



Behovsanalyse August 2015

Diplomuddannelse i e-konceptudvikling

Mange medarbejdere og virksomheder ser et behov for at få 'papir' på kompetencerne uden at give køb på den praktiske tilgang til det digitale felt. Diplomuddannelsen i e-konceptudvikling imødekommer efterspørgslen på forretningsmæssige digitale kompetencer og rammer et område, hvor der netop mangler kombinationen af det praktiske og teoretiske.

Indhold

Indhold	1
1. Introduktion.....	2
1.1. Metode	2
Konklusioner fra interviews	2
Konklusioner fra andre kilder	2
2. Behov og målgruppe	3
3. Fagsammensætning	5
4. Tilgang til målgruppe og udbud af uddannelse	5
5. Konklusion	6
6. Bilag	7
6.1. Spørgeramme Virksomheder i forbindelse med udbud af diplomuddannelse i e-konceptudvikling	7
6.2. Interviewpersoner/virksomheder august 2015	10
6.3. Tidligere behovsundersøgelse, 2013, interviewpersoner	10

1. Introduktion

1.1. Metode

Behovsanalysen bygger dels på 16 interviews med brancheorganisationer, iværksættervirksomheder, offentlige virksomheder, rekrutteringsvirksomhed og ledere i reklame- og webbureauer, og dels på en række undersøgelser af vores nuværende aftagere samt brancheanalyser. Variationen i svarpersoner afspejler den variation, vi forventer, der vil være i kursistbaggrund. Denne forventning bygger på tre elementer; for det første KEAs erfaringer med at udbyde diplomuddannelsen, for det andet på interviews med brancheorganisationen Kreativitet og Kommunikation, og endeligt på den erfaring vi i Aarhus har med variationen i aftagere til professionsbacheloror i e-konceptudvikling. Behovsanalysen er baseret på følgende:

1. 16 semistrukturerede telefoniske eller personlige interviews (august 2015)
2. Tidligere behovsanalyse med 5 længere interviews (2013)
3. Aftageranalyse i forbindelse med redigering af studieordning for PBA i digital konceptudvikling (vinter 2014)
4. Brancherelaterede input.

Konklusioner fra interviewene

- Der er et ønske om uddannelse med ECTS-point i forhold til at kunne se kvalitet og i forhold til medarbejderens profil både fra rekruttering, fagforening og virksomhedssiden
- Som aftagere vil de interviewede virksomheder være interesserede i de kompetencer, uddannelsen giver, samt den sikkerhed for kvalitet der ligger i et eksamensbevis
- Flere virksomheder oplever et behov for en 'opgradering' i forhold til digital markedsføring, digital projektledelse og cross media
- Mange foretrækker at medarbejderne selv organiserer og tager uddannelse i fritiden
- Mange tænker uddannelse som en fastholdelsesmekanisme
- Forskellige målgrupper tildales af forskellige faglige elementer af uddannelsen
- Kombinationen af praktisk, hands-on arbejde med e-konceptudvikling og en mere teoretisk helhedsorienteret tilgang tiltaler flertallet.

Konklusioner fra andre kilder

Forundersøgelse af aftagere i forbindelse med redigering af studieordning for PBA i digital konceptudvikling, tidligere behovsundersøgelse af diplomuddannelse, brancheudtalelser mv.

- Aftagervirksomheder af både multimediedesignere og PBA i e-konceptudvikling oplever, at de færdige studerende kunne bruge mere forretningsforståelse i det digitale felt
- Digitaliseringsstrategi 2016-20 udgør et stort potentielt marked for digital videreuddannelse af offentligt ansatte
<http://www.digst.dk/Digitaliseringsstrategi/Ny-digitaliseringsstrategien-2016-2020>
- HK fremhæver behovet for videreuddannelse på netop e-handelsområdet for deres medlemmer <http://www.hk.dk/aktuelt/temaer/ehandel>
- Første forundersøgelse viste, at mange enkelte dele i uddannelsen har stor interesse.

