



**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

**Prækvalifikation af videregående uddannelser - Professionsbachelor i
e-commerce og digital marketing**

Udskrevet 25. maj 2026

Professionsbachelor - Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy

Institutionsnavn: Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy

Indsendt: 16/09-2024 08:48

Ansøgningsrunde: 2024-2

Status på ansøgning: Godkendt

[Afgørelsesbilag](#)

[Download den samlede ansøgning](#)

[Læs hele ansøgningen](#)

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

København

Informationer på kontaktperson for ansøgningen (navn, email og telefonnummer)

Jon Olsen joao@cphbusiness.dk 30548874

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Professionsbachelor

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk

Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk

Bachelors 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?

Generelle adgangskrav

En af følgende:

- En gymnasial eksamen
- Relevant erhvervsuddannelse

Specifikke adgangskrav

Der gælder følgende specifikke adgangskrav:

- Gymnasial eksamen: Matematik B eller virksomhedsøkonomi B
- Relevant erhvervsuddannelse: Matematik B eller virksomhedsøkonomi B

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 erhvervsigte. Beskrivelsen må maks. fylde 1200 anslag

Ikke relevant da vi søger et udbud af en eksisterende uddannelse

Uddannelses struktur og konstituerende faglige elementer

Ikke relevant da vi søger et udbud af en eksisterende uddannelse

Begrundet forslag til takstindplacering af uddannelsen

Ikke relevant da vi søger et udbud af en eksisterende uddannelse

Forslag til censorkorps

Censorkorpset for handel og logisitk

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

PBA e-commerce og digital marketing - bilag.pdf

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

Aarhus Erhvervsakademi søgte om PBA e-commerce og digital marketing som ny uddannelse i 2023. I den forbindelse dokumenterede EAAA et nationalt behov for uddannelsen, som, vi vurderer, også dokumenterer et behov for uddannelsen i Region Hovedstaden i dag. For at underbygge den vurdering, har vi udarbejdet en mindre, målrettet behovsanalyse på baggrund af

- spørgeskemaundersøgelse med 96 besvarelser
- kvalitative interviews
- jobopslagsanalyse
- fokusgruppeinterviews med 44 e-handelsstuderende

I spørgeskemaundersøgelsen angiver 87%, at de vurderer, at der blandt virksomheder i København vil være behov for at kunne ansætte dimittender fra uddannelsen, 2% svarer, at de vurderer, der ikke er et behov, og 11% svarer ved ikke. Adspurgte om de vurderer, at det vil være relevant for deres egen virksomhed at ansætte en dimittend fra uddannelsen, svarer 64% i meget høj eller høj grad relevant, 27% svarer i nogen grad og kun 8% svarer i mindre grad relevant. 61% vurderer i øvrigt, at der både vil være behov for at udbyde den nye fulde PBA og den eksisterende PBA(O), 20% vurderer, at der kun vil være behov for at udbyde en af de to uddannelser mens 18% svarer "ved ikke".

I de kvalitative interviews vurderede alle 10 respondenter, at der er behov for at uddanne flere med kompetencer indenfor e-handel i Region Hovedstaden, ligesom alle ti vurderer, at uddannelsen modsvarer virksomhedernes behov. Otte respondenter vurderer i øvrigt, at der både er behov for den eksisterende PBA(O) og den nye fulde PBA.

Billedet af, at der er behov for uddannelsen, bekræftes i øvrigt af jobopslagsanalysen, der finder en stigning i opslåede stillinger med kompetencer indenfor e-handel og digital markedsføring.

Fokusgruppeinterviewene behandlede spørgsmålet om en fuld PBA overfor en PBA(O).

Uddybende bemærkninger

Som nævnt ovenfor tager denne ansøgning udgangspunkt i Århus Erhvervsakademis ansøgning om ny uddannelse fra 2023.

Her beskriver EAAA et arbejdsmarked i forandring, der blandt andet kommer til udtryk i regeringens digitaliseringsstrategi fra 2022, der skal være med til at fastholde Danmarks digitale førerposition, og som bliver udtrykt tydeligt af digitaliseringsministeren, der i januar 2023 udtalte, at "Vi vil se på mulighederne for, hvordan vi kan sikre de nødvendige digitale kompetencer i vores arbejdsstyrke, fx igennem uddannelse og ved at skabe lettere adgang til relevant, kvalificeret arbejdskraft" (EAAA's behovsanalyse 2023, side 2).

Ligeledes peger EAAA på World Economic Forums "Future of jobs report 2023", som konkluderer, at der kommer til at ske væsentlige ændringer på arbejdsmarkedet. 75% af virksomhederne vil adoptere e-commerce teknologi indenfor fem år. 36% af de danske virksomheder i 2022 sælger allerede online, enten gennem webshops, markedspladser og/eller EDI, men Dansk Industri forudser, at det vil stige til 75%. Tidligere var e-commerce kun relevant for handelsvirksomheder, men i dag, og endnu mere i fremtiden, er det relevant for virksomheder i mange forskellige brancher (<https://www.danskindustri.dk/vi-radgiver-dig/ecommerce/nyhedsarkiv/nyheder/2023/05/nyhed-2-75-har-e-commerce-indenfor-fem-aar>)

På samme måde peger EAAA i deres ansøgning på en analyse fra Dansk Industri fra 2022, der beskriver en forventning til vækst i online salg blandt danske virksomheder på 83% i de kommende år. Dette peger på, at der er et stort vækstpotentiale for virksomhederne i at satse mere på e-commerce og digital marketing, og at det særligt i de kommende år bliver nødvendigt for virksomhederne at sikre sig kompetente medarbejdere indenfor dette felt, hvis de skal få del i den ventede vækst.

Vi vurderer, at det behov, EAAA dokumenterede sidste år, fortsat er gældende. Samtidig vurderer vi, at ansøgningen fra Århus Erhvervsakademi også dokumenterede et behov for uddannelsen i Region Hovedstaden, som er den region i Danmark, der huser flest virksomheder, og hvor behovet for at kunne ansætte dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital marketing derfor må forventes at være størst.

Dette bekræftes bl.a. af ledighedstallene for dimittenderne fra vores PBA(O)-uddannelse i E-handel, hvor 1.-7. kvartalsledigheden for vores første årgang, der fuldførte i 2021, netop er blevet opgjort til 2,5% imod et landsgennemsnit på 8,8% for samme årgang.

For at underbygge antagelsen om, at det af Aarhus Erhvervsakademi dokumenterede behov i 2023 fortsat er gældende, har vi valgt at gennemføre en mindre, målrettet behovsundersøgelse for Region Hovedstaden.

Undersøgelsen består af en spørgeskemaundersøgelse, kvalitative interviews med virksomheder og interesseorganisationer, en jobopslagsanalyse samt otte fokusgruppeinterviews med studerende på den eksisterende PBA(O) i E-handel.

Formålet med undersøgelsen har primært været at dokumentere behovet for at kunne ansætte dimittender med kompetencer indenfor E-commerce og digital marketing, samt om dimittenderne fra den nye fulde PBA i E-commerce og digital marketing imødekommer det behov, der opleves. Derudover har vi med undersøgelsen ønsket at udrede forskellene på den eksisterende PBA(O) i E-handel og den nye, fulde PBA i E-commerce og Digital marketing med henblik på at kunne vurdere, om der er behov for at udbyde begge uddannelser, eller om den nye uddannelse i tilstrækkelig grad vil dække behovet.

Konklusion:

Behovsundersøgelsen dokumenterer et stort behov for uddannelsen PBA E-commerce og digital marketing i Region Hovedstaden, ligesom et stort flertal peger på, at der vil være behov for både at udbyde den allerede eksisterende 1½årige PBA(O) i E-handel og den nye fulde PBA i E-commerce og digital marketing.

I de kvalitative interviews udtrykker arbejdsgivere og interesseorganisationer et stort og voksende behov for praksisnært uddannede dimittender indenfor E-commerce og digital marketing. E-handel er et område i stor vækst i alle brancher, og stort set alle virksomheder, uanset hvad de sælger og uanset, om de sælger direkte til kunder eller om de sælger produkter og ydelser mellem virksomheder, er i gang med at vækste på online salg og markedsføring. Derfor er det en udfordring, at der kun udbydes én praksisnær, videregående uddannelse i Region Hovedstaden indenfor området. PBA(O) i E-handel dækker en del af behovet, men efterspørgslen er steget markant, og der er i dag behov for, at der også uddannes dimittender med mere specialiserede kompetencer indenfor E-commerce og digital marketing.

Dette bekræftes af spørgeskemaundersøgelsen, hvor 87% af respondenterne svarer, at der er behov for uddannelsen i regionen, og 64% vurderer, at det vil være relevant for deres egen virksomhed at ansætte en dimittend fra uddannelsen indenfor de næste par år. 62% svarer i øvrigt, at de vurderer, at deres behov for at ansætte medarbejdere med disse kompetencer de kommende år vil være stigende.

61% vurderer, at der vil være behov for at udbyde begge uddannelser.

I de kvalitative interviews spørges ind til dette, og respondenterne svarer, at der er behov for forskellige profiler i forskellige typer af virksomheder og i forskellige stillinger. Således vurderer respondenterne i de kvalitative interviews, at der vil være en større efterspørgsel efter dimittender fra overbygningsuddannelsen i mindre specialiserede virksomheder, hvor medarbejderen skal varetage mange forskellige funktioner, men der vil være behov for den mere specialiserede fulde PBA-dimittend i større virksomheder og virksomheder med et mere specialiseret medarbejderbehov. Dette gælder eksempelvis digitale bureauer og virksomheder med egen salgsafdeling med fokus på e-handel og digital markedsføring. Samtidig vurderer respondenterne i de kvalitative interviews, at det er vigtigt at opretholde et videreuddannelsesstilbud til dem, der tager en af de adgangsgivende erhvervsakademiuddannelser.

Endelig viser jobopslagsanalysen en vækst i antallet af jobopslag indenfor e-handel og digital markedsføring indenfor de sidste fem år, hvilket også bekræfter behovet for dimittender i regionen.

Analysens delelementer uddybes herunder:

Spørgeskemaundersøgelse

For at undersøge arbejdsgivernes oplevelse af behovet for at ansætte dimittender med kompetencer indenfor E-commerce og digital marketing samt deres vurdering af, om der fortsat er behov for at udbyde den eksisterende PBA(O) i E-handel, har vi gennemført en spørgeskemaundersøgelse i forsommeren 2024. Her har vi udsendt et spørgeskema til 213 tilfældigt udvalgte virksomheder, som indenfor de sidste fem år har haft praktikanter fra en af vores merkantile uddannelser, og som har mere end ti ansatte. Ud af de 213 virksomheder, som modtog et spørgeskema, har 106 påbegyndt besvarelsen og 96 har gennemført spørgeskemaet.

Spørgeskemaundersøgelsen bekræfter i høj grad, at det behov for uddannelsen i E-commerce og digital marketing, som Aarhus Erhvervsakademi dokumenterede i 2023, fortsat er gældende i Region Hovedstaden og viser, at der efter etableringen af den nye PBA i E-commerce og digital marketing fortsat vil være behov for at udbyde den eksisterende PBA(O) e-handel.

Ud af de ca. 100 respondenter svarer 47%, at de beskæftiger sig med information og kommunikation eller at de er et digitalt bureau, hvilket vil sige, at de arbejder specifikt med digital markedsføring. Af de resterende 53% er størstedelen beskæftiget med handel og transport (22%) eller kultur, fritid og anden service (14%). (Se bilag 1 figur 2)

Forventer øget konkurrence om dimittender

18% oplever ofte udfordringer med at rekruttere medarbejdere med de rette kompetencer indenfor e-handel og digital markedsføring og 47% oplever "somme tider" dette (Bilag 1 figur 4). Dette skal ses i sammenhæng med, at 62% angiver, at deres behov for at ansætte medarbejdere med disse kompetencer inden for de næste år vil være stigende eller meget stigende. Kun 3% vurderer, at behovet vil være faldende eller meget faldende, mens 35% vurderer, at det vil være uændret (Bilag 1, figur 5).

Dette betyder, at de virksomheder, der efterspørger disse kompetencer, indenfor de kommende år kan se frem til en markant øget konkurrence om kompetente medarbejdere, hvorfor der her vil opstå et behov for at uddanne flere med mere målrettede kompetencer, end tilfældet er i dag.

Oplever stort behov for uddannelsen

87% af respondenterne vurderer, at der blandt virksomheder i København vil være behov for at kunne ansætte dimittender fra den specifikke PBA E-commerce og digital marketing. 2% svarer, at de ikke vurderer, der vil være et behov, og 11% svarer "ved ikke" (Bilag 1, figur 7).

Ønsker selv at ansætte dimittender

Adspurgt hvor relevant det vil være for den virksomhed som respondenter repræsenterer at ansætte en dimittend fra uddannelsen, svarer 64% "i meget høj grad" eller "høj grad", 27% "i nogen grad" og 8% svarer "i mindre grad". Ingen svarer "slet ikke" (Bilag 1 figur 9).

Behov for begge E-handelsuddannelser

Adspurgt om der opleves et behov for både at have den nye fulde PBA i E-commerce og digital marketing og den 1½årige top op PBA(O) i E-handel, eller om der kun vil være behov for at udbyde en af de to uddannelser, svarer 61%, at der vil være behov for begge uddannelser, mens 20% vurderer, at der kun vil være behov for en af de to uddannelser. 18% svarer ved ikke (Bilag 1, figur 7a).

Kvalitative interviews

Som supplement til den kvantitative undersøgelse, har vi gennemført ti kvalitative interviews med tre interesseorganisationer og syv virksomheder, som alle har eller har haft praktikanter fra den eksisterende PBA(O) i E-handel:

- SMV Danmark
- Dansk Markedsføring
- Dansk Erhverv Digital
- Plutonic Media
- Matas
- Power
- Generaxion

- Represented by Bloggers Delight
- AdWise Media
- Spinnaker Nordic

Alle respondenter vurderer, at der er behov for mere specialiserede E-handelskompetencer i København, end dem de i dag kan få fra den eksisterende PBA (O) i E-handel, samtidig med at flere understreger, at det er vigtigt, at det er muligt at ansætte medarbejdere med kompetencer fra en praksisnær, ikke-akademisk uddannelse.

Alle respondenter vurderer, at Uddannelsen modsvarer det behov, der er på arbejdsmarkedet. Respondenterne ser det særligt som en fordel, at denne uddannelse kan gå mere i dybden med e-handel og digital markedsføring, så de studerende kan få en dybere teoretisk forståelse, samtidig med at uddannelsen er praksisnær. To virksomheder vurderer, at den primære læring kommer i praktikken, og at selve uddannelsen ikke er så afgørende. Her må det formodes, at virksomhederne ser det som en fordel, at praktikken på e-commerce og digital marketing er seks måneder, hvor den er tre måneder på e-handel.

Otte ud af ti respondenter vurderer, at der er behov for begge uddannelser. Dette begrundes med, at dimittenderne fra de to uddannelser, er målrettet forskellige jobtyper, forskellige virksomheder og/eller forskellige typer studerende. Flere peger på, at den nye, fulde PBA vil have en dybere faglighed, mens dimittender fra PBA(O) i E-handel har brede kompetencer, som vil være særligt relevante for mindre virksomheder og mindre specialiserede virksomheder.

