Uddannelses- og Forskningsministeriet

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

Udskrevet 12. november 2026

Professionsbachelor - Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Erhvervsakademi Aarhus

Institutionsnavn: Erhvervsakademi Aarhus
Indsendt: 15/09-2023 05:06
Ansøgningsrunde: 2023-2
Status på ansøgning: Godkendt
Afgørelsesbilag
Download den samlede ansøgning
Læs hele ansøgningen

Ansøgningstype
Ny uddannelse

Udbudssted
Erhvervsakademi Aarhus, Viby J

Informationer på kontaktperson for ansøgningen (navn, email og telefonnummer)
Anette Bache abac@eaaa.dk 72286003

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
Bachelor's Degree Programme in E-commerce and Digital Marketing

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

Angiv den officielle engelske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse
Bachelor in E-commerce and Digital Marketing

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?
Det økonomiske område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?
Adgangskrav:

- Gymnasial eksamen (stx, hf, hhx, htx eller eux), eller særligt hf-forløb for fremmedsprogede (GIF)
- En tilsvarende udenlandsk eller international eksamen
- Erhvervsuddannelse: En erhvervsuddannelse af mindst 3 års varighed: Kontor, handel og forretningsservice

Derudover
Specifikke adgangskrav uanset ovenstående:

• Matematik B eller virksomhedsøkonomi B

De specifikke adgangskrav skal være bestået.

Supplering:
De fag eller niveauer, som en ansøger evt. mangler kan tages som supplering.

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

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?
Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?
Nej, undervisningen foregår slet ikke eller i mindre grad på nettet.

ECTS-omfang

210

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

Formålet med uddannelsen er at uddanne dimittender til alle slags virksomheders digitale forretning.
Dimittenden bliver kvalificeret til selvstændigt at varetage opgaver i forhold til drift, optimerering og vækst af forretningen primært inden for det private erhverv herunder B2C, B2B samt D2C. Den studerende opnår igennem uddannelsen både tekniske og merkantile kompetencer. Derudover vil det på uddannelsen være muligt at uddanne sig til enten at blive generalist eller specialist. Generalisten vil uddanne sig til at blive e-commerce koordinator/manager, mens specialisten bliver uddannet til at kunne varetage specialistområder som f.eks. UX/konverteringsoptimering, dataanalyse, digital annoncering eller søgemaskineoptimering (SEO). Den uddannede kan desuden selvstændigt indgå i faglige og tværprofessionelle samarbejdsrelationer.

Eksempler på erhvervssigte /jobfunktioner:

- E-commerce assistent/koordinator/manager
- Digital marketing assistant/coordinator/manager
- Specialist for eksempel inden for et af følgende områder: SEO, PPC, E-mail, UX/CRO, SoMe, paid social, markedspladser, e-eksport eller content marketing

Uddannelses struktur og konstituerende faglige elementer

Uddannelsen er en 3½ årig professionsbacheloruddannelse, som er normeret til 210 ECTS-point, der omfatter:

1. Uddannelseselementer på et samlet omfang af 160 ECTS-point, heraf 35 ECTS-point lokale fagelementer og 35 ECTS-point er valgfrie, mens 90 ECTS-point er obligatoriske uddannelseselementer.
2. Praktik på 30 ECTS-point.
3. Bachelorprojekt på 20 ECTS-point

Uddannelsen er opbygget af to konstituerende fagområder:

- Digital forretning, kundeforståelse og udvikling – 90 ECTS-point
- Optimering, data og teknologier – 70 ECTS-point

Fagelementerne i uddannelsen (grafisk oversigt og ECTS-beskrivelse i behovsanalysen):

1. Semester

Brobygning
Faget introducerer de studerende til faglig viden, som sidestiller de studerende i forhold til den ungdomsuddannelse, de kommer fra. Studerende fra HHX har et omfattende kendskab til det merkantile, som de øvrige studerende også skal bibringes, mens studerende der kommer fra HHX skal have en dybere forståelse for problemløsning.

Forretningsforståelse
Faget dækker over en række nøgleemner inden for virksomhedsdrift og ledelse, således den studerende får godt købmandskab ind under huden. Den studerende skal lære at analysere forskellige forretningsmodeller, virksomhedens kerneaktiviteter, intern/ekstern situationsanalyse i en national og international kontekst ved hjælp af bl.a. Business Model Canvas. CSR og cirkulær økonomi vil også indgå ift. at forstå, hvad der skal til for at have en sund forretning.

Økonomi
Den studerende vil lære om økonomiske metoder og værktøjer til at analysere og træffe beslutninger i en e-handelsvirksomhed, inklusiv omkostningsstyring, budgettering, økonomisk analyse og rapportering. Faget vil også dække specifikke økonomiske aspekter af e-handel, såsom transaktionsudgifter, prissætning, lagerhåndtering samt emner som investeringsanalyse og risikostyring i en e-handelskontekst.

Den professionelle studerende
Dette fag vil omfatte følgende emner: Udvikling af personlige kompetencer og karakteregenskaber, viden om de 6 karakteregenskaber, der er vigtige for at lykkedes på det 21. århundredes arbejdsmarked, evne til at reflektere samt værktøjer til at fortsætte sin personlige udvikling.

E-handelsteknologier I
Faget er et grundlæggende introduktionsfag til webproduktion, front-end webudvikling. Fokusset er at analysere, producere og redigere webindhold ved hjælp af gængse teknologier til web (særligt: HTML, CSS og JavaScript). Her introduceres også server-client forhold og brug af webhoteller.