2. Behov og målgruppe

Diplomuddannelsen i e-konceptudvikling rammer bredt. Vores oplevelse er, at der vil være en stigende interesse fra offentlige virksomheder, hvor traditionen for efter- og videreuddannelse også er stærk. Små og mellemstore virksomheder, der klarer deres digitale behov internt, vil også være en stor og central målgruppe, herunder særligt indenfor handel og service med et e-handelselement. Bureauernes kultur er modvillig overfor efteruddannelse, hvilket skyldes det faktum, at alt afregnes efter timer. Medarbejdere på uddannelse opleves derfor særligt belastende, ressourcemæssigt, for en virksomhed – særligt med det antal timer, det kræver at opnå 5 ECTS-point. Til gengæld vil de gerne aftage kandidater, som udtalelsen nedenfor viser. På KEAs nuværende enkeltfagshold er der typisk 3-4 fra bureauer, og det er typisk medarbejdere, der selv organiserer deres deltagelse¹.

De tre citater nedenfor illustrerer, hvordan behovet for uddannelsen opleves.

"Jeg vil helt sikkert ansætte folk, som har en diplom i online marketing og konceptudvikling, hvis de også har noget praktisk erfaring. Der er elementer i uddannelsen, som er meget relevante for os. Vores ansatte vil nogen gange gerne dygtiggøre sig inden for et bestemt område – men kan ikke finde et passende kursus, så vi vil meget gerne have jeres kursuskatalog over online marketing og konceptudvikling liggende hos os, som vores ansatte kan kigge i." Jesper, KLEAN, august 2015 (bureau).

"Lige nu mangler vi kompetencer inden for digitale og sociale medier. Vi er lige nu ved at ansætte folk, som skal lære fra sig til kollegaerne inden for digitale og sociale medier. Så vi oplever helt sikkert, at der er et behov. Jeg oplever også, at der er et stort behov for rigtige kurser! Altså, hvor der er ECTS, og man skal til eksamen, sådan at man som deltager ved, at kurset har en vis standard og dybde." Tina, DR, august 2015 (offentlig virksomhed).

"Mangler noget mere teoretisk, man kan bygge på. Hvad er det, de kan, bliver ikke klart på papir. I forhold til rekruttering har man en ide om, hvad man burde kunne, når man har læst en bestemt uddannelse. Uddannelsen er en garant for, hvad man kan. Det er for

¹ Oplysning fra Aslaug Kleve, udviklingschef i Kreativitet og Kommunikation.

diffust nogle gange, at man kun har fx markedsføring eller et eller andet ledelseskursus. Det efterlader mange praktiske folk i et vakuum med udefinerbare kompetencer. Det, der måske mangler, er noget på et vist niveau." "Det er jo det der med, at man har den her dygtige mand, der kan lidt af det hele, men mangler det teoretiske flair og kender teoretiske grundregler. Der er et stort behov for nødvendig teoretisk viden koblet på det praktiske." Mads, Randstad, august 2015 (rekruttering).

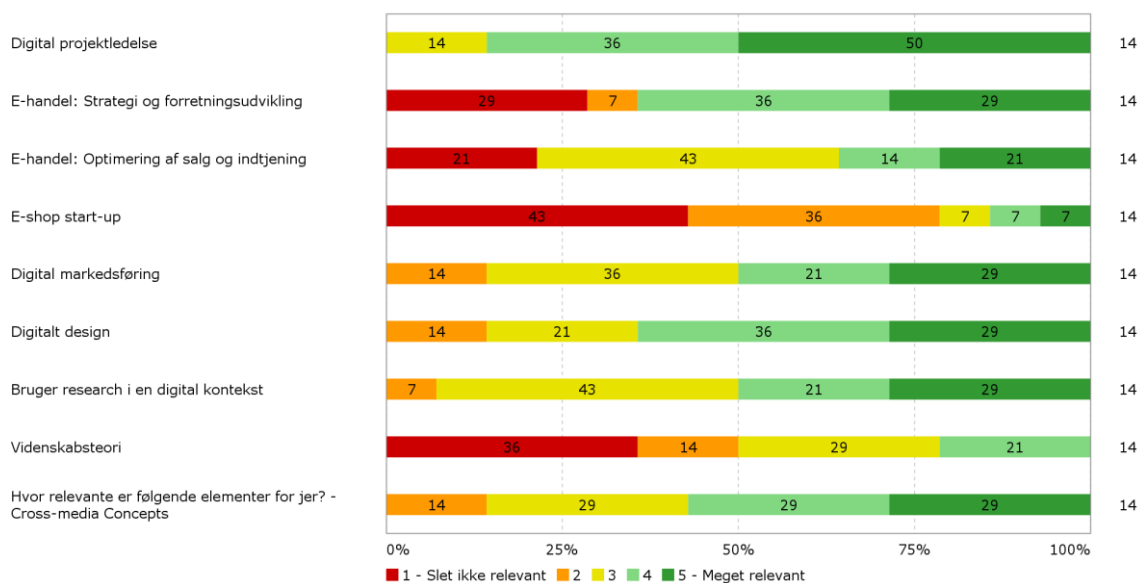
En diplomuddannelse i e-konceptudvikling vil give en stor gruppe medarbejdere mulighed for at øge deres karrieremuligheder og jobsikkerhed, og give dem mulighed for at udføre deres arbejde med et bedre fagligt fundament. Potentielle kursister vil være: multimediedesignere, datamatikere og markedsføringsøkonomer med nogle års erfaring eller personer i detailhandlen, der arbejder med e-handel og digital markedsføring. Det kan også være personer med mellemlange og lange videregående uddannelser, der har et større digitalt element i deres daglige arbejde, f.eks. cand.merc'ere, bibliotekarer, journalister mv.