Flere respondenter påpeger, at man i deres virksomhed vil kunne finde behov for dimittender fra begge uddannelser, fordi man ser profilerne forskelligt. Det er en vigtig pointe, at de to dimittender ikke ses som ens, men at de netop forventes at kunne udfylde forskellige opgaver og jobtyper.

En respondent vurderer, at det vil være bedst at fokusere på den nye, fulde PBA og dermed nedlægge den eksisterende PBA(O), mens en anden respondent vurderer, at den eksisterende 1½årige PBA(O) i tilstrækkelig grad dækker behovet. Dette er begrundet med, at dimittenderne altid skal læres op i virksomheden efter jobstart, og at det derfor ikke gør den store forskel, hvilken uddannelse dimittenden kommer med.

Alle respondenter bakker op om, at Cphbusiness etablerer et udbud af uddannelsen i København. Vi har vedlagt kort referat af de ti interviews i anonymiseret form (se bilag 2) samt anmodet branche- og interesseorganisationer om at udarbejde en skriftlig støttetilkendegivelse på vegne af den eller de brancher, de repræsenterer (Se bilag 3).

Fokusgruppeinterviews

For at undersøge de studerendes vurdering af deres uddannelse, og særligt hvordan de vurderer fordele og ulemper ved at gå på en top op uddannelse fremfor en fuld PBA, gennemførte vi otte fokusgruppeinterviews med i alt 44 nuværende studerende fra PBA(O) i E-handel.

Af disse interviews kommer det frem, at de studerende ser deres uddannelse som "et mix af en multimediedesigneruddannelse og en markedsføringsøkonom" forstået på den måde, at de studerende, der kommer fra en it-teknisk uddannelse som multimediedesigner oplever udfordringer ved de merkantile uddannelseselementer, men gentagelse ved de tekniske og omvendt.

Dette kom eksempelvis til udtryk ved, at markedsføringsøkonomerne ikke oplevede, at uddannelsen gav dem tilstrækkelig ny viden indenfor jura og internationalisering, mens multimediedesignerne ikke oplevede, at der blev bygget videre på deres viden om kodning og 3D-print.

De studerende, der kom fra helt andre fagligheder såsom logistikøkonom, handelsøkonom, e-designere, finansøkonomer og serviceøkonomer oplevede alle emner på uddannelsen som nye og som udfordrende.

Dette svarer udmærket til uddannelsens oprindelige sigte, hvor en dimittend kan få bygget en ny faglighed ovenpå sin eksisterende, men for alle studerende gælder det, at det kan være en udfordring i forhold til at få en mere dybdegående viden i forhold til de nye fælles fagfelter, som i dette tilfælde er e-handel og digital marketing.

Således underbygger denne beskrivelse også den pointe, som arbejdsgiverne tilkendegav i de kvalitative interviews, hvor det netop understreges, at en dimittend fra en erhvervsakademiuddannelse med en PBA(O) i E-handel vil kunne løse en række opgaver i virksomheden af mere generel karakter og forvente at kunne løse flere forskellige typer opgaver indenfor flere forskellige felter. En logistikøkonom med e-handelsoverbygning vil således både kunne løse opgaver i logistikafdelingen og i afdelingen fra salg og markedsføring, mens en dimittend fra den fulde PBA i E-commerce og digital marketing vil være mere specialiseret og have en dybere faglighed i forhold til e-handel, som vil være meget efterspurgt i særligt større virksomheder eller virksomheder med et mere specialiseret e-handelsbehov.

Jobopslagsanalyse

Som beskrevet ovenfor, har særligt vores spørgeskemaundersøgelse og vores kvalitative interviews vist, at der er et behov for at uddanne flere med mere dybdegående kompetencer indenfor e-handel. For at efterprøve dette med en anden, kvantitativ metode, har udarbejdet en jobopslagsanalyse ved hjælp af IBM Watson Explorer.

Siden september 2019 har Cphbusiness samlet alle jobopslag fra Danmarks største jobsøgningsmaskine JobSearch i en database, der kan analysere store mængder ustrukturerede data. Databasen bliver jævnligt opdateret med nye jobopslag.

For at finde jobopslag med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing har vi anvendt e-handels og digital marketing algoritmer, der er udviklet over tid og løbende opdateres.

I perioden fra 2019–2024 er andelen af jobopslag på landsplan indenfor e-handel og digital markedsføring gennemsnitligt steget med 4,3% om året (Bilag 4, figur 1).

Sammenligner man det faktiske antal af jobopslag på landsplan i september 2019 med antallet af jobopslag i maj 2024 er det en stigning på 69% (Bilag 4, figur 2).

I hovedstadsregionen ser vi den samme tendens. I hovedstadsregionen er andelen af jobopslag indenfor e-handel og digital markedsføring gennemsnitligt steget med 5,6% om året i perioden 2019–2024 og stigningen i faktiske antal jobopslag indenfor e-handel og digital markedsføring fra september 2019 til maj 2024 er steget med 34% (Bilag 4, figur 3+4).

I øvrigt finder vi på landsplan 207.365 jobopslag indenfor e-handel og digital markedsføring, heraf 85.738 i Region Hovedstaden, hvilket vil sige, at 42% af alle opslåede stillinger indenfor e-handel og digital markedsføring i periode 2019 – 2024 er opslået i Region Hovedstaden.

Dette vurderer vi i høj grad underbygger vores tese om, at de fleste jobs i denne branche befinder sig i Region Hovedstaden, og at den behovsafdækning Erhvervsakademi Aarhus gennemførte sidste år, som dokumenterede et behov for en ny uddannelse på landsplan, derfor også dokumenterer et behov i Region Hovedstaden, eftersom størstedelen af de opslåede jobannoncer vedrører stillinger i hovedstadsområdet.

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

Vi forventer at optage to hold á 35 studerende pr. 1. august 2025

For at vurdere, hvor stort behovet er, har vi lavet et træk på virksomhedskoder i Region Hovedstaden på følgende brancher:

- Handel
- Transport
- Hoteller og restauranter
- Information og kommunikation
- Finansiering og forsikring
- Ejendomshandel og udlejning

- Rejsebureauer, rengøring og anden operationel service

Indenfor disse brancher var der i 2022 i alt 84.775 virksomheder i regionen (Se bilag 5, træk fra DSI).

Ud fra et forsigtighedsprincip antager vi, at 10% af disse virksomheder indenfor de næste par år vil opleve behov for at ansætte uddannet arbejdskraft indenfor E-commerce og digital marketing.

Således ser vi, i vores dækningsområde, 8.477 virksomheder, som indenfor en kort årrække vil opleve behov for at ansætte en dimittend med kompetencer fra den nye uddannelse.

Baseret på vores spørgeskema vurderer vi, at ca. 60% af disse vil finde uddannelsen PBA i E-commerce og digital marketing relevant i forhold til deres virksomhed.

Således vurderer vi, at ca. 5.000 virksomheder indenfor en kortere årrække vil efterspørge en eller flere dimittender fra uddannelsen.

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

Indledningsvist blev uddannelsen drøftet i uddannelsesudvalget for Salg og Markedsføring på Cphbusiness, som blandt andet består af repræsentanter fra følgende:

- Unique Human Capital
- Gustaf Fagerberg
- Werd
- Managing Partner
- Business Danmark
- HK
- Dansk Erhverv Digital
- DEA

Herefter har vi gennemført et spørgeskema med ca. 100 besvarelser fra relevante virksomheder i vores dækningsområde, ligesom vi har gennemført interviews med tre interesseorganisationer og syv virksomheder:

- SMV Danmark
- Dansk Markedsføring
- Dansk Erhverv Digital
- Plutonic Media
- Matas
- Power
- Generaxion
- Represented by Bloggers Delight
- AdWise Media
- Spinnaker Nordic

Endelig har vi gennemført fokusgruppeinterviews med studerende på den eksisterende 1½årige PBA(O) i E-handel, samt haft kortere dialoger med repræsentanter fra PROSA, HK og Dansk Industri, som også har indsendt støtteerklæringer.

Herudover er ansøgningen baseret på EAAA's ansøgning fra 2023, som også inddrager en lang række virksomheder og interessenter i afdækningen af det nationale behov, herunder behovet i Region Hovedstaden.

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

I ansøgningen om ny uddannelse fra 2023 skriver Erhvervsakademi Aarhus, at det særlige ved uddannelsen er at det er en hybrid imellem it-uddannelse og en merkantil uddannelse fra start til slut. En uddannelse med en kombination af to fagligheder.

Målet med integrationen af faglighederne er at uddanne de faglige specialister/generalister som virksomhederne og interesseorganisationerne efterspørger.

Når man kombinerer to fagligheder, vil der være mange beslægtede uddannelser. Dog er der ingen uddannelser, der har det særlige fokus på e-commerce og digital marketing, hvorfor der heller ikke er andre uddannelser, der giver de studerende de samme kompetencer, indenfor uddannelsens fokusområde.

I de uddybende bemærkninger nedenfor samt i bilag 6, er de vigtigste beslægtede uddannelser beskrevet.

Uddybende bemærkninger

Århus Erhvervsakademi beskriver i sin ansøgning om ny uddannelse fra 2023 de beslægtede uddannelser således:

De beslægtede uddannelser i relation til uddannelsen, er primært uddannelser der beskæftiger sig med merkantile fagligheder eller informationsteknologi.

Markedsføringsøkonom

Uddannelsen har nogle af de samme merkantile fagelementer, men de studerende får en bred indføring i faglighederne, frem for en dyb. Samtidig er der, som nævnt i behovsanalysen, siden 21-22, en del, primært tekniske, fagligheder der ikke dækkes på markedsføringsøkonom. Der er ikke særskilt fokus på digitale(it/tekniske) fagelementer.

Denne uddannelse udbydes i dag i København og i Lyngby. Udbuddet i Lyngby er allerede under nedlukning, og vi planlægger at reducere optaget i København med to hold i sammenhæng med, at vi opretter et udbud af PBA e-commerce og digital marketing i København.

Multimediedesigner

Uddannelsen har, som markedsføringsøkonom, nogle af de samme fagelementer. Her er det dog kun de tekniske og ikke de merkantile. Og denne uddannelse er også en bred uddannelse, hvor de ikke går i dybden med faglighederne.

Denne uddannelse udbydes i dag af Cphbusiness i Lyngby og i København af KEA. Efter sommeren 2025, hvor Cphbusiness og KEA forventes at være fusioneret, vil vi tage stilling til den samlede uddannelsesportefølje, optag, udbudssteder og lignende.

Handelsøkonom

Uddannelsen har nogle af de samme merkantile fagelementer, men de studerende får en bred indføring i faglighederne, frem for en dyb. Samtidig er der, som nævnt i behovsanalysen fra Aarhus Erhvervsakademi, side 21-22, en del, primært tekniske fagligheder, der ikke dækkes på handelsøkonom. Uddannelsen har kun 60 ECTS faglige elementer. Det resterende er praktik og afsluttende projekt, så der er ikke mulighed for at gå i dybden med faglighederne. Der er ikke særskilt fokus på digitale fagelementer.

Denne uddannelse udbydes i dag af Cphbusiness i Hillerød og København.

PBO-e-handel

Uddannelsen er en top-up bachelor og bygger ovenpå EAK uddannelser. Uddannelsen giver en grundig indføring i e-commerce, men der er ikke plads til at man på uddannelsen kan dykke ned i fagligheder og det er derfor alene muligt at lave et generalistspor.

Denne uddannelse udbydes i dag i København af Cphbusiness med to hold. I forbindelse med etableringen af det nye udbud af PBA e-commerce og digital marketing i København, planlægger vi at flytte det ene af de to hold til Hillerød.

PBO i digital konceptudvikling

Uddannelsen bygger ovenpå multimediedesigner eller en anden EA-uddannelse. Uddannelsen har fokus på udvikling af koncepter indenfor digitale platforme. Uddannelsen har fokus på virksomhedens kreative processer, hvor fokus på PBA er på det forretningsmæssige/tekniske.

Denne uddannelse udbydes i dag i København af KEA.

Herudover findes der uddannelser på kandidatniveau, som dog mangler det praksisrettede element, som virksomhederne i høj grad efterspørger, ligesom dimittenderne fra de lange videregående uddannelser ofte enten mangler forretningsforståelse eller teknisk indsigt.

Aarhus Erhvervsakademi henviser til et bilag, hvor disse uddannelser er detaljeret beskrevet. Dette bilag er vedlagt denne ansøgning med enkelte tilføjelser som bilag 6.

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

EAAA beskriver det primære rekrutteringsgrundlag som værende studenter/udlærte fra ungdomsuddannelserne, der ønsker en uddannelse på professionsbachelorniveau med interesse for forretningen og specifikt e-commerce og digital marketing.

Rekrutteringsgrundlaget udgøres af ansøgere fra hele Region Hovedstaden med en gymnasial/ anden adgangsgivende eksamen eller en erhvervsuddannelse.

På Cphbusiness vurderer vi ikke, at etableringen af den nye uddannelse vil få nævneværdige konsekvenser for optaget på beslægtede uddannelser. Vi forventer dog en mindre nedgang i ansøgetallet til Markedsføringsøkonom og PBA(O) i International Handel og Markedsføring, hvorfor vi har besluttet i sammenhæng med oprettelsen af denne uddannelse i København at reducere optaget på EAK Markedsføringsøkonom med to hold samt flytte et af vores to hold på PBA(O) e-handel fra København til Hillerød.

Beskriv kort mulighederne for videreuddannelse

Som beskrevet i EAAA' ansøgning om ny uddannelse fra 2023, vil dimittenderne fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing kunne videreuddanne sig på kandidatuddannelser indenfor marketing og IT, fx cand ITKO.

Der er ligeledes videreuddannelsesmuligheder med kandidatuddannelser indenfor teknologibaseret forretningsudvikling, hvis dimittenden ønsker en forretningsudviklingsvej.

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

2025 og 2026: 2 hold a 35 + 10%= 77 studerende

2027: 3 hold a 35 + 10%= 115 studerende

Da vi oplever, at flere studerende afslår pladsen, ønsker vi at optage 10% flere, end der er pladser.

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

Behovsundersøgelsen viser en stor interesse for at tage studerende i praktik fra denne uddannelse.

Alle syv virksomheder, der er interviewet til denne undersøgelse, er interesserede i at tage studerende i praktik, og i spørgeskemaundersøgelsen svarer 76% af respondenterne, at det i meget høj eller høj grad vil være relevant for dem at tage studerende i praktik. 22% svarer, at det i nogen grad vil være relevant og 5% svarer i mindre grad. Ingen har svaret, at det slet ikke er relevant for dem at tage praktikanter fra uddannelsen (Bilag 1, figur 8)

Herudover har Cphbusiness omfattende erfaring med at finde praktikvirksomheder til studerende, da alle vores fuldtidsuddannelser har obligatorisk praktik. Mange af de virksomheder, der i dag tager praktikanter fra vores andre uddannelser, ville også være relevante praktikvirksomheder for studerende på PBA e-commerce og digital marketing.

Vi vurderer, at der ikke vil være udfordringer med overlap mellem praktiksteder for e-commerce og digital marketing og andre uddannelser i regionen, da praktikanterne på denne uddannelse ville skulle varetage andre typer af opgaver i virksomhederne.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

I dag optager vi to hold om året på uddannelsen PBA (O) e-handel og 15 hold på EAK Markedsføringsøkonom i København.