2. Semester

Metode & Videnskabelse
Dette fag beskæftiger sig med samfundsvidenskabelige metoder til at indsamle, analysere og arbejde med valid viden med henblik på at kunne træffe valg af relevante kvalitative og kvantitative metoder med fokus på en kritisk kildeanvendelse til forskellige løsninger af en problemstilling. Faget vil også omfatte anvendelse af teknologi og værktøjer til at analysere og bearbejde data. Formålet med faget er at give den studerende de nødvendige færdigheder og viden til at kunne planlægge og udføre egen dataindsamling ift. at anvende ny viden inden for en e-handelskontekst.

Customer Experience
Faget dækker emner ift. at skabe positive og engagerende kundeoplevelser. I faget vil følgende emner indgå: Kundebehovsanalyse, brugerrejse og -adfærd, datadrevet kundeindsigt, personalisering, kundeservice, feedback og loyalitet. Den studerende vil lære om forskellige metoder og værktøjer til at analysere, designe, implementere og optimere kundeoplevelser på tværs af digitale og fysiske kanaler. Faget vil også fokusere på at forstå, hvordan kundeoplevelser kan påvirke virksomhedens brand og omdømme, samt hvordan man kan måle og evaluere effekten af kundeoplevelsesindsatser.

User Experience & Konverteringsoptimering
Faget beskæftiger sig med designmetoder og UX-værktøjer til at forbedre den digitale brugeroplevelse, brugertest, arbejde i praksis med UX-principperne, udarbejde prototyper samt arbejde med design thinking. Desuden vil der være fokus på sammenhæng mellem UX og konverteringsoptimering, som har til hensigt at forbedre effektiviteten og øgning af indtjeningen af en webshop. Faget hænger meget sammen med både Metode og Videnskabelse samt Customer Experience.

Mediefag
Fagets formål er at klæde den studerende på til indholdsproduktion særligt inden for grafik og visuelle domæner. Her arbejder den studerende med produktion af video, foto og redigering, for at kunne producere indhold til andre fag. Der vil også være fokus på nye medier ift. at udforske nye at udforske nye teknologier, i takt med at de opstår, med henblik på at eksperimentere og potentielt inddrage dem i e-handelsdomænet.

Dataanalyse I
Faget dækker de grundlæggende principper og teknikker for dataanalyse i en e-handelskontekst. Kurset vil dække emner som dataopsamling og -opbevaring, grundlæggende statistik, datavisualisering og grundlæggende maskinlæringsalgoritmer. Den studerende være i stand til at håndtere og analysere små til mellemstore datasæt fra en e-handelsforretning.

3. Semester

Digital forretningsforståelse
Faget fokuserer specifikt på digitale aspekter af virksomhedsdrift og ledelse herunder digitale transformationer og innovationer, CAC/CLV og indvirkning på kort og lang sigt, digitale forretningsmodeller og -strategier, juridiske og etiske aspekter af digital forretningsudvikling. Faget dækker også over specifikke digitale teknologier og deres anvendelse i e-handelsvirksomheder. På denne måde vil faget supplere faget Forretningsforståelse og give den studerende en mere specialiseret viden om digitale aspekter af forretningsforståelse.

E-handelsteknologier II
Faget er en progression fra e-handelsteknologier I og bygger på at skabe en solid forståelse for brugen af E-commerce platforme med henblik på at etablere og drifte større webapplikationer. Faget udvikler sig henimod et større fokus på E-handelsspecifikke systemer og applikationer, specifikt relevant for webshops.

Dataanalyse II
Faget fokuserer på mere avancerede teknikker for anvendelse af dataanalyse i en e-handelskontekst. Emner kan omfatte avancerede statistiske metoder, datamining, prædiktiv modellering og anvendelser af maskinlæring og AI i e-handelsvirksomheder. Ved afslutningen af kurset vil den studerende have den nødvendige viden og færdigheder til at arbejde med store og komplekse datasæt i en e-handelsforretning.

4. Semester

Digital marketing
Faget dækker over emner som søgemaskineoptimering, digital annoncering, social media marketing, e-mail marketing og content marketing. Den studerende vil lære at udvikle digitale marketingstrategier, hjælpe med at øge trafik og konverteringer på en e-handelsplatform. Faget vil også fokusere på måling af effektiviteten af digitale marketingaktiviteter og optimering af marketingindsatserne baseret på resultaterne. Ved afslutningen af faget vil den studerende have en dyb forståelse af, hvordan man strategisk kan planlægge, implementere og optimere digitale marketingkampagner og -aktiviteter for at øge online synlighed, trafik og konverteringer for en e-handelsvirksomhed.

E-eksport
Faget giver en forståelse af, hvordan en virksomhed kan nå ud til flere internationale markeder både B2C eller B2B ved hjælp af egne digitale platforme og markedspladser. Faget vil også fokusere på, hvordan man håndterer ordrebehandling, kundesupport og logistik samt internationale handelsregler. Den studerende vil lære at forstå de juridiske og økonomiske konsekvenser af e-eksport.

Specialisering
Den studerende kan vælge 3 specialiseringsfag. Der vil udvikles valgfag ift. de behov der opstår ude i markedet og dermed klæde den studerende på, der ønsker at bliver generalist eller specialist. Specialiseringsfag kan være følgende: SEO, E-mail marketing, Betalt digital annoncering, Sociale medier, Automation, Branding, User psychology, influencer marketing, neuromarketing, logistik, konverteringsoptimering, driftsøkonomi samt Content marketing.

5. Semester

Praktik

6. Semester

Dataanalyse III
Faget er en progression fra faget Dataanalyse II og fokuserer på at anvende avancerede metoder og teknikker til brugen af dataanalyse i en e-handelskontekst. Emner kan omfatte personalisering af kundeoplevelser, segmentering af kundegrupper, optimering af prissætning og produktanbefalinger, kundechurn og kundeloyalitet, og analyse af kunde- og brugeradfærd. Den studerende vil få specialiseret viden om, hvordan man anvender dataanalyse til at optimere og forbedre en e-handelsforretning.