3. Fagsammensætning

Svarpersonerne i undersøgelsen blev bedt om at give de fag, der kunne indgå i uddannelsen, point fra 1-5, hvor 1 er irrelevant for dem, og 5 er meget relevant for dem. Vi oplevede, at der var en stor variation i svarene. Offentlige virksomheder og bureauer med speciale i forretningsudvikling var f.eks. ikke så interesserede i e-handelsfag. Mens digital projektledelse og cross media concepts ramte mere bredt. Der er 14 personer, der har givet point, da brancheforeningernes svarpersoner ikke har svaret på dette spørgsmål. I forhold til interessen for videnskabsteori, så er det værd at bemærke, at svarpersonerne er ledere, der formentlig er særligt interesseret i videreuddannelse, hvor de kan se effekten umiddelbart. Flere svarpersoner bad efter interviewet om at få tilsendt mere materiale om uddannelsen, det gælder f.eks. KLEAN, Relationmedia, Teknisk Landsforbund, Sanseliv og DR.

FIGUR 1 FAGENES RELEVANS FOR SVARPERSONERNE



4. Tilgang til målgruppe og udbud af uddannelse

I forhold til arbejdet med at markedsføre den nye diplomuddannelse har vores undersøgelser givet konkrete input og konkrete leads i forhold til at få de første kursister. Lederne i de interviewede virksomheder er særligt interesserede i uddannelsens enkeltdele, mens det for medarbejderne har en interesse med muligheden for helheden i diplomuddannelsen (HK og Teknisk Landsforbund).

Bureauerne udgør også en målgruppe, dog vil det ikke være herfra, at hovedparten af kursisterne forventes at komme. Men som sekundære aftagere og særligt som samarbejdspartnere i forbindelse med uddannelsens udvikling er de centrale.

Små og mellemstore virksomheder er også interessante. Ligeledes større virksomheder, der har en mindre intern digital afdeling. Virksomhedstyperne vil være indenfor handel og service, hvor der efterhånden altid er et digitalt element.

"Vi ser et stort behov for både nuværende ansatte i detailhandlen og nye studerende for at få øget deres forståelse af og viden om, hvad der kræves af en forretningsmodel baseret på digitale kanaler... Vi ser den primære målgruppe som detailhandelen inden for alle produktgrupper... Men glem ikke B2B, især grossister og producenter..." Henrik, FDIH (foreningen for dansk internet handel), 2013 (brancheorganisation).

I forhold til netop denne uddannelse vil det være relevant med samarbejde med faglige organisationer, men også at understrege værdien af uddannelsens elementer i forhold til offentlige virksomheder, der traditionelt udgør en mindre aftager for erhvervsakademierne. Dog gælder det på EU plan, at andelen af IT-investeringer er fordelt 50/50 mellem private og offentlige organisationer². Dette forhold sammenholdt med digitaliseringsstrategien 2016 betyder, at der er et betydeligt udækket behov i den offentlige sektor, som potentielt også kan give en efterspørgsel for denne uddannelse.

I interviewundersøgelsen kom interviewpersonerne med konkrete input til udformningen af uddannelsesforløbet, og her gælder det, at mere intense forløb foretrækkes, så medarbejderen hurtigt får nye inputs og kan bruge dem i sin dagligdag.