I forbindelse med etableringen af et udbud af PBA e-commerce og digital marketing i København, planlægger vi at flytte det ene af de to hold i PBA(O) e-handel til Hillerød.

Samtidig planlægger vi at reducere optaget på EAK Markedsføringsøkonom i København med to hold. Således vil vi reducere det samlede optag i København og udvide optaget i Hillerød, hvor der også er meget stor efterspørgsel på kompetencer indenfor e-handel, ligesom der mangler videreuddannelsesmuligheder til de erhvervsakademiuddannelser, der udbydes der.

Med denne løsning vurderer vi, at vi kan imødekomme udfordringer med at uddanne nok dimittender på rette niveau i Hillerød, ligesom vi regner med at imødekomme en stigning i ledigheden på vores merkantile uddannelser, som vi kan se i vores statistikker. Lige nu har vi en meget lav 4.-7. ledighed på PBA(O) e-handel, men vi kan se, at dette tal vil stige lidt i de kommende opgørelser. Samtidig viser vores spørgeskemaundersøgelse, at behovet for at ansætte indenfor dette område vil være stigende de næste fem år, og en stor overvægt af de adspurgte svarer, at de vurderer, at der vil være behov for begge uddannelser i regionen.

Dette har ført til en overvejelse af, hvordan det samlede uddannelsesbillede skal justeres på sigt. Vi vurderer, at en nedgang i optaget på markedsføringsøkonom og en etablering af en fuld PBA i København samt en opdeling af de to hold i e-handel vil imødekomme virksomhedernes efterspørgsel på mere målrettede kompetencer, samtidig med at vi fortsat uddanner dimittender til de mindre virksomheder, som har behov for bredere kompetencer.

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

Ja

Status på ansøgningen

Godkendt

Ansøgningsrunde

2024-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev C2 Professionsbachelor E-commerce og digital marketing CBA.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

Bilagssamling

Bilag 1: Spørgeskemaundersøgelse PBA e-commerce og digital marketing

Bilag 2: Resume af kvalitative interviews

Bilag 3: Støtteerklæringer fra brancheorganisationer – samlet

Bilag 4: Jobopslagsanalyse e-commerce og digital marketing

Bilag 5: Udtræk fra statistikbanken – virksomheder i region hovedstaden

Bilag 6: Oversigt over beslægtede uddannelser

Bilag 7: Høringssvar fra KEA

Bilag 1

Spørgeskemaundersøgelse – PBA e-commerce og digital marketing

Spørgeskemaundersøgelse om behovet for PBA E-commerce og Digital Markedsføring

Introttekst i mail:

På Cphbusiness har vi siden 2019 udbudt den 1½ årige top op PBA i E-handel.

Dimittenderne fra den nuværende PBA i e-handel er eftertragtede på arbejdsmarkedet, og der er stort set ingen ledighed blandt de nyuddannede. Dette skyldes selvfølgelig, at der er behov for de kompetencer, som uddannelsen giver, på arbejdsmarkedet, men er også et udtryk for, at det er den eneste videregående uddannelse, der giver de studerende praksisnære kompetencer til at arbejde inden for e-handel og digital marketing.

Vi oplever dog, at det kan være en udfordring med den 1½ årige top op bacheloruddannelse, at de studerende kommer fra meget forskellige grunduddannelser, der ikke nødvendigvis giver dem kompetencer til at arbejde med e-handel og digital marketing. Det betyder, at dimittenderne kommer ud med meget forskellige kompetencer, og at uddannelsen ikke er lang nok til at specialisere de studerende indenfor hverken e-handel eller digital markedsføring.

Derfor ønsker vi at styrke de studerendes kompetencer ved at udbyde den nye 3½-årig bacheloruddannelse i E-commerce og digital marketing.

Denne nye uddannelse indeholder både merkantile og tekniske fagelementer, som gør det muligt for de studerende at vælge mellem at blive specialister eller generalister. For alles vedkommende gælder dog, at de i deres samlede uddannelsesforløb vil være mere målrettet e-handel og digital markedsføring end det i dag kan lade sig gøre med den 1 ½ årige overbygningsuddannelse.

På uddannelsen får de studerende fag som:

- Forretningsforståelse, driftsøkonomi, digital forretningsforståelse samt projektstyring
- Marketing, customer experience, digital marketing samt content marketing
- Webteknologi, E-commerce teknologi, UX & CRO, dataanalyse samt e-eksport

Specialisering

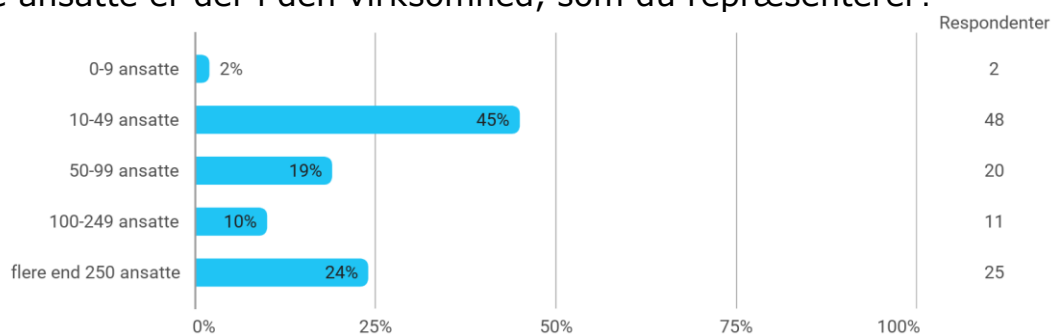
På 4. og 6. semester skal de studerende specialisere sig og får mulighed for at vælge 6 specialiseringsfag. Specialiseringerne tager udgangspunkt i aktuelle behov inden for branchen og kan fx være:

- Sociale medier (Organisk og betalt)
- SEO (søgemaskineoptimering)
- Influencermarketing
- E-mail marketing
- Paid search (annoncering)
- Online markedspladser
- Branding og kreativ eksekvering

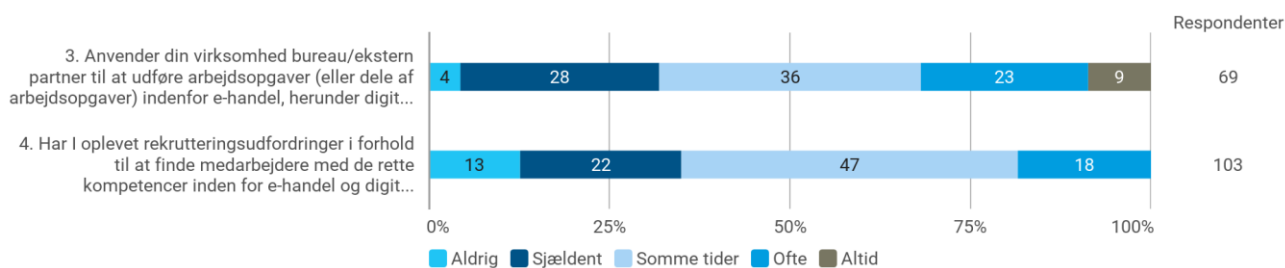
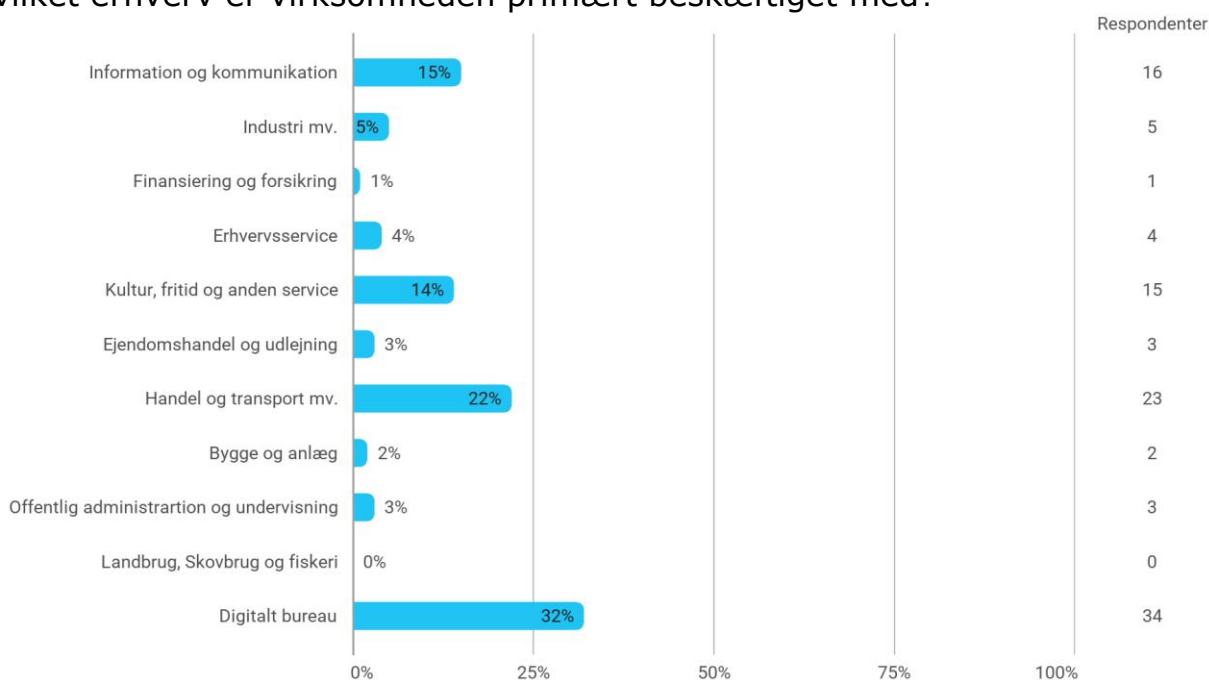
Tak for fordi du vil besvare vores spørgeskema om behovet for at udbyde PBA i E-commerce og Digital Marketing, som er en ny, fuld professionsbachelor i e-handel og digital markedsføring, i København.

De første spørgsmål handler om den virksomhed, som du repræsenterer.

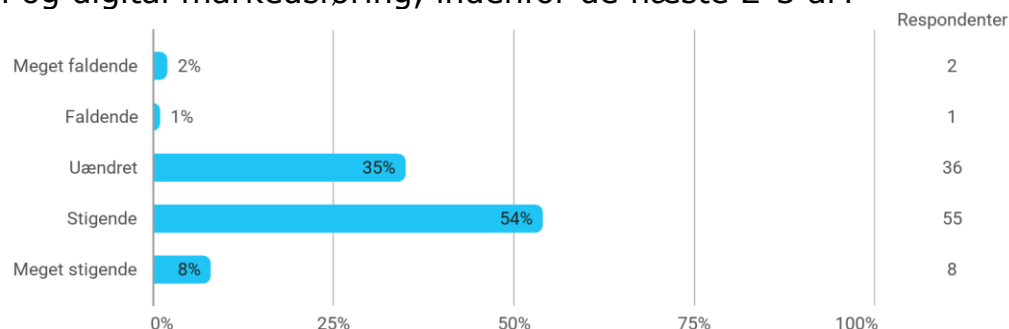
1. Hvor mange ansatte er der i den virksomhed, som du repræsenterer?



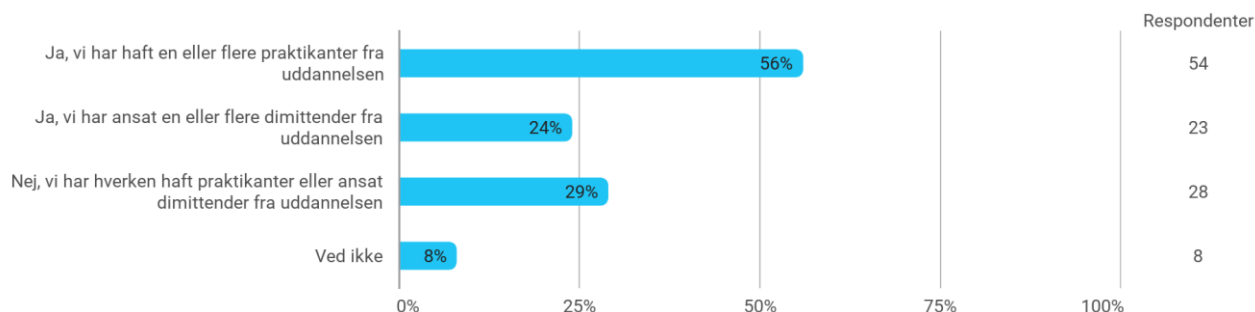
2. Hvilket erhverv er virksomheden primært beskæftiget med?



5. Hvordan er jeres behov for at ansætte medarbejdere med kompetencer indenfor e-handel og digital markedsføring, indenfor de næste 2-3 år?



6. Har jeres virksomhed haft berøring med den eksisterende 1½ årige top op uddannelse i e-handel, enten ved at tage praktikanter fra uddannelsen eller ved at ansætte dimittender fra uddannelsen? (gerne flere svar)



De næste spørgsmål handler om den specifikke PBA i E-commerce og Digital Marketing.

PBA E-commerce og Digital Marketing er en fuld 3½ årig professionsbacheloruddannelse, som giver kompetencer inden for digital forretningsudvikling, e-handel og markedsføring.

De studerende får bl.a. viden om digitale forretninger og deres kunder, samt hvordan man udvikler, optimerer og skaber synlighed på webshops.

Den færdiguddannede kan fx arbejde i virksomheder som e-handelsassistent eller marketingmedarbejder eller på digitale bureauer som SEO- eller SoMe-specialist.

Uddannelsens indhold

De studerende får specialiseret viden om, hvordan man skaber synlighed af virksomheder ved hjælp af fx nyhedsbreve, sociale medier og digitale kampagner, og de lærer bl.a. at redigere, analysere og producere webindhold.