Fordybelsesspor
I fordybelsessporet vil den studerende kunne fordybe sig i et selvvalgt emne, hvor den studerende skal indsamle forskellige valide kilder, ift. at få nye indsigter i det valgte emne, som er relevant for en e-handelsvirksomhed. Den studerende lærer her at tilegne sig ny viden og omsætte det til praksis.

Specialisering
Den studerende kan vælge 3 specialiseringsfag, som beskrevet under 4. semester specialisering.

7. Semester

Personligt lederskab
Faget vil fokusere på udviklingen af den enkelte studerende og samtidig give den studerende ledelsesmæssige kompetencer. Faget vil omfatte emner som selvrefleksion, personlig udvikling og målsætning, men vil også omfatte emner som kommunikation, konflikthåndtering og teambuilding ift. at indgå i en konstruktiv og produktiv arbejdskultur.

Projektstyring
Faget vil fokusere på at lære den studerende at planlægge og styre projekter på en effektiv måde. Faget vil omfatte emner som projektplanlægning, risikostyring, tidsplanlægning og ressourceallokering, og de studerende vil også lære at anvende forskellige værktøjer og teknikker til at administrere projekter, herunder agile metoder, Gantt-diagrammer og Scrum. Ved at forstå de grundlæggende principper for projektstyring vil den studerende være i stand til at lede effektive og succesfulde projekter i deres fremtidige e-handelskarriere.

Bachelorprojekt
Som det sidste element på uddannelsen skal den studerende tage udgangspunkt i en virksomheds digitale problemstilling, som den studerende skal løse ved at anvende teorier og metoder, som den studerende har tilegnet sig gennem uddannelsen. Som en del af projektet skal den studerende udarbejde og inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.

Begrundet forslag til takstindplacering af uddannelsen

Praksisnær undervisning i e-commerce samt digital marketing kræver adgang til værktøjer ift. opsætning og udvikling af webshop, redigeringsprogrammer for video og grafisk produktion, samt diverse tools og plug-ins til data-analyse, -behandling og -visualisering som bliver anvendt i branchen.

Uddannelsen er en merkantil uddannelse med et væsentlig it-fagligt/teknisk fundament vi foreslår derfor at uddannelsen bliver indplaceret i samme niveau som logistikøkonom.

Forslag til censorkorps

Handel og logistik

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

BEHOVSANALYSE PB E-COMMERCE_EAAA inkl. bilag.pdf

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

Der er et stor behov for at dygtiggøre medarbejdere inden for e-commerce og digital marketing. Erhvervet angiver, at det er svært at rekruttere kvalificerede medarbejdere. Undersøgelser, foretaget af Dansk Erhverv, viser at ca. hver femte e-handelsvirksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere grundet mangel på kompetente medarbejdere inden for dette område.

Både nationalt og regionalt er det dokumenteret, at der er en stor efterspørgsel af medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing, dog er efterspørgslen markant højere i region Midtjylland sammenlignet med hele landet. 84,2% af de 171 adspurgte virksomheder mener at der er et behov for en ny uddannelse indenfor e-commerce og digital marketing.

Mie Bilberg fra Dansk Industri udtaler: "… etableringen af den foreslåede bacheloruddannelse vil have potentiale til at øge talentmassen og dermed løse en af de største barrierer danske virksomheder står med, at de ikke i tilstrækkelig grad kan få de folk, som de har behov for. De virksomheder, der ikke selv kan oplære folk i digitalt salg, har pt. ikke mulighed for at komme i gang." Regeringen har fastslået, at "Dimittender og arbejdsstyrkens digitale viden, forståelse og kompetencer skal styrkes gennem en forstærkning af de videregående uddannelser." *Finansministeriet, 2022D, Danmarks digitaliseringsstrategi, link: https://www.regeringen.dk/media/11324/danmarks-digitaliseringsstrategi-sammen-om-den-digitale-udvikling.pdf*

Efterspørgslen efter medarbejdere med specialiserede kompetencer inden for e-commerce og digital marketing er stigende og påkrævet. Det er afgørende at etablere en relevant uddannelse for at opfylde dette behov og hjælpe danske virksomheder med at konkurrere og innovere samt fremme vækst og udvikling i en digital tidsalder.

Uddybende bemærkninger

På Erhvervsakademi Aarhus planlægger vi at erstatte den eksisterende PBO i e-handel med den nye uddannelse PBA i e-commerce og digital marketing. Dette betyder, at den nuværende PBO i e-handel nedlægges på Erhvervsakademi Aarhus, når studerende fra den nye uddannelse PBA i e-commerce og digital marketing begynder at afslutte uddannelsen. Vores mål er at åbne for optagelse af studerende på den nye PBA i e-commerce og digital marketing i september 2024, og de første studerende forventes at dimittere i januar 2028. Det sidste optag til den eksisterende PBO i e-handel vil være i september 2026, med forventet dimission i januar 2027.

Dette planlægningsforløb sikrer, at der ikke vil være nogen afbrydelse i tilførelsen af nyuddannede til virksomhederne.

Vi forventer, at lukningen af PBO i e-handel, i Aarhus, vil betyde, at der vil komme et marginalt bedre optag på PBO i e-handel i Skive, Kolding og Aalborg som følge af, at uddannelsen ikke længere udbydes i Aarhus.

