensyn til digital marketing og e-commerce . Würth har en stor egen afdeling til håndtering af e-handel, digital marketing og e-commerce. Engel har en betydeligt mindre afdeling, og er meget mere afhængig af eksterne bureauer.

I det følgende er resultaterne fremstillet med vægt på de 3 fagelementer sådan som er fremstillet i bilaget til uddannelsen, BEK nr 495 af 22/05/2024.

Forretningsforståelse og udvikling. Fagområdet beskæftiger sig med drift og udvikling af virksomhedens digitale forretning herunder datasikkerhed.

Alle fire virksomheder peger på, at situationen er ekstremt konkurrencepræget, og at ”forretningsudviklingen og udviklingen af ideer” er central for fremtiden (Ecooking). Ingen af virksomhederne forventer en opbremsning i kravene til forretningsudvikling.

Asento og Ecooking betonede derudover meget kraftigt, at e-commerce og digital marketing bliver vigtigere og vigtigere. Man skal ”være sindssygt dygtige til forretningsudvikling” og til ”at konvertere salget” (Asento). Udviklingen er gået meget stærkt og ”e-handel har på kort tid udviklet sig andet og meget mere end en ”sælger”, som blot er på nettet” (Ecooking).

Digital marketing og kundeforståelse. Fagområdet indeholder metoder til at analysere og forstå kundens behov og adfærd og arbejder med strategier til effektiv anvendelse af digitale kanaler til at skabe en målrettet kommunikation og markedsføring.

Respondenterne peger samstemmende på et stort behov for at kandidaterne er velbevandrede i platforme og teknologier og alle respondenterne ser meget positivt på, at uddannelsen bliver længere, når den bliver 3½ år.

Det positive syn skyldes navnlig, at kandidaterne bliver mere modne og besidder en større viden. Respondenterne fra Würth og Ecooking pegede på en klar fordel i, at uddannelsen rummede et halvt års praktik sammenlignet med PBO-ens små 12 uger. PBA-ens længere praktikperiode vil, efter deres vurdering, øge overgangen til beskæftigelse.

Respondenten fra Ecooking ser positive perspektiver i, at man kan bevare kontakten til de studerende efter praktikken, når den studerende vender tilbage til "skolen" og læser specialefag og skriver sin bachelor. Respondenten mener samtidigt, at uddannelsens faglig4 profil er en gunstig ballast for iværksættere, der efter nogle år i beskæftigelse vil starte som selvstændig konsulent eller lignende.

Data og teknologier. Indeholder optimering og udvikling af e-commerce-forretningen ved brug af data og teknologier. Fagelementet fokuserer på implementering af datadrevne løsninger og nyeste teknologier for at opnå konkurrencefordel i e-commerce-landskabet

De fire virksomheder er meget forskelligt stillet. Asento, har data og teknologi som et væsentligt element i sin drift. Respondenten fra Asento siger utvetydigt, at den nuværende PBO er utilstrækkelig på det tekniske område, og de har etableret et indkøringsforløb i det tekniske for nyansatte og for praktikanter. Würth har egen -afdeling fokuseret på IT og teknologi. Både respondenterne fra Ecooking og Engel oplyste begge, at deres virksomheder er afhængig af købe sig til ekspertise hos bureauer.

Respondenterne fra Ecooking, Würth og Asento mener, at der vil nok stadig være plads til generalister, men at fremtiden bliver mere specialiseret og er for dem, "der virkeligt forstår det digitale" (Ecooking).

Sammenfatning af interview. Respondenterne fra de 4 virksomheder er meget positive overfor "PB i Ecommerce og digital marketing", og deres argumenter er i store træk ens. Respondenterne fremhæver den større faglige dybde og bredde, den længere praktik og praktikkens placering som særligt positive træk. Alle respondenter nævnte, at praktik spiller en betydelig rolle for rekruttering af nye medarbejdere.