5. Konklusion

Der er et behov i Midt- og Østjylland for diplomuddannelsen i e-konceptudvikling. Elementerne i uddannelsen er centrale i forhold til den udvikling, lederne i de interviewede virksomheder ser. Det er også kompetencer, der efterspørges blandt brancheorganisationer og fagforeninger. Det stigende krav om uddannelsesdokumentation og niveau er også et centralt element i behovet, og hvorfor det vil tiltale en lang række medarbejdere med kort eller ingen uddannelse inden for det digitale felt.

² Wells H. (2012) "How Effective are Project Management Methodologies". Project Management Journal.

6. Bilag

6.1. Spørgeramme Virksomheder i forbindelse med udbud af diplomuddannelse i e-konceptudvikling

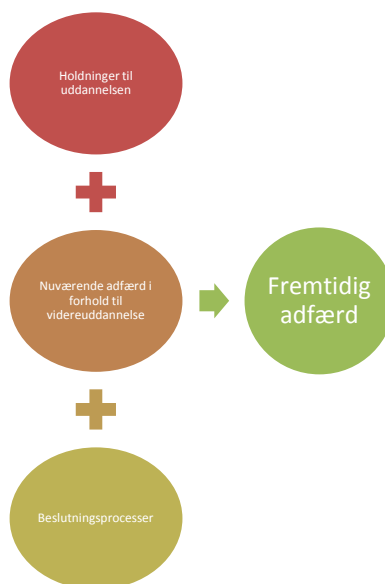
Mål

Målet med undersøgelsen er dels at få et indtryk af behovet for uddannelsen og dens delelementer. Dels at få en fornemmelse for hvordan uddannelsen skal kommunikeres til målgruppen.

Figuren nedenfor viser, hvordan spørgerammen er tænkt sammen med målet om at afsøge den fremtidige adfærd. Der vil indgå spørgsmål i tre kategorier: Holdninger til uddannelsens elementer, nuværende adfærd i forhold til videreuddannelse og beslutningsprocesser (herunder tidspunkter for beslutninger arbejdsgiver og medarbejder imellem og hvem, der vil være den primære målgruppe for kommunikation omkring uddannelsen).

Svar og respondenter registreres i elektronisk spørgeramme (Surveyxact).

FIGUR 2 ELEMENTER I ANALYSEN OG SPØRGERAMMEN



Respondenter og registrering af oplysninger

Vi udvælger respondenter, der repræsenterer nuværende aftagere af e-konceptudviklere, større private virksomheder, webbureauer, reklamebureauer og vi vil forsøge også at inddrage offentlige virksomheder. Som interviewere registrerer vi virksomhedsnavn, kategori (forretningsområde), antal medarbejdere, nuværende

aftager/ikke aftager³. I større virksomheder vil vi søge at få svar fra HR-medarbejdere eller ledere/mellemledere med personaleansvar.

Spørgeramme

Intro:

Goddag... vi er i gang med at undersøge en ny videreuddannelse på diplomniveau i online marketing og konceptudvikling. Det tager omkring 5 minutter at svare.

Adfærd:

Kan du fortælle lidt om, hvad I gør med videreuddannelse nu? (åbent)

Hvilke medarbejdere er typisk på videreuddannelse (medarbejdernes uddannelsesniveau, anciennitet) (åbent)

Hvilke typer kurser og uddannelsers længde? (åbent)

Foretrækker I, at uddannelsen er i dagtimer/aften/weekend?

Hvornår på året beslutter I typisk, om en medarbejder skal på videreuddannelse? Er det i forbindelse med MUS eller løbende?

Behov:

Hvilke kompetencer oplever I at mangle?

Hvilke kompetencer efterspørger jeres medarbejdere?

Hvilke områder forestiller du dig, at I leder efter videreuddannelse i de næste 2 år?

På en skala fra 1-5, hvor 5 er meget relevant, og 1 er slet ikke relevant for jeres videreuddannelsesbehov, vil du sige følgende er?

- Digital projektledelse
- E-handel: Strategi og forretningsudvikling
- E-handel: Optimering af salg og indtjening
- E-shop start up
- Digital marketing
- Digitalt design
- Bruger research
- Videnskabsteori

³ Aftager eller ikke aftager af studerende og/eller dimittender fra henholdsvis multimediedesigneruddannelsen og/eller professionsbacheloruddannelsen i digital-konceptudvikling.