Det er vigtigt at uddannelsen har benævnelsen e-commerce og ikke e-handel. Ved kørsel i jobdatabasen Jobtrend (alle stillingsopslag i første halvår 2023) er 26 % af stillingsopslag med e-commerce manager stillinger, mens det kun er 2 % af stillingerne med titlen e-handel. Det betyder, at e-handel i erhvervet primært er brugt til stillinger på et lavere niveau, mens e-commerce mere er brugt til stillinger på et højere niveau. Det samme gør sig gældende for specialist stillinger. De er udelukkende betegnet e-commerce. Dette afspejles også i den feedback vi har fået fra virksomhederne.

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

Der er en markant efterspørgsel efter medarbejdere, der har kompetencer inden for ’e-commerce’ eller ’digital marketing’. I jobdatabasen jobtrend er der analyseret på efterspørgslen efter tilsvarende medarbejdere i perioden 2018–22 både nationalt og i Region Midt. Nationalt ligger efterspørgslen gennemsnitligt i index 110,63 for ”E-commerce” og 124,56 for ”Digital marketing”. For region Midt er de tilsvarende tal på 143,4 og 192,5, altså markant højere. I forhold til søgningen på e-handel på LinkedIn Talent Insights, er der en meget høj efterspørgsel efter profiler med den kombination af skills i Aarhus, København, Vejle og Silkeborg, mens efterspørgslen er høj i Odense, Horsens, Kolding og Herning.

På baggrund af nationale undersøgelser fra Dansk Erhverv og Dansk Industri, jobtrend, LinkedIn Talent Insights sammenholdt med de kvalitative interviews, kvantitativ undersøgelse samt interessetilkendegivelser, samt vores optag på 80 på PBO-e-handel, er det vores forventning, at der vil kunne optages 134 studerende lokalt, ud fra at halvdelen af vores nuværende studerende går e-commerce vejen og halvdelen digital marketingvejen - uden at medtage den forventede vækst fremadrettet.

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

Interesseerklæringer: Dansk Erhverv, Dansk Industri, HK, PROSA og Aarhus Kommune
Kvalitative interview: Digital Dogme, Sinful, F&H Group, Firtal Web, Rito, DSV, Bolia.com, Sport24, Trendhim, Truestory, S360, Vertica, Kynetic, Web2media
Fokusgrupper(dimittender): Aros Kunstmuseum, Better Nætter, S360, F&H gruppen, Aarhus Tandcenter, Adlab Aps, Soft rebels og Esmé Studios, Obsidian Digital, Difento
Spørgeskemaundersøgelse (i alt 171 virksomheder): Admil, Aros Kunstmuseum, Axel Kaufmann Aps, Bilhandel Aps, Conversio, DAWN Designs, Grejfreak, Hannibal Travel, ILVA, Kompetencekanalen, Kynetics, Music Group Denmark, Møblér, Natulique, No Zebra, Outsource.dk A/S, Proshop, RAINS, S360, Searchmind, Sinful, Truestory, Vibholm gulv & sølv, Whiteaway Group, By Green Cotton, EYDA, F&H Group, Hej.dk, JBS Textile Group, Normal, Nu Danmark, PEJ Gruppen, Pilgrim, Plantorama,Sinnerup, Sports Group Denmark, Topas Explorer Group, Kvik A/S, Davidsen, Lazza WEB, Skechers Nordic, Global Equstrian Group, Good Food Group, Ackermann, Obsidian Digital, PLAZA Ure & Smykker, Royal Copenhagen, Trifork, Dentsu, Valtech, Represented, The Marketing Guy, Inbound CPH A/S, Advetia Accrease, Besa Digital, Flizz m.fl.

Hvordan er det konkret sikret, at den nye uddannelse matcher det påviste behov? Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Aftagernes behov i dækningsområdet Region Midtjylland er et centralt omdrejningspunkt. Erhvervsakademi Aarhus har et stort netværk af praktikvirksomheder i dækningsområdet, hvilket vi har taget udgangspunkt i. Vi har gennemført 14 interviews med relevante informanter/virksomheder i april 2023. I alle interviews indgik spørgsmål omkring virksomheden, kompetencer inden for e-handel, digital marketing og virksomhedernes input til indhold på uddannelsen. Derefter har vi lavet en kvantitativ undersøgelse om behovet og input til det faglige, hvor 171 respondenter har svaret på undersøgelsen. Vi har sikret os, at flere af virksomhederne har aktiviteter i flere dele af regionerne. I udarbejdelsen af fagelementerne og opbygningen af uddannelsen har vi også lavet fokusgruppeinterview med tidligere studerende, og har brugt input fra interviews samt kvantitativ undersøgelse. Derudover har vi også brugt det input, som vi har fået fra Dansk Industri, Borgmester Jakob Bundsgaard, Aarhus Kommune, Dansk Erhverv, Prosa og HK Østjylland. Derudover har vi orienteret os blandt stillingsannoncer og LinkedIn Talent og ladet dette informeres os i udviklingen af den nye uddannelse.

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

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 fagligheder er at uddanne de faglige specialister/generalister som virksomhederne og interesseorganisationerne efterspørger. Når man kombinerer to fagligheder, vil der være mange beslægtede uddannelser. I uddybende bemærkninger, er de vigtigste beslægtede uddannelser beskrevet. Det er uddannelserne, som fremgår af afsnit 4.6, tabel 9 på side 21 – 23 i behovsanalysen, hvor ligheder og forskelle uddybes i forhold til de beslægtede uddannelser. Læs yderligere i afsnittet Uddybende bemærkninger.

Uddybende bemærkninger

De beslægtede uddannelser i relation til uddannelsen, er primært uddannelser der beskæftiger sig med merkantile fagligheder eller informationsteknologi. Se tabel 9 på side 21 - 23 i behovsanalysen for en udtømmende liste over beslægtede uddannelser. Her er det primært følgende uddannelser:

Markedsføringsøkonom: Uddannelsen har nogle af de samme merkantile fagelementer, men de studerende får en bred indføring i fagligheder, 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.