Uddannelsen indeholder fag som:

- Digital forretningsforståelse
- E-handelsteknologier
- Digital marketing
- Webanalyse
- Customer Experience

- Driftsøkonomi
- Content Marketing

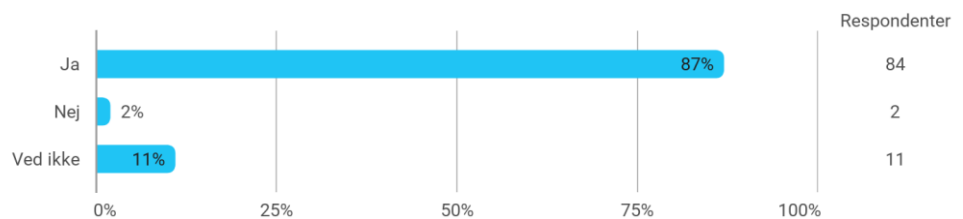
Specialisering

På 4. og 6. semester skal de studerende specialisere sig. Specialiseringerne tager udgangspunkt i aktuelle behov inden for branchen og kan fx være:

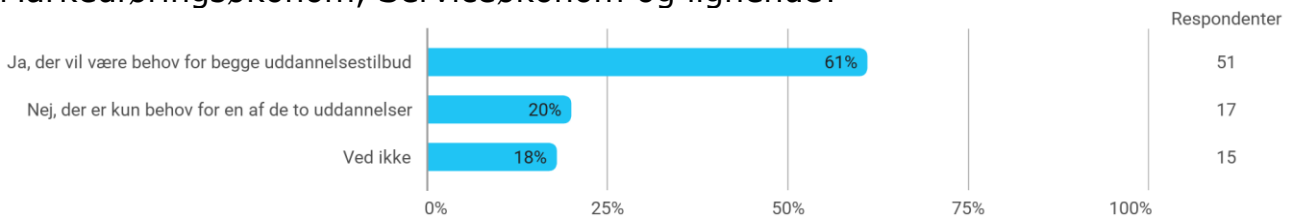
- Sociale medier
- SEO (søgemaskineoptimering)
- Influencermarketing
- B2B-marketing
- Annoncering

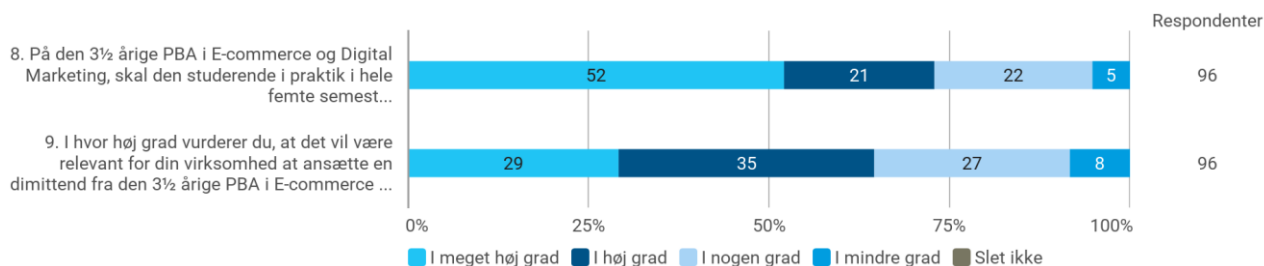
I forhold til den 1½ årige overbygningsuddannelse i e-handel, hvor de studerende læser videre efter at have gennemført en erhvervsakademiuddannelse som markedsføringsøkonom, handelsøkonom eller lignende, får de studerende på den fulde PBA i E-commerce og Digital Marketing dybere og mere fokuserede kompetencer indenfor e-handel og digital markedsføring.

7. Vurderer du, at der blandt virksomheder i København vil være et behov for at kunne ansætte dimittender fra den 3½ årige PBA i E-commerce og Digital Marketing?



7a. Hvis den nye 3½ årige uddannelse i E-commerce og Digital Marketing etableres i København, vurderer du så, at der vil være behov for fortsat at have et udbud af den gamle 1½ årige top op uddannelse, som et videreuddannelsestilbud til dimittender fra uddannelser som Handelsøkonom, Markedsføringsøkonom, Serviceøkonom og lignende?





Mange tak for at besvare vores spørgeskema.

Det er en stor hjælp i forhold til at vurdere, om der er behov for et udbud af uddannelsen i København, og på sigt et vigtigt element i vores ansøgning til ministeriet.

Hvis du har yderligere kommentarer vedrørende behovet for e-handelskompetencer, er du meget velkommen til at skrive her.

- Har selv først læst designteknolog også top-up efter. Som elev ville jeg synes, det var rart at have det samlet, så man ikke skulle stresses over at komme ind på top-up!

Som virksomhed er jeg sikker på, at det kun bliver endnu bedre med praktikforløbene. Vi er meget tilfredse med praktikanter fra jer!

- Overvej et modul om influencer marketing, da de i stigende grad bidrager til en enorm omsætning i mange e-commerce virksomheder. At forstå hvordan man udvælger creators, forhandler, sikrer en positiv ROI osv er essentielt. Jeg eller en kollega byder gerne ind på opgaven. Mvh Marie Klee: <https://www.linkedin.com/in/marie-klee/>
- Jeg synes især det er vigtigt at uddannelserne går i dybden med tracking og data (min fornemmelse er at det tidligere kun er meget kort berørt emne). Det er enormt vigtigt med kompetencer der både kan opsamle data (korrekt), forstår lovgivning og de tekniske muligheder ift. tracking, og som kan analysere disse data og vurdere business impact.
- Det er 100% den rigtige retning.
- Vi elsker at få kompetente praktikanter fra Cphbusiness, så lad os endelig opnå flere muligheder med denne idé.
- Praktikperioden i kbh er simpelthen for kort. for 3 mdr. er investeringen ift. udbytte for lille, og praktikanten, forlader stort set virksomheden i samme moment, som den bliver klar til at udføre rigtig udfordrende arbejde.
- Super fint at lave en base-level forståelse inden for digital marketing, men som branchen står, er det et dynamisk felt hvor at den nyeste viden tit bliver fanget hands-on.

Vores prioritet i praktikanter/ansættelser er derfor mere eller mindre en bredere forståelse for tal, data og konsulent-egnede egenskaber såsom service, excel- og powerpoint-færdigheder og selvfølgelig et nysgerrigt sind. Om uddannelsen hedder det ene eller andet er ikke nær så relevant, da de får en stærk onboarding uanset.

- Vi oplever at studerende med digitale kompetencer er dygtige, men ofte mangler at koble to vigtige ting. For det første en solid forretningsforståelse og dernæst at koble forretningen til en konkret marketing struktur. Helt konkret handler det om praktiske metoder og værktøjer til opbygge en digital marketinginfrastruktur med funnel, mål, budget, målepunkter, dataopsamling, valg af software og lignende.

- Der er behov for mere fokus på forretningsforståelsen og især dataforståelse fra gængse analyseværktøjer. Endvidere hardcore digitale marketing kundskaber, som kan arbejde i fx Googles værktøjer.

SEO kundskaber er et kæmpe plus - men vigtigt, at I holder uddannelsen opdateret og følger med markedet. Området udvikler sig hele tiden, og man kan være nervøs for, at I bliver for låst på teorien.

Vi har ikke brug for folk med SoMe kompetencer eller influencer marketing. De profiler er der uhyre mange af på jobmarkedet.

- Overvej om I skal have eksterne oplægsholdere fra bureauerne ud og supplere undervisning for at sikre at den nyeste viden kommer med inden for de digitale discipliner.

I Transact stiller vi gerne med oplægsholdere/undervisere i flere af de omtalte fagområder.

- Hele e-handelsdelen er ikke interessant for vores virksomhed. Den digitale markedsføring mere bredt, vil dog være relevant for alle virksomheder.
- Et input ift praktikperiode. Jeg oplevede at jeres praktikperiode er kortere end universitetsstuderende.
I bureaubranchen laver vi ofte praktikprogrammer, og her havde vores praktikant fra CphBusiness et kortere forløb end vores øvrige praktikanter, hvilket var lidt en administrativ udfordring for os.
- Det er utroligt vigtigt at AI bliver en del af uddannelsen. AI kommer til at overtage mange af de klassiske marketing opgaver på sigt og derfor skal man i digital marketing kunne tilpasse sig og udnytte teknologien for at være relevant
- I skal lære de studerende hvordan man arbejder på et kontor. Basics som intern kommunikation på mail / slack / kalender - det bør være et minimum.

I kan overveje strategi i undervisningen. Det bliver lidt for meget fokus på de enkelte discipliner. Den røde tråd mangler.

Og til sidst vil jeg foreslå at I bruger min bog i undervisningen: <https://helpmarketingbogen.dk/> det gør andre institutioner. Vi laver altid en fin studerende pris.

- Super initiativ. Jeg håber, at man involverer flere af de virksomheder der har ansat jeres studerende (som vores) til løbende at være med til at evaluere læringsmål for de studerende. Det gør de bl.a. hos Erhvervsakademi Aarhus, og det virker smart til at sikre at I uddanner til job efterfølgende.
Samt har vi to gange nu ikke kunne blive en del af jeres praktikdag til trods for, at vi har vist interesse indenfor 1 time. Jeg håber, at de virksomheder som er der på dagen ansætter praktikanterne fuldtid efterfølgende, så man sikrer de bedste forudsætninger for de studerende.
Mvh. Mikkel V. Andersen, Brand by Hand
- Alle jeres uddannelser har fine kandidater, at tage i betragtning til et digitalt marketing bureau.

Der er fordele/ulempes ved, at det både er længevarende og kortere.

Dem på kort uddannelse, vil man have mulighed for at ansætte som deltid efter praktik, da de højst sandsynligt læser videre.

Dem som er i deres afsluttende uddannelse, vil man have mulighed for at ansætte på fuldtid efter praktik, da de er færdige.

Dem tidligere i studiet er selvfølgelig lidt mindre moden og erfaren, kontra dem som har prøvet praktik og er lidt ældre.

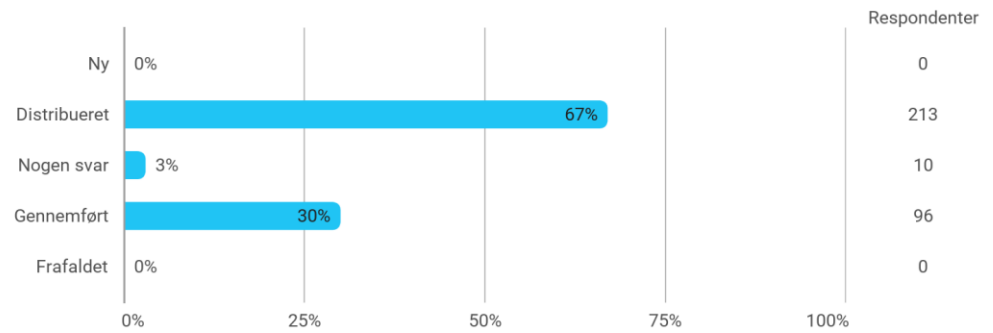
Hvor længe de læser er ikke så afgørende for os, da de alligevel skal lære det meste, når de kommer ud i den virkelige verden. Men længere uddannelse giver selvfølgelig også lidt mere

balast.

Praktikperioderne synes jeg dog bør være længere.

Dengang jeg selv læste hos jer (mange år siden) var jeg i praktik i 6 måneder. Det er markant længere tid til at få nogen integreret i en virksomhed, give dem ansvar og lære dem kompetencerne, som man gerne vil have i en fuldtidsmedarbejder. Der er kortere tid nu, hvilket gør, at det er sværere at tildele ressourcer og kræfter det kræver fra vores side til at lære dem mest muligt.

Samlet status



Bilag 2

Resume af kvalitative interviews - anonymiseret

Resume af kvalitative interviews

Anonymiseret

Interview 1

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Det er i princippet let nok. Men kun hvis vi har gjort vores forarbejde godt nok. Altså, at vi er meget præcise i vores jobopslag mht. hvad det er af konkrete skills vi kigger efter. Vi ser ikke på uddannelsesniveau generelt, men mere på hvilke fag ansøgerne har. Det er afgørende for, om de kommer til jobsamtale. Kandidater er normalt selvskevne til interviews, men vi kigger så efter hvilke fag de kommer med i bagagen før vi vælger endelig ud til jobsamtale. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Det vil give rigtig god mening at have en uddannelse med mere fagligt input. Specielt fordi vi nu går ind i en tidsalder med AI som aktiv del af vores forretning. Så jo mere AI de er klædt på med, jo gladere vil vi typisk være. Men igen, det ville være alfa og omega for os, hvilke relevante fag den nye uddannelse sammensættes af, fordi vi jo i den grad kigger efter hvilke fag der kan bruges i vores virksomhed. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Umiddelbart ja, men det kan jo nok være forskelligt fra virksomhed til virksomhed. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Den ene bliver jo noget mere fagtung og hvor top-up'en kan måske være mere relevant for mindre virksomheder som ikke har behov for den større specialisering. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Det der betyder meget for os, er at de studerende har en god forretningsforståelse. Altså kan se helheder og argumentere for deres valg af tekniske forslag. Ofte er det svært for de unge mennesker. De er rigtig dygtige til tekniske løsninger, men knap så gode til at se helheden i det, og dermed hvordan noget forretningsmæssigt hænger sammen. |

Interview 2

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Det kan være svært hos os [redacted] så det er nok mere et spørgsmål om vores fysiske lokation end det er hvem vi er. Der er mange der viser interesse - men ikke nødvendigvis for at arbejde her i Nordsjælland. Men vi må så sige, at vi normalt ikke har nogen som helst problemer med at skaffe praktikanter. Behovet er der helt sikkert, og der er jo rift om de dygtigste af dem. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Det gør den. Men man skal nok konstant være OBS på, om det der undervises i er tidssvarende. Det er jo almindelig kendt, at forholdene på det digitale område går rigtig hurtigt, så det der undervises i i dag, måske er outdated om et år. Så det bliver en udfordring at holde tingene up to date. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Det vil jeg mene, men nok afhængig af hvilken branche du kommer fra. I vores virksomhed er der behov for begge typer. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Den 3 ½ årige bliver mere faglig rettet. Og det kan være en god ting. Det jeg gerne så er at den længere uddannelse fokuserer endnu mere på, er områder som forretningsforståelse, forståelse for anvendelse af data, samt projektledelse. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Generelt er det nogle rigtig gode praktikanter vi får fra jeres skole. I skal dog også fremover være mere fokuseret på GDPR forhold og cyber security - det er noget der i den grad påvirker os for tiden. |

Interview 3

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Det er meget forskelligt i forhold til vores medlemsvirksomheder, og dermed meget afhængigt af den branche de måtte befinde sig i. Så nogle brancher har bestemt lettere ved det og nogle brancher er også betydelig mere digitaliseret end andre. Nogle af dem der f.eks. har svært ved at være digitale, er byggebranchen, og mange små/mellemstore håndværksvirksomheder har tit en forholdsvis mindre grad af digitalisering. Så der er bestemt store dele af vores medlemsvirksomheder som har brug for kompetente e-handlere og digitale markedsføringsspecialister. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Det jeg kan se der er behov for blandt vores medlemsvirksomheder er en stor opdatering i deres cybersikkerhed. Og jo, e-commerce + digital marketing er også relevante områder, men lige nu og i den overskuelige fremtid er der stort behov for at vores virksomheder bliver bedre til cybersecurity. Og her har I måske et vigtigt job i at formidle overfor vores medlemmer da I jo ofte sigter på SMV'er. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Måske er der nok behov for begge. Men jo dyrere en kandidat fra jeres side bliver, jo sværere bliver det for vores medlemsvirksomheder at kunne rekruttere blandt jeres kandidater. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Det har jeg ikke umiddelbart fundament for at kunne vurdere. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Altså, da mange af vores medlemsvirksomheder jo ikke er digitalkompetente, er det klart en god ting at kunne rekruttere blandt jeres kandidater. Men, som tidligere nævnt, jo dyrere jeres kandidater måtte blive ifm udvikling af uddannelsen, jo sværere bliver det for mine medlemmer at rekruttere blandt jeres dimittender. |