Respondenten fra Engel afviger lidt fra denne opfattelse, idet deres største problem ikke er om ansøgere har en bachelor eller ikke. Det er slet og ret at få kvalificerede ansøgere. Respondenten mener, at en del af problemerne skyldes virksomhedens placering i Haderslev, hvilket giver lange transporttider med offentlig transport fra uddannelsesbyerne Kolding eller Sønderborg. Det har gjort det vanskeligt at få et bredt udvalg af praktikanter.

Respondenten fra Ecooking nævnte et tilsvarende forhold, idet han var bekendt med, at virksomheder i kanten af uddannelsesbyerne oplever problemer med at rekruttere nye medarbejdere og praktikanter qua begrænsningerne i den offentlige transport

Samlet konklusion

1. De adspurgte respondenter ser alle uddannelsen som vigtig for region og lokalområde, og de ser et stærkt stigende behov for kompetencer på netop disse områder.

2. IBAs spørgeskemaundersøgelse bekræfter, at der et meget positivt syn på uddannelsen, på at ansætte kandidater fra ”PB i E-commerce og digital marketing” og på at have praktikanter fra selvsamme.
3. Alle generelle tendenser og analyser peger på et stort uforløst digitaliseringspotentiale.
4. Alle generelle tendenser og analyser peger på et meget stort behov for et kompetenceløft indenfor digital marketing og e-commerce.
5. Analysen af jobannoncer peger på en støt stigende efterspørgsel på de kompetencer, som kandidaterne fra uddannelsen besidder.

Esbjerg d. 2/9 2024

Vedrørende IBA's udbud af en professionsbachelor i e-commerce og digital markedsføring:

En fuld professionsbachelor i e-commerce og digital markedsføring vurderes at ville påvirke optaget på markedsføringsøkonom i EASV i Esbjerg til en vis grad. Uddannelsen vil blive set som et alternativ for ansøgere til markedsføringsøkonom, da den dels indeholder fagområder, der er populære for tiden og dels, at det er en fuld bacheloruddannelse, hvilket nogle ansøgere vil finde attraktivt. Det tager 39 minutter at komme med tog fra Esbjerg til Kolding og der er allerede en del studerende, der pendler mellem de to byer uddannelsesmæssigt. Dette kombineret med f.eks. hybride undervisningsformer vil gøre det uproblematisk at læse i Kolding.

Generelt finder vi det uheldigt, at der udbydes flere forskellige uddannelser, der alle retter sig mod studerende, der ønsker at arbejde med salg og markedsføring. Med de faldende ungdomsårgange vil et større udbud af uddannelser kun i begrænset omfang tiltrække nye studerende, men det vil til gengæld udvande de eksisterende udbud med risiko for at disse må lukke. EASV er i forvejen ramt af vigende optag på lignende uddannelser i både Esbjerg og Sønderborg, og etablering af nye konkurrerende uddannelser kan betyde, at vi må lukke uddannelser. Samtidig mener vi, at tendensen med at lave flere rene professionsbacheloruddannelser er med til at ødelægge den traditionelle model på akademierne, hvor vi har 2-årige brede erhvervsakademiuddannelser med mulighed for specialiseret videreuddannelse på top-up udbud.

På EASV vil vi foretrække, at man i stedet for at lave nye udbud tilpasser de eksisterende udbud, så de matcher arbejdsmarkedets behov. I dette tilfælde kunne uddannelsen til markedsføringsøkonom tilpasses i forhold til nye digitale teknologier, og der kunne etableres specialeforløb på uddannelsens andet år i f.eks. e-commerce. Det vil være med til at sikre, at disse kompetencer når ud bredt i hele landet.

Med venlig hilsen

Henrik Larsen
Rektor

Uddannelses- og Forskningsministeriet

Kære Jeanette Lemmergaard

3. december 2024

Uddannelses- og Forskningsministeriet

Bredgade 40-42
1260 København K

Tel. 3392 9700
ufm@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1680 5408

Ref.-nr.
2024 - 53168

På baggrund af gennemført prækvalifikation af IBA Koldings ansøgning om godkendelse af nyt udbud er der truffet følgende afgørelse:

Godkendelse af udbud af professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing (Kolding)

Afgørelsen er truffet i medfør af § 20, stk. 1, i bekendtgørelse om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser (nr. 1558 af 2. juli 2021 med senere ændringer), og § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 271 af 22. marts 2014 om særlige betingelser for godkendelse af udbud af erhvervsakademiuddannelser, professionsbacheloruddannelser, akademiuddannelser og diplomuddannelser.