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

Handelsøkonom: Uddannelsen har nogle af de samme merkantile fagelementer, men de studerende får en bred indføring i fagligheder, frem for en dyb. Samtidig er der, som nævnt i behovsanalysen, siden 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 fagligheder. Der er ikke særskilt fokus på digitale fagelementer.

PBO-e-handel: Uddannelsen er en top-up bachelor og bygger ovenpå EA uddannelser. Uddannelsen giver en god 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.

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.

Bachelor i informationsteknologi: Uddannelsen er en teoretisk bacheloruddannelse, der har fokus programmering, kommunikation og udvikling af digitale produkter. Uddannelsen mangler hele den forretningsorienterede side.

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

Det primære rekrutteringsgrundlag vil være 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 Danmark med en gymnasial/ anden adgangsgivende eksamen eller en erhvervsuddannelse. Konsekvenser for eksisterende udbud:Se under uddybende bemærkninger ved "Kort redegørelse for det nationale og regionale behov for den nye uddannelse". Det er vores vurdering, på baggrund af vores erfaring med finansøkonom/finansbachelor, samt datamatiker/IT arkitektur, at der er en meget lille effekt på eksisterende uddannelser ved oprettelse af ny beslægtet uddannelse. Det er derfor vores forventning, at oprettelsen af PBA i e-commerce og digital marketing ikke vil have betydning for de beslægtede uddannelser nævnt i afsnit 4.6 i behovsanalysen.

Rekrutteringsgrundlaget fra de gymnasiale uddannelser er på 8.904 i 2021 og 9.041 i 2022 i vores snævre dækningsområde i Syddjurs, Aarhus og Samsø kommuner (Danmarks Statistik).

Beskriv kort mulighederne for videreuddannelse

Dimittenderne fra Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing vil kunne videreuddanne sig på kandidatuddannelser indenfor marketing og IT, fx cand ITKO.

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

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

Optag år 1: 130 studerende

Optag år 2: 130 studerende

Optag år 3: 130 studerende

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

Behovsundersøgelsen omfatter også en afdækning af virksomheders interesse og mulighed for at indgå praktikaftaler for studerende på en professionsbachelor i e-commerce og digital marketing. De studerende, som tager en PBO i e-handel, er meget attraktive og får let praktikpladser og efterfølgende ansættelse.

Virksomhederne er, som illustreret i det uploadede dokument, meget interesserede i at tage studerende fra uddannelsen i praktik. Hele 88,9 % er interesseret eller meget interesseret i at få en praktikant fra den nye uddannelse Baseret på antal af aftagere i spørgeskemaundersøgelsen, vil der være flere praktikpladser til rådighed end der er studerende det første år.

Den store interesse for at tage praktikanter, kombineret med at Erhvervsakademi Aarhus allerede i dag har et godt samarbejde med mange lokale og regionale praktikvirksomheder, vurderes det derfor absolut muligt at kunne tiltrække et dækkende antal praktikpladser.

Generelt har vi på Erhvervsakademi Aarhus let ved at skaffe praktikpladser, og på baggrund af vores stærke virksomhedssamarbejde er det forventningen, at det samme vil gøre sig gældende for Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

Rekrutteringsgrundlaget ses i tabel 8, side 21 i Behovsanalysen. Heraf fremgår de nationale og regionale tal.

På baggrund af det fremlagte rekrutteringsgrundlag vurderer vi, at der kan rekrutteres ind på et udbud af Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing i Aarhus fra eget dækningsområde; og derudover også tiltrække fra resten af Vestdanmark og måske Østdanmark.

Udbuddet af uddannelsen vurderes ikke at have konsekvenser for øvrige beslægtede udbud, da det forventes at øge interessen for området.

Erhvervsakademi Aarhus har modtaget en stærk opfordring fra betydningsfulde interesseorganisationer som DI og Dansk Erhverv. Disse organisationer efterspørger en specialiseret uddannelse, der fokuserer på digitalt salg og marketing. Målet er at uddanne kandidater, der kan accelerere den digitale omstilling, fremme innovation og styrke væksten i dansk erhvervsliv. Den ønskede uddannelse skal kombinere teknisk ekspertise (herunder webudvikling, e-handelsplatforme, betalingssystemer, dataanalyse og digital markedsføring) med merkantile færdigheder (herunder forretningsudvikling, optimering, salgs- og marketingstrategier, økonomi, projektledelse og kundeoplevelse).

E-commerce er ikke en forbigående trend; det er kommet for at blive. Ifølge en rapport fra World Economic Forum er kun 36 % af de danske virksomheder i øjeblikket aktive online, men inden for de næste 5 år forventes hele 75 % af virksomhederne at have en online tilstedeværelse. Dette indikerer en stærk og uforløst digitaliseringsmulighed, som repræsenterer en markant omvæltning for dansk erhvervsliv. Det er værd at bemærke, at virksomheder allerede nu står over for udfordringer med at rekruttere kvalificerede medarbejdere inden for e-commerce og digital marketing. Ifølge analyser fra Dansk Erhverv oplever næsten hver femte e-handelsvirksomhed vanskeligheder med at besætte stillinger på grund af manglende kompetente ansøgere. Vores egne kvantitative undersøgelser med svar fra 171 virksomheder viser, at mere end hver tredje virksomhed regelmæssigt har rekrutteringsudfordringer.