Interview 4

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Både og som det ser ud nu. Hvis man har et godt brand, tiltrækker man automatisk en række kandidater til de jobs der er. Og det har vi, konstaterer vi. Men det er jo et marked der pt. udvikler sig nærmest eksponentielt ift. hvad der kræves af nye kandidater. Udviklingen går så hurtig, at det kan være svært at få egentlig kvalificerede kandidater. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Det vigtigste for os er, at de har en tilpas lang praktikperiode af minimum 3-6 mdr. Vi oplever, at de faktisk får mest praktisk erfaring (af gode grunde) når de er i praktik. Og det vi faktisk har behov for er det vi selv oplærer dem i. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Som vi oplever det pt. er vi udmærket tilfreds med den eksisterende uddannelse. Netop fordi min pointe er, at den vigtigste læringsproces i deres uddannelsesforløb er, når de er i praktik. I praktikken oplærer vi dem i det der er mest anvendelig set fra vores perspektiv. At de selvfølgelig har indsigt i en digital virksomheds operationelle behov er jo en forudsætning og dermed relevant med uddannelsesbaggrund. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Der er jo enorm fokus på AI for tiden, og der er jo ingen tvivl om, at AI overtager en række af de funktioner vi pt. har praktikanter til at sidde med. Men til gengæld vil der være behov for unge mennesker der kan tænke kreativt og indgå i en holistisk planlægning. Der vil være behov for unge mennesker der kan indgå som et teammedlem i virksomheden, men også være bevidst om hvordan helheden i kampagner mv. skal udvikles. |

Interview 5

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Egentlig ser det fint ud for lige præcis vores forretning da dem der typisk søger ind her, er i forvejen engageret i, eller meget interesseret i hele influencerconceptet. Og de fleste af dem har også en eller anden form for marketing uddannelsesbaggrund, så vi skal nok yderligere undervise dem i hvordan influencer marketing i dag skal udføres. Så ofte har det mere med de personlige kompetencer at gøre hvem der kan komme på tale. Men som nævnt, vi bruger en del tid på at få dem ind bag konceptet bag en kampagne hvor influencers skal deltage. Det har udviklet sig meget de sidste 10 år, så en influencer er ikke det samme i dag som for 10 år siden. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Ja, da det helt sikkert er interessant med en større faglig baggrund. Også fordi vi selv skal bruge en masse instruktionstid på at undervise vores nyansatte i hvad en kampagneplan går ud på – det ville være dejligt om de havde større kendskab til dette i forvejen. Så at hæve rammen for hvad de kommer med er en god ide. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Jeg ser plads for begge uddannelser, da en del studerende måske i forvejen har en autodidakt tilgang til området hvormed at den eksisterende uddannelse jo nok er fin nok. Men, som nævnt tidligere, ser jeg gerne nye studerende med en mere solid faglig baggrund, og dette kan jo netop ske med en ny 3 ½ årig uddannelse på området. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | De kan supplere hinanden ved at der jo tages udgangspunkt i forskellige baggrunde hos de studerende. Og en række virksomheder kan måske nok bedre lide ideen om, at de får dem ind ret tidligt (altså den nuværende model) og dermed bedre kan præge dem i praktikperioden på arbejdspladsen. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Det er svært at undervise de studerende i, er deres personlige baggrund, eller rettere deres personlige kompetencer. Og de er jo ofte afgørende for hvem vi tager i praktik og hvem vi derefter overvejer at tilbyde en permanent ansættelse i virksomheden. Men det ville da være skønt om de studerende kunne forberedes på at klare sig bedre i den virkelige verden, og dermed få mest mulig ud af praktikforløbet. |

Interview 6

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Vi har altid haft mange i praktik hos os, og dermed har det jo været forholdsvis let at rekruttere. Det er en strategi vi har anlagt. Vi oplever dog, at der kan være lidt langt fra det pensum de bliver undervist i, og den virkelighed de bliver udsat for her i virksomheden. De specifikke programmer m.m. de skal kunne er vi jo nødt til at undervise dem i, og det er vi godt klar over. Men fordi vi er kendte som praktikvirksomhed er det ikke så svært at rekruttere, om end det er sket vi ikke har ansat nogle blandt et års given praktikanter. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Altså, vi vurderer jo, at det mest praktiske lærer de her inde hos os. Så en faglig opdatering fra jeres side kan måske gøre det godt ift. deres lønudvikling. Her hos os er det learning by doing, men en bedre faglig baggrund kan vi egentlig kun være interesseret i. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Der kan godt være behov for begge. Igen pointerer jeg, at en del af læringen jo foregår i praktikvirksomheden. Men at der kan være e-handlere med forskellige forudsætninger kan være en god ting ift. rekruttere blandt de kommende dimittender. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Svært at vurdere, også når jeg jo igen fremhæver, at mest læring opstår i praktikforløbet. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Noget af det som jo er svært at få uddannet sig til, er de personlige kompetencer blandt jeres dimittender, og det er jo ofte også afgørende ift. hvem det er vi vælger at rekruttere. At klare sig på en arbejdsplads er desværre også noget vi skal "undervise" praktikanterne i. |

Interview 7

| | |
|--|---|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Behovet er stort og stigende. Det gælder for det hele landet, og det gælder også i hovedstaden. E-handel som disciplin fylder mere og mere i danskernes hverdag. Digital markedsføring sker i dag primært online, hvorfor der er et stort behov for kompetencer indenfor det. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Den modsvarer bestemt behovet. [REDACTED] bakker i høj grad op om denne uddannelse, hvor man, i modsætning til den 1½ top, kan gå i dybden med flere emner. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Som udgangspunkt mener [REDACTED] at jo flere uddannelser med et fokus på e-handel, som findes, jo bedre er det. Ønskescenariet er at begge uddannelse får lov til at optage egnede studerende, således at dimensionen udvides. Dimensionen på 1½ top-up er for lavt i forhold til behovet i hovedstaden. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Nogle unge mennesker kan have et ønske om kortere uddannelse. Den 1½ top-up bachelor er en succes i og for sig selv, hvorfor det ville give mening at fastholde den. Der er et behov for løbende tilførsel af nye kompetencer. Man bør for alt i verden undgå den situation, at der kommer et par år, hvorfor der ikke dimitteres nye kandidater i e-handel, som man har fået i Århus. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Mange af de discipliner som uddannelsen indeholder, er i konstant udvikling, hvorfor der vil være et behov for at underviserne på uddannelse holder sig løbende opdateret. Nysgerrighed blandt de studerende og underviserne er en vigtig faktor. |

Interview 8

| | |
|--|---|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | VI har en HR-strategi hos [REDACTED] med at tage praktikanter ind og ansætte de dygtigste. Typisk modtager man 10-15 praktikanter i Århus og 15-20 i praktikanter København fra hhv. EAAA, KEA og Cphbusiness. Dog betyder en vellykket fastholdelse af nuværende medarbejdere, at der er mindre behov for nyansættelse. Hvor man tidligere ansatte 10 ud af de 30, så er det nu måske kun 5. De øvrige praktikanter får typisk ansættelse i mindre bureauer. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Dybere viden om f.eks. Google Ads lyder meget behovssvarende. Der er et behov for at dimittender har et dybere indblik i centrale program end blot en enkelt lektion. Særligt 6 måneders sammenhængende praktik på den 3½ årige bachelor lyder mere attraktivt. Generelt er mere hands-on erfaring er vigtigt, og der er en filosofi om at praktisk erfaring fra opgaver trumfer teoretisk viden. På nuværende tidspunkt er der en oplevelse af at det er særlig svært at f.eks. finde kandidater med viden om tracking, herunder GDPR. Håbet kunne være at en 3½ årige bachelor ville gå mere i dybden med f.eks. tracking. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Fra [REDACTED] synspunkt er det svært at svare på hvorvidt der er et behov for begge uddannelser. Generelt ses et behov for praktisk orienteret uddannelse uagtet længden. Det kan dog måske afskrække nogle unge mennesker at søge ind på en 3½ bachelor fremfor et mere overskueligt 2-årigt forløb. [REDACTED] har ansat direkte fra 2-årige forløb. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Stærk udvikling indenfor AI, hvilket skaber et behov for viden om f.eks. prompt engineering. AI burde måske være et decideret fag med fokus på processoptimering og prompt engineering. I forhold til marketingkampagner egner AI sig til overvågning og optimering af kampagner. |

Interview 9

| | |
|--|--|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Behovet er ekstremt stort. Tidligere var en tendens blandt SMV'er til at indkøbe kompetencer fra bureauer, men nu en tendens til at SMV'er selv ansætter unge mennesker med noget teoretisk viden indenfor e-commerce og digital markedsføring. [redacted] har selv insourceret deres markedsføringsaktiviteter fra deres tidligere bureau. Der er et stort behov for praksisnær viden. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Uddannelsen virker spot on, særligt det at branding og kreativ er medtaget. Uddannelsen er lidt men ikke for meget teknisk. Man vil gerne have en, der kan forstå forretningen, og kan lidt teknik. Det er vigtigt at uddannelsen ikke bliver for teknisk. En længere praktik på 6 måneder ser en bedre praktik end 2 * 3 måneder. Skulle [redacted] nævne en uddannelse overfor deres medlemmer fra de danske erhvervsakademier, så ville denne virke som den mest relevante. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Top op bacheloren i e-handel virker mere snæver end 3½ bachelor, der således giver bedre dimittender. [redacted] anbefaler grundet det potentielle overlap mellem de to uddannelser, at Cphbusiness fokuserer på den 3½ årige bachelor. |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Ser ikke et behov for begge uddannelser. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Blandt [redacted] medlemmer har 80% en lang videregående uddannelse. Skal erhvervsakademierne gøre sig gældende overfor denne målgruppe, særligt på brands (dvs. ikke bureauer), så er 3½ årige uddannelser som denne meget relevante. |

Interview 10

| | |
|--|---|
| Hvordan oplever du behovet for at rekruttere dimittender med kompetencer indenfor e-commerce og digital markedsføring lige nu? | Behov for rekruttering er højt. Dimittender, særligt fra CBS eller KU er ofte meget teoretisk orienteret. Ofte skal branchen eftervidereuddanne dimittender fra universitet for at sikre praktisk hands-on erfaring. "Vi vil gerne have nogle der kan lave kampagne, ikke kun tale om hvordan man i teorien laver kampagnen." På rekrutteringssiden mangler man kandidater der f.eks. hvordan man bruger en platform som Shopify, og ser det derfor som en nødvendighed for at branchen selv står for den videre opkvalificering. |
| Vurderer du, at den nye uddannelse i e-commerce og digital marketing modsvarer behovet i branchen? | Ja, det virker som om det møder behovet i højere grad. 1½ top-up-bacheloren fra PBA e-handel har mere praktisk erfaring, og er dermed lettere at sætte i gang. Praktikforløbet er en vigtig del af dette. I forhold til at den 3½ bachelor er den øgede praktik på forventet 6 måned en meget vigtig del i at sikre kvalificerede dimittender. |
| Vurderer du, at der vil være behov for at fastholde top op uddannelsen 'PBA i e-handel', eller vil der kun være behov for at udbyde en af de to uddannelser? | Har ansat flere fra uddannelse 1½ år, og ser klart behovet at bibeholde en top-up bachelor. Følelse af at uddannelserne taler ind til to forskellige målgrupper af unge mennesker (udbydes foruden). |
| (Hvis respondenter ser behov for at udbyde begge uddannelser): Hvordan ser du, at de to uddannelser supplerer hinanden? | Forventning om at de unge studerende der vælger den 3½ årlige de er mere boglige og mere klare i deres fremtidsplaner, mens at de unge der vælger først f.eks. en markedsføringsøkonomuddannelse og derefter den 1½ top-up er mere afsøgende og reaktive i deres uddannelsesvalg. |
| Øvrig dialog om uddannelsens relevans og behovet i branchen | Behovet i branchen er at der er en uddannelse, der stiller krav om praktisk kendskab til de unge mennesker, hvorved de tilegner sig dette. |

Bilag 3

Støtteerklæringer samlet – Brancheorganisationer

CPHBusiness

Att. Lektor Just Kjærgård Pedersen

Sendt per mail til: jukp@cphbusiness.dk

Ministeriet for Uddannelse og Forskning,

I 2022 fik [Dansk Industri en ny tværgående indsats på e-commerce](#), hvis formål er at hjælpe danske virksomheder gennem forbedring af konkurrenceevnen både lokalt men især på eksportmarkederne.

Danske virksomheder taber på e-eksportmarkederne, fordi vi stadig går meget analogt til vores eksportsalg. Det er en udfordring, der kun vokser. B2B e-commerce udgør globalt set omk. 10%, men vokser med 18% år for år. B2C e-commerce udgør i 2023 globalt set 25% men har en estimeret vækstrate på 47% i perioden 2020 – 2025.

Mangel på talent

Danmark er et af de lande i verden med flest digitale salgskanaler, men mindst digitalt eksportsalg.

Så hvorfor taber verdens mest digitaliseret land, når det gælder digitalt eksport? Det skyldes ifølge DI-analyser, at de danske virksomheder mangler talent, der kan forløse potentialet

Udfordringen er strukturelt og giver os på den korte bane udfordringer med eksekveringskraft, og på den lange bane kommer vi til at mangle de digitalt funderet salgsledere, der skal bringe danske virksomheder videre og på forkant. Det er en problematik Dansk Industris medlemmer er optaget af og vi er derfor optaget af, at det danske uddannelses-system får udviklet og uddannet det talent, vi allerede nu mangler indenfor e-commerce.

Interesstillkendegivelse

Dansk Industris afdeling for e-commerce tillkendegav i 2023 sin støtte til etableringen af den nye 3½årige PBA i e-commerce og digital markedsføring ud fra en vurdering af, at etableringen af denne uddannelse vil have potentialet til at øge talentmassen og dermed løse en af de største barrierer danske virksomheder står med. De virksomheder, der ikke selv kan oplære folk i digitalt salg, har pt ikke mulighed for at komme i gang. Vores vurdering er, at denne uddannelse vil kunne hjælpe også de virksomheder, der endnu ikke har digitalt salg.

På vegne af DI's medlemmer, som aftagere af dimittender fra denne uddannelse, er der derfor positiv opbakning til at etablere et udbud af den nye uddannelse i København. Der er behov for at øge den samlede talentmasse indenfor e-commerce og digital markedsføring, hvorfor vi har brug for flere dimittender, end der uddannes i dag.

Med venlig hilsen

Mie Bilberg, Chefkonsulent e-commerce, Dansk Industri

Tlf. +45 21193403 Mail: mbi@di.dk

Bredgade, 28. august 2024

Kære Cphbusiness

Hos Dansk Markedsføring vurderer vi, at der er et stort behov for dimittender med de kompetencer, som den 3½ årige uddannelse i e-commerce og digital marketing giver.

Vi ser blandt vores medlemmer en stor efterspørgsel på unge, der både har teoretisk viden og praktisk erfaring. Særligt fordi vi lige nu ser en bevægelse, hvor mange virksomheder bevæger sig fra at bruge eksterne bureauer til at insource kompetencerne i virksomhederne.

Vi vurderer særligt, at det er positivt, at uddannelsen er længere og mere målrettet mod kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring, og at de studerende har en længere, samlet praktikperiode.

Derfor støtter vi etableringen af den nye uddannelse i e-commerce og digital markedsføring i København.



Kasper Rubæk

Medlemschef - Medlem / Awards / Konferencer / Netværk / Uddannelse

Fra: Claus Agø Hansen <claus.agoe.hansen@hk.dk>

Dato: 11. september 2024 kl. 08.28.07 CEST

Til: "Susanne Rievers (SUR - Områdechef - Cphbusiness)" <sur@cphbusiness.dk>

Emne: Støtteerklæring

Vedr. udbud af PBA e-commerce og digital marketing

I HK følger vi arbejdsmarkedsudviklingen i hovedstaden og regionen tæt både i forhold til beskæftigede og ledige, for at kunne sikre vores medlemmer de rette kompetencer til at imødegå fremtidens behov på arbejdsmarkedet.