- Cross Media Concepts

6.2.Interviewpersoner/virksomheder august 2015

Virksomhed	Kontakt	Stilling
JK Office	Morten Broberg	Daglig leder
MUNDU center for global dannelse	Susanne Pascal	Projekt- og kommunikationsmedarbejder
AutoUncle	Johan Frederik Schjødt	CEO
Kreativitet & Kommunikation, brancheforening for rådgivende, kreative erhverv	Aslaug Kleve	Udviklingschef
RelationMedia	Ole Norre	CEO
Web2Media	Allan Jørgensen	Founder, Partner
Princh	Thomas Ommen	CEO
Teknisk Landsforbund	Dorte Hindborg	Hovedbestyrelsesmedlem, Østjylland
DR (P4)	Stine Schougaard	Social Media Manager
Graphic House	Klaus Thomsen	Partner
KLEAN	Jesper Sørensen	CIO
Sanseliv	Charlotte Holst Andersen	Ejer-leder (enmandsforretning)
DR	Tina Kragelund	Tværgående redaktionschef, P4
Ilumi	Rasmus Bollerup	Projektudvikler & partner
Randstad	Mads Fridtjoff	Chefkonsulent

6.3.Tidligere behovsundersøgelse, 2013, interviewpersoner

Virksomhed	Kontakt	Stilling
Creuna	Simon Kibsgaard	Marketing Director
Kreativitet & Kommunikation	Aslaug Kleve	Senior rådgiver
Erhvervsakademi MidtVest	Kasper Aaberg	Uddannelseschef
FDIH	Henrik Theil	Kommunikationschef

Bilag 2: Estimeret behov - Diplom i e-koncept

Udvalgte brancher*	Antal ansatte	Område	Antal virksomheder	Estimeret behov pr virksomhed de næste 5 år	Estimeret behov
	5 til 9	Aarhus, Samsø & Syddjurs	133	1	133
	10 til 19	Aarhus, Samsø & Syddjurs	108	1	108
	20 til 49	Aarhus, Samsø & Syddjurs	60	2	120
	50 til 99	Aarhus, Samsø & Syddjurs	23	2	46
	100 til 199	Aarhus, Samsø & Syddjurs	8	3	24
	200 til 499	Aarhus, Samsø & Syddjurs	6	5	30
	mere end 500	Aarhus, Samsø & Syddjurs	3	5	15
Estimeret behov de næste 5 år i alt i Aarhus, Samsø og Syddjurs kommuner			341		476

Trukket i Webdirect 25.09.2015

Udvalgte brancher*	Antal ansatte	Område	Antal virksomheder	Estimeret behov pr virksomhed de næste 5 år	Estimeret behov
	5 til 9	Region Midtjylland	270	1	270
	10 til 19	Region Midtjylland	194	1	194
	20 til 49	Region Midtjylland	123	2	246
	50 til 99	Region Midtjylland	43	2	86
	100 til 199	Region Midtjylland	12	3	36
	200 til 499	Region Midtjylland	7	5	35
	mere end 500	Region Midtjylland	5	5	25
Estimeret behov de næste 5 år i alt i Region Midtjylland			654		892

Trukket i Webdirect 25.09.2015

*Udvalgte brancher:

47.91.10	Detailhandel fra postordreforretninger
47.91.20	Detailhandel via Internettet med digitale produkter
58.11.00	Udgivelse af bøger
58.13.00	Udgivelse af aviser og dagblade
58.14.10	Udgivelse af ugeblade og magasiner
58.14.20	Udgivelse af distrikts- og annonceblade
58.21.00	Udgivelse af computerspil
60.10.00	Radiovirksomhed
60.20.00	Tv-virksomhed
61.90.00	Anden telekommunikation
62.01.00	Computerprogrammering
62.02.00	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
62.03.00	Computer facility management
62.09.00	Anden it-servicevirksomhed
63.11.00	Databehandling, webhosting og lignende serviceydelser
63.12.00	Webportaler
70.21.00	Public relations og kommunikation
70.22.00	Virksomhedsrådgivning og anden rådgivning om driftsledelse
73.11.10	Reklamebureauer
73.11.90	Anden reklamevirksomhed
73.12.00	Reklameplads i medier
73.20.00	Markedsanalyse og offentlig meningsmåling
74.10.10	Industriel design og produktdesign
74.10.20	Kommunikationsdesign og grafisk design
91.01.10	Biblioteker
94.11.00	Erhvervs- og arbejdsgiverorganisationer
94.20.00	Fagforeninger
94.99.00	Andre organisationer og foreninger i.a.n.