Desuden lider små og mellemstore virksomheder under udfordringer med at videreuddanne deres medarbejdere inden for e-commerce. Disse mindre virksomheder mangler ofte både kompetencer og ressourcer til at stå for videreuddannelse, hvilket skævvrider konkurrenceforholdet mellem små og store virksomheder. E-commerce og digital marketing udvikler sig hurtigt, og virksomhederne kan have svært ved at holde trit med denne udvikling. Som en løsning benytter 43 % af virksomhederne eksterne bureauer til at løse opgaver inden for e-commerce og digital marketing. Den fælles udfordring for alle virksomheder er, at de mister konkurrencekraft, når de ikke har adgang til medarbejdere med de nødvendige kompetencer.

Formålet med en ny uddannelse er at uddanne medarbejdere med de nødvendige færdigheder til at imødekomme virksomhedernes stigende behov for digital udvikling. Der er akut brug for medarbejdere, der kan kombinere teknisk know-how med forretningsforståelse inden for e-commerce og digital marketing. Den eksisterende uddannelse, PBO i e-handel, varer kun 1½ år, hvor den studerende i ½ år er i praktik, hvorfor det er begrænset hvad uddannelsen kan indeholde. I en tid med hastig digitalisering er dette ikke tilstrækkeligt. Den nye uddannelse vil løbe over 3½ år og give de studerende mulighed for at dygtiggøre sig inden for e-commerce og digital marketing på en langt mere omfattende måde. Dimittender fra denne uddannelse vil være velrustede til at arbejde med e-handelsteknologier, dataanalyse, e-eksport, SEO, betalt annoncering, konverteringsoptimering og meget mere.

Regeringen har også gjort det til et mål at styrke digitale kompetencer gennem videregående uddannelser. Den nye uddannelse er derfor i overensstemmelse med regeringens ambitioner og har potentiale til at påvirke positivt på vækst, innovation og eksportmuligheder for dansk erhvervsliv.

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

Ja

Status på ansøgningen

Godkendt

Ansøgningsrunde

2023-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev A7 Professionsbachelor i E-commerce og digital marketing.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

ERHVERVSAKADEMI
AARHUS

BEHOVSANALYSE

Behov og relevans for professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

INDHOLD

1. Indledning 2
1.1 Metode 3
2. Behovsanalyse 6
2.1 Kvalitetssikring af uddannelsesportefølje 6
2.2 Aftagernes holdning til behovet for uddannelsen 6
2.2.1 Interviews med aftagervirksomheder 6
2.2.2 Spørgeskemaundersøgelse aftagervirksomheder 7
2.3 Aftagernes holdning til fagligt indhold på uddannelsen 8
2.3.1 Interviews med aftagervirksomheder 8
2.3.2 Fokusgrupper med dimittender 10
2.3.3 Spørgeskemaundersøgelse aftagervirksomheder 12
2.4 Afrunding på behovsanalysen 13
3 Kompetenceefterspørgsel 14
3.1 Kompetenceefterspørgsel inden for e-commerce og digital marketing 14
3.2 Arbejdsopgaver efterspurgt af branchen 15
3.3 Stor efterspørgsel efter digitale integratorer 15
3.4 Kompetenceefterspørgsel på landsplan 16
3.5 Kompetenceefterspørgsel lokalt 16
4 Uddannelsens indhold 17
4.1 Uddannelsens formål og erhvervssigte 17
4.2 Uddannelsens faglige profil 17
4.3 Uddannelsens overordnede mål for læringsudbytte 18
4.4 Uddannelsens indhold 18
4.5 Rekruttering 20
4.6 Beslægtede uddannelser 21
5 Interessetilkendegivelser 24
6 Konklusion 28

1. Indledning

I maj 2022 lancerede regeringen en ny digitaliseringsstrategi[1], som skal være med til at fastholde Danmarks digitale førerposition. Strategien har blandt andet fokus på at øge væksten og eksporten gennem digitalisering. Danskerne skal være rustet til den digitale fremtid og digitaliseringsministeren Marie Bjerre har udtalt: "… *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*[2]".

I Danmark findes to ud af tre jobs indenfor SMV'erne i den private sektor. Men SMV'erne er mindre digitaliseret end store virksomheder, de investerer mindre i nye teknologier, og de er mindre innovative end SMV'er i vores nabolande, hvilket blandt andet skyldes manglende viden og ressourcer.[1] Dansk Erhverv udtaler i deres interesseerklæring: "*Virksomheder har behov for dygtige fagfolk med specialiseret viden inden for e-handel og digital marketing for at kunne konkurrere effektivt i det moderne erhvervsliv*". Dansk Industri er enige i behovet og udtaler, at der mangler e-commerce talent, der kan forløse potentialet i danske virksomheder. I interessetilkendegivelsen fra DI udtaler de: "*Dansk Industris medlemmer er optaget af, og vi er derfor optaget af, at det danske uddannelsessystem får udviklet og uddannet det talent, vi allerede nu mangler indenfor e-commerce*".

En stor del af dimittenderne på Erhvervsakademi Aarhus (EAAA) bliver ansat i SMV'er. De skal som medarbejdere være med til at gøre en forskel ude i den enkelte virksomhed ift. den digitale transformation. Der er en stor efterspørgsel i arbejdsmarkedet, efter medarbejdere med specialiseret IT-kompetencer, og fremskrivninger viser, at der i 2030 mangler 22.000 IT-professionelle. Hvis vi ikke formår at uddanne flere inden for IT, teknologi, data og kodning, så er der stor risiko for væksten hæmmes, innovationen stagnerer og danske eksportmuligheder ikke udnyttes.[3] Derfor er det regeringens ønske at: *"Dimittender og arbejdsstyrkens digitale viden, forståelse og kompetencer skal løftes gennem en styrkelse af de videregående uddannelser".*[1] Erhvervsakademierne er en afgørende fødekanal til erhvervslivet, både med eksisterende IT uddannelser som datamatiker, multimediedesigner, digital konceptudvikling og webudvikling, men også ift. at udbyde nye relevante uddannelser, som efterspørges af arbejdsmarkedet.