Udviklingen går i retning af flere jobs, hvor hovedopgaverne er e-handel, digital markedsføring og handel over nettet.

Det er vores vurdering, at et udbud af uddannelsen PBA e-commerce og digital marketing vil lukke et hul, hvor virksomhedernes behov ikke bliver tilstrækkeligt dækket i dag.

Kandidater fra denne uddannelse i hovedstadsområdet vil kunne mindske oplæringen og hurtigt tilføre virksomhederne nødvendige kompetencer, der kan sikre vækst og fremgang. Det er ligeledes vores opfattelse, at uddannelsen vil styrke vores medlemmers muligheder for at opnå job og beskæftigelse.

HK støtter derfor, at Cphbusiness udbyder denne uddannelse i København

Venlig
hilsen

Claus Agø Hansen
Uddannelsespolitisk konsulent

Telefon +45 7011 4545
Direkte +45 3330 4737
Mobil +45 4045 9528
claus.agoe.hansen@hk.dk

HK Privat
HK Privat
Weidekampsgade 8
2300 København S
[HK.DK/PRIVAT](https://www.hk.dk/privat)

CPHbusiness
Nansensgade 19,
1366 København K
Att. Rektor Ole Gram-Olesen

Den 1. juli 2024

Til Ministeriet for Uddannelse og Forskning

Fra: Dansk Erhverv

Vedrørende: Støtte til ansøgning om ekstra pladser til uddannelsen i e-handel/e-commerce

Kære Ministeriet for Uddannelse og Forskning,

I vores kontinuerlige stræben efter at sikre Danmarks position som en førende nation inden for digital handel, skriver vi for at støtte den kommende ansøgning om uddannelsespladser i e-commerce fra Cphbusiness.

Som repræsentanter for det danske erhvervsliv har vi nøje fulgt udviklingen og efterspørgslen efter kvalificerede fagfolk inden for digital handel. Vi ser, at top-up-bacheloren i e-handel har været en stor succes i forhold til de behov, den digitale handel har, og at den nye bachelor i e-commerce også præcist rammer det danske erhvervslivs behov.

Vi betragter fraværet af en bachelor i e-commerce i hovedstadsområdet samt den nuværende begrænsning i antallet af uddannelsespladser til dette vigtige område med stor bekymring. Denne situation truer med at skabe en mangel på kvalificerede medarbejdere, som er afgørende for både små og store virksomheders evne til at tilpasse sig og innovere inden for digital handel og markedsføring.

Gennem vores direkte engagement med virksomheder inden for dansk erhvervsliv har vi observeret en overvældende interesse for at deltage i praktikprogrammer med fokus på e-handel/e-commerce. Interessen fra virksomhederne overstiger langt antallet af tilgængelige studerende med den ønskede kombination af merkantile og tekniske færdigheder, hvilket understreger behovet for flere uddannelsespladser.

I lyset af ovenstående appellerer vi til ministeriet om at give Cphbusiness mulighed for at udvide den nye uddannelse og fastholde den eksisterende top-up-bachelor. Dette kan ske ved at give Cphbusiness mere fleksibilitet i forhold til sammensætningen af optag på tværs af deres merkantile uddannelser. Dette kan medvirke til at sikre, at Danmark fortsat kan udvikle og fastholde en

stærk position inden for e-handel og digital markedsføring på globalt plan, hvilket gavner både dansk erhvervsliv og samfundet som helhed.

Vi er klar til yderligere dialog og samarbejde for at sikre Danmarks fremtid inden for digital innovation.

Med venlig hilsen

Carsten Rose Lundberg, Branchedirektør for Digital Handel

PBA i e-commerce og digital marketing

PROSA – Forbundets af It-professionelle, har fået forelagt et forslag af CPH-business om udbud af den nye PBA i e-commerce og digitalmarketing. Uddannelsen udbydes i dag kun af Aarhus Erhvervsakademi.

Det er PROSA's vurdering at der er et stort, og stigende behov for de kompetencer som uddannelsen repræsenterer. Medarbejdere der selvstændigt kan varetage opgaver i forhold til virksomhedernes digitale forretning med både merkantile og tekniske kompetencer, og dermed understøtte digitaliseringen af danske virksomheder, hvor der stadig samfundsmæssigt er et kæmpe uforløst potentiale.

Dette behov ser PROSA i hele landet, det er derfor åbenlyst det at det er for lidt med et udbud i Aarhus. Skal vi forløse det store samfundsmæssige potentiale for en øget digitalisering af de danske virksomheder, er det afgørende at få dækket kompetenceforsyningen også til Hovedstadens virksomheder.

PROSA støtter derfor at CPH-Business udbyder denne uddannelse.

For anbefaling

Michael Tøttrup
Afdelingsleder udviklingsafdeling
mit@prosa.dk / +45 28 88 12 48
PROSA – forbundet af It-professionelle

Bilag 4

Jobopslagsanalyse – PBA e-commerce og digital marketing

Jobopslagsanalyse

PBA i e-commerce og digital marketing

Indhold

| | |
|---|---|
| Indledning | 1 |
| Konklusion | 1 |
| Udviklingen på nationalt niveau | 2 |
| Udviklingen specifikt i hovedstadsområdet | 3 |
| Sammenlignet med øvrige udbudsområder..... | 6 |
| Metode..... | 7 |

Indledning

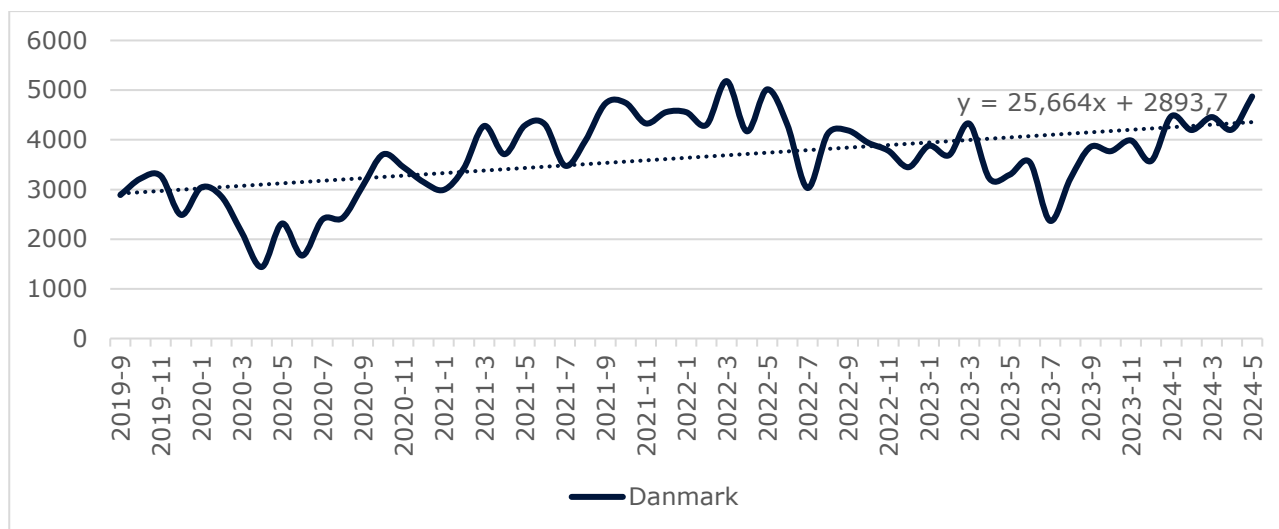
I forbindelse med ansøgningen om at etablere et udbud af uddannelsen PBA i e-commerce og digital marketing, har vi foretaget en jobopslagsanalyse, der viser udviklingen i jobopslag med relevans for uddannelsen (jobopslag der søger kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring) i hovedstadsområdet og på nationalt plan.

Konklusion

Jobopslagsanalysen viser, at der er sket en markant stigning i efterspørgslen på dimittender med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring i perioden fra september 2019 til maj 2024. Denne stigning kan både ses på nationalt plan og i hovedstadsområdet, hvor vi søger om at etablere et nyt udbud af uddannelsen. Afslutningsvist har vi sammenlignet antallet og udviklingen inden for denne type jobopslag i hovedstadsområdet og Århus, da Erhvervsakademi Aarhus udbyder PBA i e-commerce og digital marketing. Analysen viser, at der også er en stigende tendens i antallet af jobopslag inden for denne type kompetencer i Århus, men at efterspørgslen er endnu større i hovedstadsområdet. Det vurderer vi, er med til at dokumentere et behov for at udbyde PBA i e-commerce og digital marketing fra Cphbusiness' afdeling i København.

Udviklingen på nationalt niveau

Figur 1 viser udviklingen i antallet af jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hele landet fra september 2019 til og med maj 2024. Den lineære tendenslinje viser, at efterspørgslen af denne type dimittender er stigende. I hele perioden er den procentvise gennemsnitlige årlige vækst for jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hele Danmark på 4,3%. Dette svarer til en stigning på ca. 26 jobopslag om måneden. **Figur 1: Udviklingen i antal jobopslag med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring i Danmark**



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Data er opgivet på månedsniveau og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Vi har søgt på jobopslag, der efterspørger kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring. Se liste i bilag.

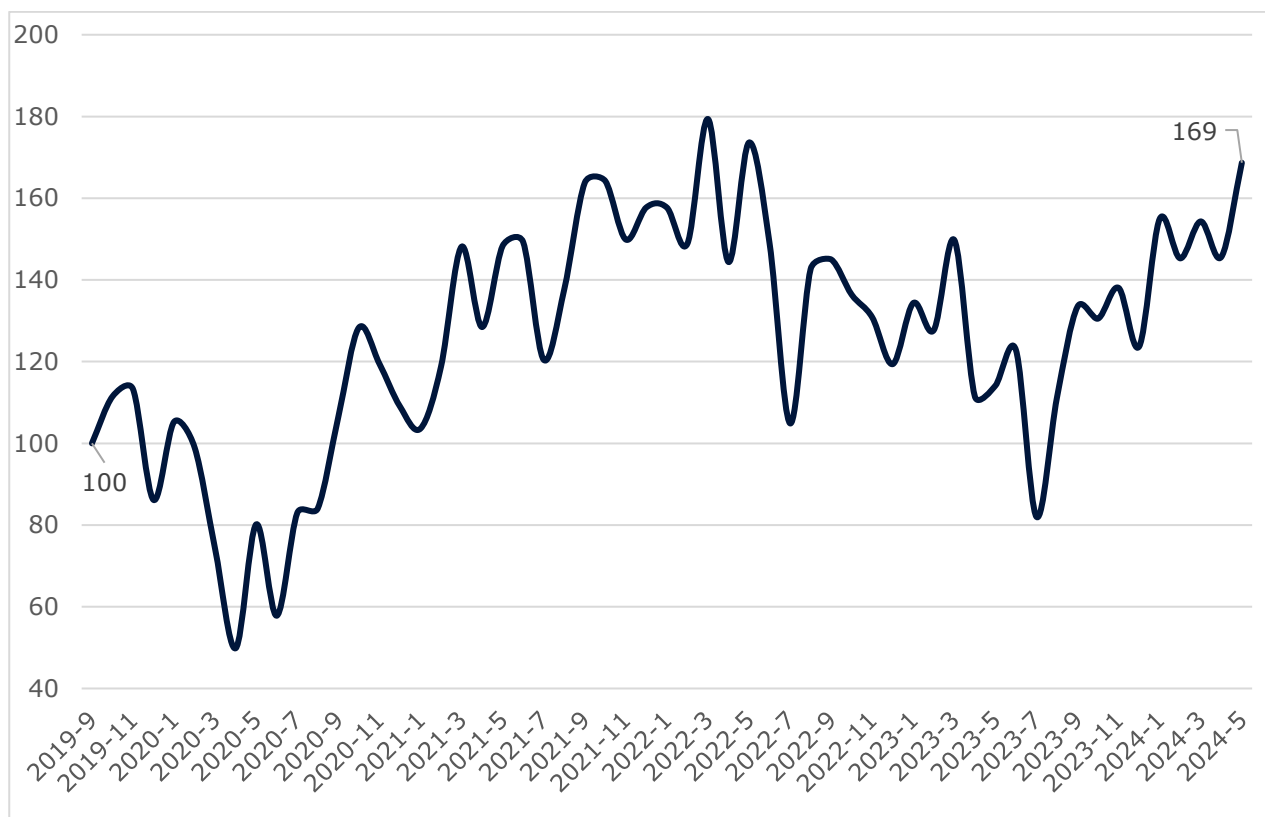
Til at beregne den procentvise gennemsnitlige årlige vækst har vi anvendt følgende formel: $+(M\ddot{a}ned\ 57/M\ddot{a}ned1)^{(1/4,75)}-1$. De 4,75 er de 57 måneder (fra september 2019 til og med maj 2024) omregnet til år: $57/12=4,75$. Til at beregne procenterne er anvendt Compound average growth rate-metodikken, hvor de månedsvise ændringer er omregnet til ændringsprocenter.

I perioden fra november 2019 til april 2020 har vi set et generelt fald i antallet af jobopslag i hele landet grundet Covid19.

Figur 2 viser den procentvise stigning for hele perioden hvor antallet af jobopslag i september er indekseret som 100. Den procentvise stigning for hele perioden er altså stigningen i det faktiske antal jobopslag i september 2019 til det faktiske antal jobopslag i maj 2024.

Det fremgår af tabellen, at antallet af jobopslag inden for denne type kompetencer er steget med 69% i perioden fra september 2019 til maj 2024.

Figur 2: Indekseret udvikling i jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i Danmark (Basisår= 2019)



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Figuren viser det indekserede antal jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hele Danmark. Indeks 100 viser antallet af jobopslag i september 2019. Data er opgivet på månedsniveau og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Datamærkaterne angiver det indekserede antal jobopslag i september 2019 og de nyeste data fra maj 2024.

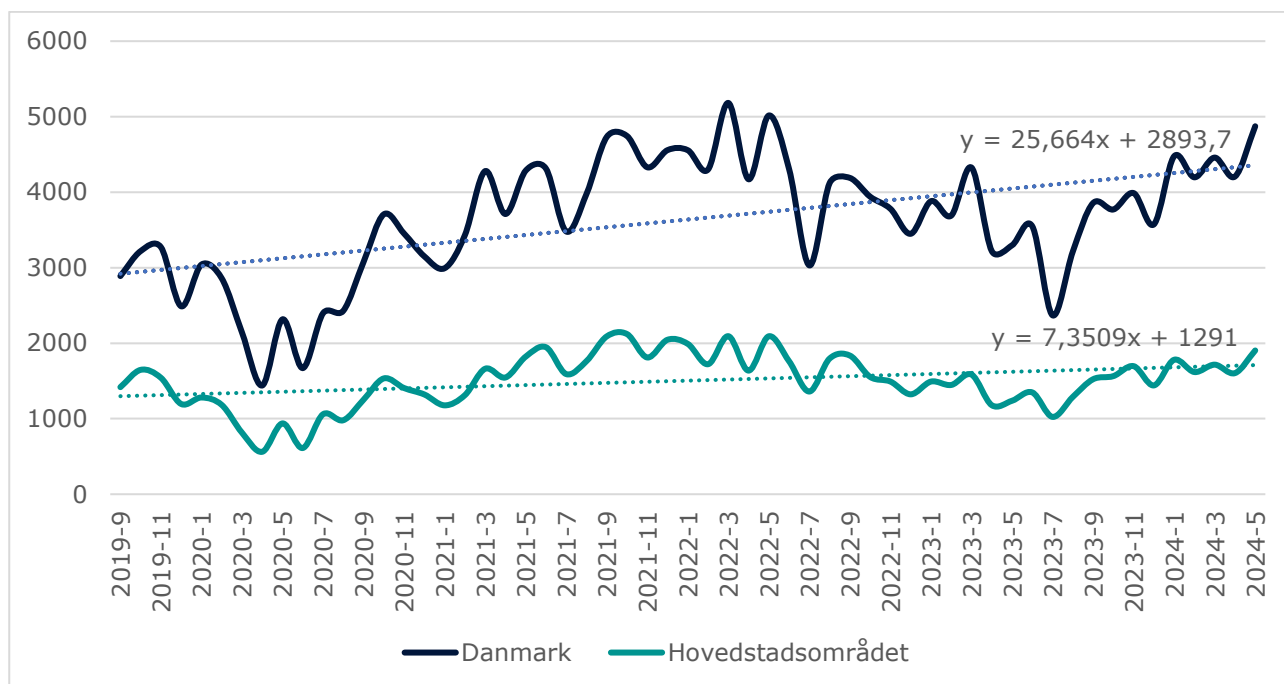
Vi kan dermed se en markant stigende tendens i efterspørgslen af dimittender med denne type kompetencer på landsplan.