Da IBA Kolding er positivt institutionsakkrediteret, gives godkendelsen til umiddelbar oprettelse af uddannelsen.

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

Vedlagt i bilag er desuden følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen angående uddannelsens adgangskrav, titler, struktur, omfang, mv. Ved spørgsmål til afgørelsen eller følgebrevet kan Uddannelses- og Forskningsstyrelsen kontaktes på pkf@ufm.dk.

Med venlig hilsen

Christina Egelund

Bilag: 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen

2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen med uddannelsens grundoplysninger

Bilag 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen

Nr. C1 – Nyt udbud (Efterår 2024)			**Status på ansøgningen:** Godkendt	
Ansøger og udbudssted:	IBA Kolding (Kolding)			
Uddannelsestype:	Professionsbacheloruddannelse			
Uddannelsens navn (fagbetegnelse) på hhv. dansk/engelsk:	- E-commerce og digital marketing - E-commerce and Digital Marketing			
Titel, som uddannelsen giver ret til at anvende:	- Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Bachelor in E-commerce and Digital Marketing			
Hovedområde:	Det økonomiske område		**Genansøgning:**	Nej
Sprog:	Dansk	**Antal ECTS:**	210 ECTS	
Link til ansøgning på pkf.ufm.dk:	https://pkf.ufm.dk/flows/aadb35d3332d543ee0388658815f6433			
Link - UddannelsesGuiden	https://ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/oekonomiskmerkantileuddannelser/e-commerce-og-digital-marketing			
RUVU's vurdering på møde d. 1. november 2024	RUVU vurderer, at ansøgningen opfylder kriterierne som fastsat i bilag 4 i bekendtgørelse om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser (nr. 1558 af 2. juli 2021 med senere ændringer). RUVU har lagt vægt på, at der er foretaget en grundig aftageranalyse, og at aftagerne tilkendegiver en klar interesse i at tage praktikanter ind. Ansøgningen dokumenterer et behov blandt lokale og regionale aftagere om mere dybdegående og specialiserede kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring, som ikke kan honoreres tilstrækkeligt gennem den eksisterende overbygningsuddannelse i e-handel. Derfor finder RUVU det også positivt, at IBA Kolding vil lade den ansøgte professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing erstatte den nuværende overbygningsuddannelse i e-handel.			

Bilag 2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen

I forbindelse med godkendelsen af IBA Koldings nye udbud af e-commerce og digital marketing bemærker Uddannelses- og Forskningsstyrelsen, at uddannelsen tidligere er godkendt til udbud, og at uddannelsen er reguleret i bekendtgørelse nr. 495 af 22.maj 2024 om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser. Uddannelsens adgangskrav fremgår endvidere af bekendtgørelse nr. 56 af 10. januar 2024 om adgang til erhvervs-akademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

Det betyder, at hvis der måtte være uoverensstemmelser omkring det i ansøgningen anførte om uddannelsen og bekendtgørelsens regler, så er det de centralt fastsatte regler i ovenstående bekendtgørelser, som finder anvendelse f.eks. i forhold til titler, adgangskrav m.v.

Styrelsen gør opmærksom på, at uddannelsen skal følge de regler, som er fastsat om uddannelsen i den til enhver tid gældende uddannelsesbekendtgørelse og adgangsbekendtgørelse.

Udbudsgodkendelsen kan bortfalde efter § 16 i lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, jf. lovbekendtgørelse nr. 1343 af 10. december 2019.

Herudover har styrelsen noteret følgende:

Udbudssted:
Kolding.

Sprog:
Dansk.