Når vi taler om efterspørgslen efter e-commerce kompetencer, så har World Economic Forum netop udgivet en ny rapport "Future of jobs report 2023"[4], som konkluderer, at der kommer til at ske væsentlige ændringer på arbejdsmarkedet. 75 % af virksomhederne vil adoptere e-commerce teknologi indenfor 5 år. 36 % af de danske virksomheder i 2022 sælger allerede online enten gennem webshops, markedspladser og/eller EDI, men man forudser, at det vil stige til 75 %.[5] Tidligere var e-commerce kun for handelsvirksomheder, mens det i dag og endnu mere i fremtiden, vil være relevant for mange forskellige virksomheder i mange brancher.

De danske virksomheder er opmærksomme på udviklingen. En analyse fra Dansk Industri i 2022[6], beskriver forventningen til vækst i online salg blandt danske virksomheder på 83 % i de kommende år. Indkøberne i danske virksomheder arbejdet målrettet med online salg, og de tilkendegiver, at online indkøbskanaler er den suveræn fortrukne måde at handle med deres leverandører på. 36 % af danske virksomheder tilbyder online salg i 2022, hvilket betyder, at der er et stort udviklingspotentiale, som kan realiseres, hvis kompetencerne til udvikling af e-commerce findes blandt medarbejderne.

---

[1] Finansministeriet, 2022D, Danmarks digitaliseringsstrategi, link: https://www.regeringen.dk/media/11324/danmarks-digitaliseringsstrategi-sammen-om-den-digitale-udvikling.pdf

[2] Digitaliserings- og ligestillingsministeriet, 25. januar 2023, Folketingets Lovsekretariat, sagsnr. 2023 – 125, Doknr. 756,

[3] Dansk Erhverv, 2021, Vi skal sikre, at flere uddanner sig inden for it og digitalisering, link: https://www.danskerhverv.dk/presse-og-nyheder/nyheder/2021/juli/vi-skal-sikre-at-flere-uddanner-sig-inden-for-it-og-digitalisering/

[4] World Economic Forum, 2023, "The Future of Jobs Report 2023, Link: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf

[5] DI E-commerce, 2023, 75% har e-commerce indenfor fem år, link: https://www.danskindustri.dk/ecommerce/nyheder/nyhedsarkiv/nyheder/2023/05/nyhed-2-75-har-e-commerce-indenfor-fem-ar/

[6] DI Ecommerce, 2022, B2B e-commerce – de sælgende virksomheder, link: https://www.danskindustri.dk/siteassets/di-ecommerce/pdf/b2b-salgsanalysen_dec22_.pdf

Desuden er der et stort behov for at internationalisere danske virksomheder indenfor e-commerce, da tal fra Dansk Industri viser, at vi har en e-handelsbalance, der aldrig har været mere skæv, end den er i dag. Danskerne er flittige til at shoppe online i udenlandske webshops, mens der er langt færre udenlandske kunder, der handler i de danske webshops[7]

I 2017 etablerede EAAA en professionsbachelor overbygning (PBO) i e-handel på 1½ år. Det er en uddannelse, der blev udviklet i samarbejde med danske e-handelsvirksomheder som Coolshop, Cykelpartner, Bolia.com, Proshop.dk, Hummel, Sinful.dk og Truestory, hvor der er fokus på e-handelsforretningen, datadreven markedsføring og customer experience. For at blive optaget på uddannelsen skal den studerende have én af følgende 2-årige akademiuddannelser: entreprenørskab og design, finansøkonom, handelsøkonom, logistikøkonom, markedsføringsøkonom, multimediedesigner eller serviceøkonom. De studerende, som tager en PBO i e-handel, er meget attraktive og får let praktikpladser og efterfølgende ansættelse. Selvom de studerende er attraktive på arbejdsmarkedet, efterspørger arbejdsmarkedet stadig flere kompetencer blandt dimittenderne, og da uddannelsen oplever stor stoftrængsel, er det ikke er muligt at få plads til flere fag inden for den digitale forretning under de nuværende rammer på 1 års undervisning og ½ års virksomhedspraktik. Derfor bør der etableres en 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing, hvor den studerende kan uddannes med e-commerce kompetencer anno 2023[8].

1.1 Metode

Behovsanalysen er inddelt i to dele. Den ene del er en analyse af selve behovet for, at der etableres en ny professionsbachelor i e-commerce og digital marketing, og den anden del beskriver uddannelsens formål, indhold og struktur. Figur 1 viser en oversigt over de forskellige datakilder, som informerer os undervejs i dokumentationen for behovet for en 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital Marketing. I alle dele af dataindsamlingen samler vi også input til uddannelsens indhold. Undersøgelsen er startet med en grundig desk research, for at finde tidligere undersøgelser, der beskriver erhvervslivets strategier og behov for arbejdskraft nu og i fremtiden, med fokus på e-commerce relaterede strategier og behov.

Figur 1 - Overblik over indsamling af data til at dokumentere behov samt indhold



Aftagernes behov i dækningsområdet Region Midtjylland er et centralt omdrejningspunkt. Erhvervsakademi Aarhus har et stort netværk af praktikvirksomheder i dækningsområdet, hvilket vi har taget udgangspunkt i. Samtidigt har vi sikret os, at flere af virksomhederne har aktiviteter i flere dele af regionerne. Dertil har vi gennemført 14 interviews med relevante informanter/virksomheder i april 2023. Alle interviews fulgte en semistruktureret interviewguide, hvori der indgår spørgsmål omkring virksomheden, kompetencer inden for digital forretning, e-handel, digital marketing og virksomhedernes input til indhold på uddannelsen. Alle interviewene tog ca. 45-60 minutter og blev gennemført i Microsoft Teams, hvor de er optaget og transskriberet. I tabel 1 ses et overblik over de personer, der er blevet interviewet.