Udviklingen specifikt i hovedstadsområdet

Da vi søger om at etablere uddannelsen på Cphbusiness' afdeling på Nansensgade i København, er det relevant at undersøge efterspørgslen i hovedstadsområdet¹.

Figur 3 viser udviklingen i jobopslag, der efterspørger kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring i Danmark og i hovedstadsområdet.

Figur 3: Udviklingen i antal jobopslag med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring i Danmark og i hovedstadsområdet



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Data er opgivet på månedsniveau, og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Vi har søgt på jobopslag, der efterspørger kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring. Se liste i bilag.

I hovedstadsområdet er den procentvise gennemsnitlige årlige vækst på 5,6%, svarende til en stigning på ca. 7 jobopslag om måneden. Antallet af jobopslag på nationalt plan er naturligvis højere end det er i hovedstadsområdet, men den procentvise gennemsnitlige årlige vækst i antallet af ansøgninger inden for e-handel og digital markedsføring er 1,3 procentpoint højere i hovedstadsområdet.

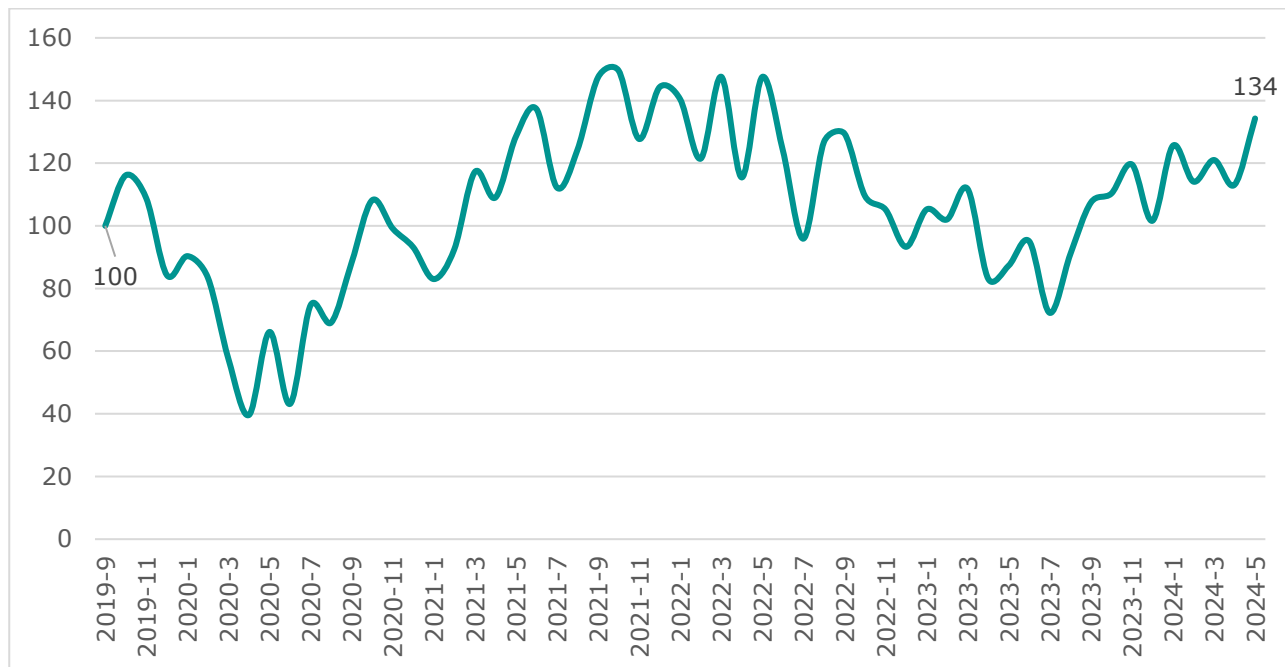
Den procentvise gennemsnitlige årlige vækst i hovedstadsområdet er beregnet på samme måde som angivet under figur 1.

I perioden fra september 2019 til maj 2024 er der et samlet antal jobopslag på 207.365 inden for e-handel og digital markedsføring på nationalt plan hvor 85.738 af disse er i hovedstadsområdet. Hovedstadsområdet udgør dermed ca. 42% af det samlede antal jobopslag inden for denne type kompetencer på landsplan.

¹ I metodeafsnittet har vi defineret kategorien 'Hovedstadsområdet'

For at få et større indblik i udviklingen i jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hovedstadsområdet, har vi også her lavet en indekseret tabel.

Figur 4: Indekseret udvikling i jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hovedstadsområdet (Basisår= 2019)



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Figuren viser det indekserede antal jobopslag i hovedstadsområdet. Indeks 100 viser antallet af jobopslag i september 2019. Data er opgivet på månedsniveau, og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Datamærkaterne angiver det indekserede antal jobopslag i september 2019 og de nyeste data fra maj 2024.

Figur 4 viser, at antallet af jobopslag i hovedstadsområdet inden for e-handel og digital markedsføring er steget med 34% i perioden fra september 2019 til maj 2024.

Denne procentvise stigning i antal jobopslag hovedstadsområdet er beregnet på samme måde som angivet under figur 2.

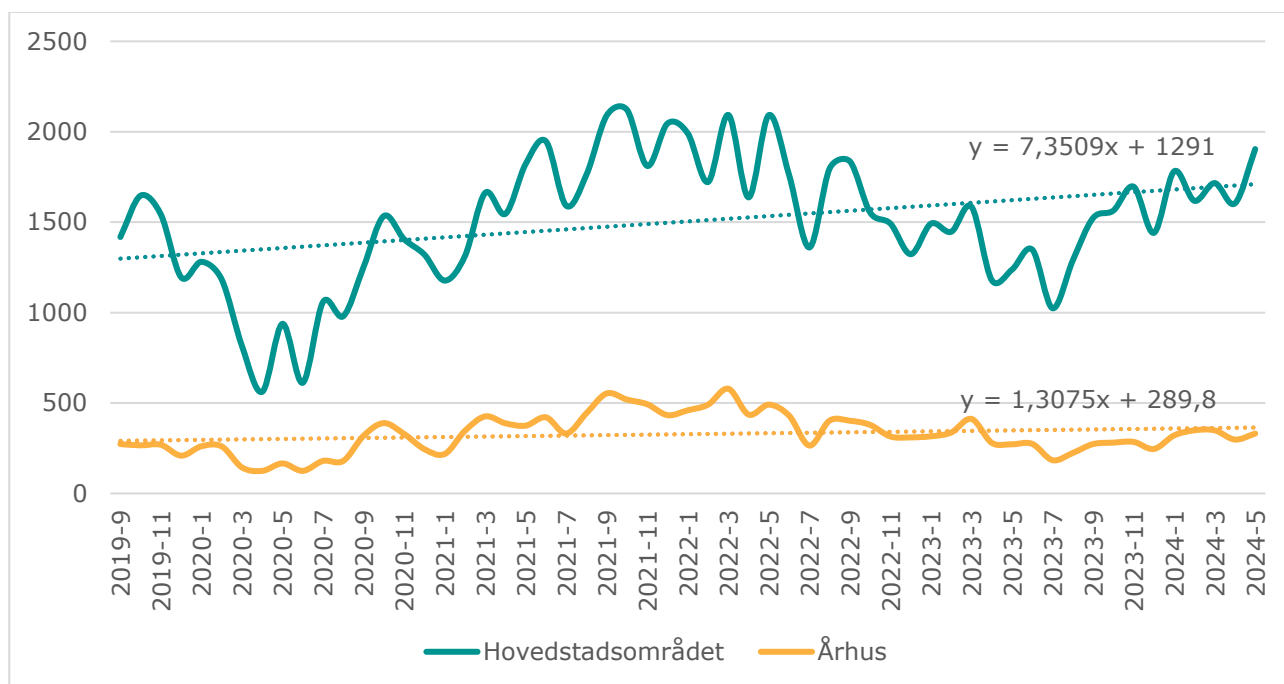
Det fremgår også af tabellen, at der har været en stigende tendens i denne type jobopslag siden juli 2023, og at vi i maj 2024 nærmer os det rekordantal jobopslag på 2121, som vi så i oktober 2021.

på baggrund af ovenstående vurderer vi, at der er en stigende efterspørgsel på dimittender med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring både nationalt og i hovedstadsområdet.

Sammenlignet med øvrige udbudsområder

Aarhus Erhvervsakademi søgte om PBA i e-commerce og digital marketing som ny uddannelse i 2023. I den forbindelse dokumenterede EAAA et nationalt behov for uddannelsen, som vi vurderer, også dokumenterer et behov for uddannelsen i København. For at understrege dette, har vi i figur 5 sammenlignet udviklingen i antal jobopslag i Århus og hovedstadsområdet.

Figur 5: Udviklingen i antal jobopslag med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring i hovedstadsområdet og Århus



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Data er opgivet på månedsniveau, og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Vi har søgt på jobopslag, der efterspørger kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring. Se liste i bilag.

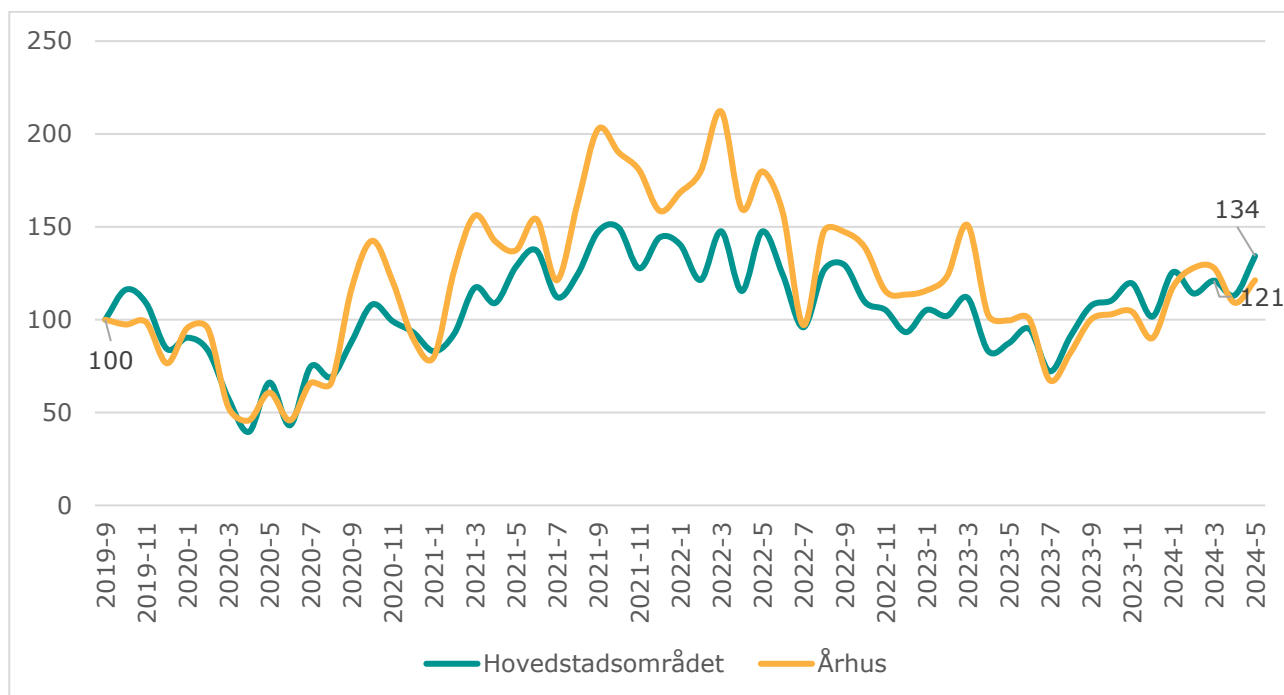
Den procentvise gennemsnitlige årlige vækst i hovedstadsområdet og Århus er beregnet på samme måde som angivet under figur 1 og 3.

Figur 5 viser, at antallet af denne type jobopslag også er stigende i Århus med en månedlig vækst på ca. 1,3 nye jobopslag. Det fremgår af figuren, at antallet af jobopslag og vækstraten er større i hovedstadsområdet.

Figur 6 viser en sammenligning af den indekserede udvikling for jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hovedstadsområdet og Århus. Denne procentvise stigning i antal jobopslag hovedstadsområdet er beregnet på samme måde som angivet under figur 2 og 4.

Det fremgår af figuren, at den indekserede stigning i antal jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring er 13 procentpoint større i maj 2024 i hovedstadsområdet end i Århus. Det indikerer, at der er en øget efterspørgsel af dimittender med disse kompetencer i hovedstadsområdet sammenlignet med Århus.

Figur 6: Indekseret udvikling af jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i hovedstadsområdet og Århus (Basisår = 2019)



Kilde: IBM Watson Explorer

Note: Figuren viser det indekserede antal jobopslag i hovedstadsområdet og i Århus. Indeks 100 viser antallet af jobopslag i september 2019. Data er opgivet på månedsniveau, og udviklingen inden for årene kan derfor være påvirket af sæsoneffekter. Datamærkerne angiver det indekserede antal jobopslag i september 2019 og de nyeste data fra maj 2024.

Metode

Vi har benyttet IBM Watson Explorer til denne jobopslagsanalyse. Siden september 2019 har Cphbusiness samlet alle jobopslag fra Danmarks største jobsøgningsmaskine JobSearch i en database, der kan analysere store mængder ustrukturerede data. Database bliver jævnligt opdateret med nye jobopslag.

I nogle af søgningerne har vi undersøgt udviklingen inden for jobopslag i Hovedstadsområdet. Når vi bruger kategorien Hovedstadsområdet, refererer vi til København, Storkøbenhavn og Nordsjælland.

For at finde jobopslag med kompetencer inden for e-handel og digital markedsføring har vi anvendt e-handels og digital marketing algoritmer, der er udviklet over tid og løbende

opdateres. Med de pt. 207.365 jobannoncer inden for e-handel og digital markedsføring i hele landet, vil der være nogle fejlkilder. Det er forventeligt i arbejdet med store mængder ustruktureret kvalitativt tekstdata.

Med adgang til Cphbusiness' jobopslagsdatabase i IBM Watson Explorer kan man sætte de nedenstående søgestrengte ind for at se jobopslagene inden for de forskellige kriterier. På den måde kan man følge udviklingen af jobopslag inden for e-handel og digital markedsføring i fremtiden, og se om efterspørgslen fortsat er stigende.

Søgestrengte til de forskellige figurer:

Figur 1:

Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/kommunikation
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/målgruppe
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/markedsføring
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/kundeoplevelser
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/GDPR
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/KPI
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/kundeportefølje
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/CRM
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/SEO
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/CMS
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/UX
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/Content
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/API
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/SEM
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/digital marketing
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/segment
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/grafisk design
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/e-handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/markedsføre
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/SoMe
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/Analytics
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/tekstforfatning
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/prissætning
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/digital transformation
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/CRO
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/UI
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/positionering
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/online marketing
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/digital udvikling
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/prisstyring
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/CPR
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/SMART
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/content marketing
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/outbound
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/grafisk materiale
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/marketing automation
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/inbound
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/kunderejse
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/e-mail marketing
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/blogindlæg
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/SOME
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/content creation
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/webdesign
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/markedsanalyse
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/omnichannel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/influencer
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/PIM

Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/PPC
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/Sociale Medier
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/Digital Marketing/produktbeskrivelser
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digitale platforme
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/e-commerce
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/webshop
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/e-handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/webshops
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/E-commerce
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/webshoppen
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/Digital marketing
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online salg
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digital salg
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/EDI
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online platform
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online forretning
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digital handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online aktiviteter
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online markedsplads
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digitale salgskanaler
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online shop
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/E-business
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online salgskanaler
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/internetbutik
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online butik
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/nethandel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digital markedsplads
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/websalg
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/internethandel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/Digital handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/ehandel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/eshop
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/e-shop
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/Internethandel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/web shop
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/elektronisk handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/online afsætning
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/Online handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/click and collect
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/digital butik
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/internet butik
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/web handel
Cphbusiness Algoritmer/Marketing/ehandel begreber/internet handel

Figur 2: Samme som figur 1

Figur 3: Samme som figur 1. For resultater for hovedstadsområdet er disse filtre brugt:

My Keywords/Geografi/København
My Keywords/Geografi/Storkøbenhavn
My Keywords/Geografi/Nordsjælland

Figur 4: Samme som figur 3

Figur 5: Samme som figur 3. For resultater for Århus er dette filter brugt:

My Keywords/Geografi/Århus

Figur 6: Samme som figur 5

Bilag 5

Udtræk fra statistikbanken – Virksomheder i region hovedstaden fordelt på branche

Generel firmastatistik efter kommune, branche (DB07 10 19 127-grp. og detaljeret) og tid

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|--------|--------|--------|
| Region Hovedstaden | | | |
| G Handel | 13 379 | 13 461 | 13 000 |
| H Transport | 4 315 | 4 503 | 4 774 |
| I Hoteller og restauranter | 5 486 | 5 537 | 5 550 |
| J Information og kommunikation | 11 538 | 11 837 | 11 844 |
| K Finansiering og forsikring | 27 516 | 29 896 | 30 672 |
| L Ejendomshandel og udlejning | 10 913 | 11 182 | 11 324 |
| N Rejsebureauer, rengøring og anden operationel service | 7 389 | 7 619 | 7 611 |

12-7-2024 *Danmarks Statistik* , © www.statistikbanken.dk/GF12

Bilag 6

Oversigt over beslægtede uddannelser

Bilag 6

Oversigt over beslægtede uddannelser i Danmark

| Uddannelsesstitel/ Udbudssted/ Uddannelsesniveau | Sammenligning af uddannelsernes fagligheder og adgangskrav |
|---|---|
| <i>Erhvervsakademiuddannelser</i> | |
| Markedsføringsøkonom | |
| Udbudssteder: Hillerød, Cphbusiness København, Cphbusiness Lyngby, Cphbusiness | <ul style="list-style-type: none"> • Uddannelsen er en to-årig uddannelse, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig • På markedsføringsøkonom får man en bred indføring i markedsføring, salg og kommunikation og lærer at planlægge og gennemfører en virksomheds markedsføring. Der er mulighed for at fordybe sig inden for et specifikt emne. Fordybelsen er 20 ECTS. • Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder: <ul style="list-style-type: none"> o Markedsføring og salg o Virksomhedsforståelse og økonomi • Uddannelsen har elementer fra den digitale markedsføring med, og der vil være mindre overlap i markedsføring (den digitale del), økonomi, samt organisation og SCM (virksomhedsforståelsesdelen). • Markedsføringsøkonom mangler hele den e-handels teknologiske del (ehandelsteknologier), digital markedsføring, User experience, dataanalyse og mediefag. Disse fagligheder vil ikke kunne bibringes gennem en 1½ årig top-up bachelor. • Specifikke adgangskrav er identiske, Engelsk C og matematik B eller virksomhedsøkonomi B |
| Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender: | <p>Uddannelsens længde, indhold og erhvervssigte er forskellig fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing, men der vil være et overlap i studerende der ser Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing som et alternativ til markedsføringsøkonom, evt. sammen med PBO i e-handel og det vurderes at konkurrencen i optagelse af studerende vil være der, men at konkurrencen om beskæftigelse af dimittender er minimal, da uddannelserne har forskellige erhvervssigter.</p> <p>Da vi både udbyder uddannelsen til Markedsføringsøkonom og PBA(O) e-handel i København, vil vi dog imødekomme denne risiko ved at nedlægge to ud af 15 markedsføringsøkonom-hold i København, ligesom vi vil flytte det ene af to PBA(O) i e-handel-hold fra København til Hillerød. Her ud over har vi allerede lukket for optag på Markedsføringsøkonom i Lyngby, hvor de sidste to hold dimitterer sommeren 2025.</p> |
| Multimediedesigner | |
| Udbudssteder: København, KEA | <ul style="list-style-type: none"> • Uddannelsen er en to-årig uddannelse, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig. |

| | |
|--|---|
| Lyngby, Cphbusiness | <ul style="list-style-type: none"> • På multimediedesigner får man en bred indføring i udvikling og implementering af digitalt design og digitale brugeroplevelser. • Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder: <i>Brugergrænseoplevelse, Brugeroplevelse, Indholdsproduktion, Forretning, Teknologi</i> • Uddannelsen har stort fokus på brugeroplevelse (user experience). • Multimediedesigner mangler hele den kommercielle del, med forretningsforståelsen. Herudover er der ikke fokus på hverken SCM, logistik eller økonomi, men primært på de kreative processer. Det vil ikke være muligt at tilføje det manglende i en 1½ årig overbygning. Specifikke adgangskrav er gymnasial eksamen med engelsk C og erhvervsøkonomi C eller matematik C eller virksomhedsøkonomi C. Eller relevant erhvervsuddannelse eller adgangseksamen til ingeniøruddannelserne med engelsk C. |
| Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender: | <p>I det at både adgangskrav, uddannelsens indhold og erhvervsigte er forskellig fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vurderes det at konkurrencen i optagelse af studerende og konkurrence om beskæftigelse af dimittender er meget begrænset.</p> <p>Efter sommeren 2025, hvor Cphbusiness og KEA forventes at være fusionerede, vil vi se på den samlede uddannelsesportefølje.</p> |
| Handelsøkonom | |
| Udbudssteder: Hillerød, Cphbusiness København, Cphbusiness | <ul style="list-style-type: none"> • Uddannelsen er en to-årig uddannelse, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig. • På handelsøkonom får du en bred indføring i indkøb, salg og markedsføring i handelsvirksomheder. • Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder: <ul style="list-style-type: none"> o Virksomhedens interne og eksterne forhold o Virksomhedens handelsprocesser • Uddannelsen har fokus på at planlægge, organisere og gennemføre handel med produkter og serviceydelser, fysisk og digitalt til konsumenter og virksomheder • På handelsøkonoms 2 semestre med undervisning (60 ECTS) er der ikke plads til et særskilt fokus på digital handel. Uddannelsen mangler hele den e-handels teknologiske del (e-handelsteknologier), digital markedsføring, User experience, dataanalyse og mediefag. Disse fagligheder vil ikke kunne bibringes gennem en 1½ årig top-up bachelor. • Specifikke adgangskrav er gymnasial eksamen med engelsk C eller relevant erhvervsuddannelse eller anden erhvervsuddannelse med engelsk C og enten erhvervsøkonomi D eller matematik D. |
| Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender: | <p>I det at både adgangskrav, uddannelsens indhold og erhvervsigte er forskellig fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vurderes det at konkurrencen i optagelse af studerende og konkurrence om beskæftigelse af dimittender er meget begrænset.</p> |
| <i>Top-up PBA</i> | |

| PBA(O) i e-handel | |
|---|---|
| <p>Udbudssteder: København, Cphbusiness</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Uddannelsen er en 1½ årig top-up bachelor, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig. • På e-handel får du en indføring i digital forretningsforståelse, e-handelsteknologier, dataanalyse, customer experience og digital marketing. • Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder: <ul style="list-style-type: none"> o Datadrevet marketing og salg o E-handel • Uddannelsen har fokus på en virksomheds digitale forretning, datadrevet markedsføring samt customer experience. • Uddannelsen giver et godt indblik i opgaverne i forbindelse med online handel, men har ikke plads til at de studerende fordyber sig i fagområder og derfor mangler uddannelsen evner til at gå i dybden med en faglighed. Derudover er der ikke fokus på mediefag, SCM og e-eksport, som også er emner med behov for arbejdskraft på arbejdsmarkedet. • Specifikke adgangskrav er en af følgende erhvervsakademiuddannelser: Markedsføringsøkonom, multimediedesigner, serviceøkonom, handelsøkonom, logistikøkonom, finansøkonom eller entrepreneurship & design. |
| <p>Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:</p> | <p>Uddannelsens længde, indhold og til en vis grad erhvervsrettet er forskellig fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing, men der vil være et overlap i studerende, der ser Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing som et alternativ til PBA(O) i e-handel, hvorfor det vurderes, at der vil være en vis grad af konkurrence i optaget imellem de to uddannelser.</p> <p>Bl.a. for at imødekomme dette, har vi besluttet, at vi i forbindelse med oprettelsen af uddannelsen e-commerce og digital marketing, vil flytte det ene af vores to hold på E-handel i København til Hillerød. Dermed kommer der et tiltrængt videreuddannelsesstilbud i Hillerød, ligesom der vil være større chance for, at virksomhederne i lokalområdet får mulighed for at ansætte dimittender med kompetencer indenfor e-handel. Vi vil dog bibeholde et af to hold i København, for også at sikre videreuddannelsesmuligheder i København, ligesom vi her har en stor gruppe af afgangsvirksomheder til uddannelsen, som fortsat vil have behov for at ansætte dimittender fra uddannelsen, som ikke kan dækkes af dimittender fra PBA e-commerce og digital marketing.</p> |
| PBA(O) i Digital konceptudvikling | |
| <p>Udbudssteder: København, KEA</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Uddannelsen er en 1½ årig top-up bachelor, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig. • På digital konceptudvikling får du en indføring i udviklingen af koncepter indenfor alle digitale platforme på et strategisk og forretningsorienteret niveau. • Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder: <ul style="list-style-type: none"> o Digital konceptudvikling |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> o Forretningsudvikling o Brugerforståelse • Uddannelsen har fokus på en virksomheds kreative processen, herunder projektledelse, innovation, nytænkning og det at skabe digitale løsninger. • Uddannelsen er rettet mod de kreative processer og mangler forretningsdelen, herunder hele optimeringen af den online salgsindsats, ligesom uddannelsen ikke arbejder med hverken mediefag, SCM eller e-eksport. • Specifikke adgangskrav er en af følgende erhvervsakademiuddannelser: Multimediedesigner, markedsføringsøkonom, designteknolog, datamatiker eller entrepreneurship & design. |
| <p>Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:</p> | <p>I det at både adgangskrav, uddannelsens indhold og erhvervssigte er forskellig fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vurderes det at konkurrencen i optagelse af studerende og konkurrence om beskæftigelse af dimittender er meget begrænset.</p> |

Bilag 7

Høringssvar - KEA

Fra: Helene Langager <HELA@kea.dk>

Sendt: 13. september 2024 12:44

Til: Dorte Schmidt (DSC - Kvalitets- og analysechef - Cphbusiness) <dsc@cphbusiness.dk>

Emne: SV: Høring om PBA i E-Commerce og Digital Markedsføring

Kære Dorte

Jeg kan hermed jf. tidligere samtale, bekræfte, at KEA støtter CPHB ansøgning om udbud ad PBA i E-Commerce og Digital Markedsføring.

Med venlig hilsen

Helene Langager

Kvalitets- og analysechef

KEA Kvalitet & Analyse

KEA – Københavns Erhvervsakademi

Guldbergsgade 29N

DK 2200 København N

Direkte: 2011 3136

kea.dk

Kære Ole Gram-Olesen

3. december 2024

På baggrund af gennemført prækvalifikation af Copenhagen Business Academys ansøgning om godkendelse af nyt udbud er der truffet følgende afgørelse:

**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

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

Bredgade 40-42
1260 København K

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.

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

CVR-nr. 1680 5408

Ref.-nr.
2024 - 53166

Da Copenhagen Business Academy 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 – Følg brev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen med uddannelsens grundoplysninger

Bilag 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen

| Nr. C2 – Nyt udbud (Efterår 2024) | | Status på ansøgningen: Godkendt | |
|---|---|------------------------------------|----------|
| Ansøger og udbudssted: | Copenhagen Business Academy (København) | | |
| Uddannelsestype: | Professionsbacheloruddannelse | | |
| Uddannelsens navn (fagbetegnelse) på hhv. dansk/engelsk: | <ul style="list-style-type: none"> - E-commerce og digital marketing - E-commerce and Digital Marketing | | |
| Titel, som uddannelsen giver ret til at anvende: | <ul style="list-style-type: none"> - 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/aadb35d3332d543ee0388658810e2e61 | | |
| Link - UddannelsesGuiden | https://www.ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/oekonomiskmerkantileuddannelser/e-commerce-og-digital-marketing | | |

| | |
|---|--|
| RUVU's vurdering på møde d. 1. november 2024 | <p>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).</p> <p>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.</p> <p>RUVU noterer sig, at CphBusiness redegør for et behov for både at udbyde den nye professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing samt overbygnings-uddannelsen i E-handel. RUVU anerkender, at de to uddannelser kan appellere til forskellige målgrupper af studerende, men vil opfordre CphBusiness til nøje at iagttage beskæftigelsessituationen for dimittender fra overbygningsuddannelsen i E-handel, herunder evt. justere optaget, når der på sigt uddannes dimittender fra begge uddannelser i Hovedstadsområdet.</p> |
|---|--|

Bilag 2 – Følgrebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen

I forbindelse med godkendelsen af Copenhagen Business Academys nye udbud af Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing bemærker Uddannelses- og Forskningsstyrelsen, at uddannelsen tidligere er godkendt til udbud, og at uddannelsen 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 erhvervsakademiuddannelser 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:
København.

Sprog:
Dansk.