[7] DI Handel, 2022, Rekordstort underskud på e-handelsbalancen, link: https://www.danskindustri.dk/brancher/di-handel/nyhedsarkiv/nyheder/2022/4/rekordstort-underskud-pa-e-handelsbalancen/

[8] Vi ønsker ikke at den eksisterende 1½-årig top-up i e-handel skal nedlægges. For de mindre erhvervsakademier bør det stadig være muligt at videreuddanne studerende indenfor e-handel, som har taget en af de nævnte adgangsgivende akademiuddannelser.

Tabel 1 - Interviewet personer/virksomheder vedr. behov og indhold i uddannelsen

Navn	Titel	Virksomhed
Mette Beck-Nielsen	Adm. direktør	Digital Dogme
Søren Grundtoft Johansen	CEO	Sinful
Heidi Hjortshøj	Head of people recruitment and development	Sinful
Søren Sieg Jensen	E-commerce platform manager	F&H Group
Filip Evaldsen	CMO	Firtal Web
Dennis Drejer	CEO	Rito
Per Hansen	Director, Sales & Contract management	DSV
Simon Andersson Rafn	E-commerce manager	Bolia.com
Jesper Holler	Head of eCommerce and Customer Service	Sport24
Bjørn Seaton	Marketing Manager	Trendhim
Morten Kusk	CMO	Truestory
Sine Dolberg	Chief People & Culture Officer	S360
Jonas Theis Jensen	Director, Business development	S360
Anna Katrine Matthiesen	Partner	Vertica
Jeppe Juul Sørensen	Co-owner & CCO	Kynetic
Rasmus Terp	Direktør og partner	Web2media
John Meldgaard	Senior rådgiver og e-commerce ansvarlig	Web2media

Vi har afholdt to fokusgrupper med dimittender fra den eksisterende top-up professionsbachelor i e-handel. Deltagerne i de to fokusgrupper, var delt op efter hvilken 2-årig akademiuddannelse, de havde taget inden de begyndte at læse til professionsbachelor i e-handel. Den ene fokusgruppe var med dimittender, der havde læst markedsføringsøkonom, mens den anden fokusgruppe var med dimittender, der havde læst multimediedesigner. Årsagen til de to udvalgte akademiuddannelser er, at ca. 50 % af de studerende, der bliver optaget på den eksisterende e-handelsuddannelse på Erhvervsakademi Aarhus, har en markedsføringsøkonom uddannelse (EAAA optagstal). Multimediedesignerne er den eneste af de adgangsgivne akademiuddannelser, som giver den studerende IT-kompetencer på uddannelsen. Formålet med fokusgrupperne var at undersøge deres holdning til en fuld professionsbachelor og at få input til ønskede fagområder på uddannelsen. I tabel 2 ses et overblik over deltagerne i fokusgrupperne.

Tabel 2 - Dimittender der deltog i fokusgruppen vedr. behov og indhold i uddannelsen

Navn	Titel	Virksomhed
Signe Filipsen	Digital Planner	Aros kunstmuseum
Richardt Frøslev	E-commerce manager	Bedre Nætter
Jesper Tved Korsgaard	Associate Specialist paid search	s360
Cecilie Jørgensen	e-commerce marketplace operator	F&H Group
Cecilie Bak Madsen	Ecommerce og marketingansvarlig	Aarhus Tandcenter
Nicoline Høgh Stoubæk	SEO specialist	Adlab Aps
Camilla Koch	E-commerce responsible	Soft rebels og Esmé Studios
Anders Søgaard	SEO Consulent	Obsidian Digital
Jonas Kløjgård Amnitzbøll	Partner og marketing specialist	Difento
Mikkel Faartoft Jensen	Partner og webdevelopment	Difento

På baggrund af de kvalitative interviews og fokusgrupper blev der lavet en online spørgeskema-undersøgelse. Der er indsamlet data på LinkedIn, hvor link til undersøgelsen er delt. Det har Carsten Rose Lundberg (Fagchef for digital handel, Dansk Erhverv) gjort via sit netværk (26 svar). Derudover har uddannelseskoordinator for den eksisterende 1½-årige PBO i e-handel, Gitte Damgaard, også delt link til undersøgelsen (42 svar). Derudover er undersøgelsen udsendt til praktikvirksomheder fra Erhvervsakademi Aarhus, som har haft praktikanter fra følgende uddannelser: PBO i e-handel, PBO i international handel og marketing, PBO i digital konceptudvikling, PBA i økonomi og It, markedsføringsøkonom, multimediedesigner. Vi udvalgte 392 kontaktpersoner i **praktikvirksomheder**. De blev udvalgt på baggrund af relevant titel/ansvar inden for e-commerce eller digital marketing. Der er kommet 103 svar fra praktikvirksomhederne. I alt har 171 virksomheder deltaget i undersøgelsen. Den kvantitative undersøgelse havde til formål at undersøge behovet ift. at ansætte medarbejdere med kompetencer inden for e-handel og

digital marketing, vurdering af vigtigheden ift. 20 kompetenceområder, interessen i at få en praktikant fra uddannelsen samt om virksomhederne mener, at der er et behov for uddannelsen. I figur 2 vises et overblik over indholdet i spørgeskemaet.

Figur 2 - Overordnet indhold i spørgeskemaet til virksomheder

Hvor mange ansatte er der i den virksomhed, som du repræsenterer?
I hvilken region er virksomheden primært beliggende?
Inden for hvilket erhverv er virksomheden primært beskæftiget?
Anvender I bureau/ekstern partner til at udføre arbejdsopgaver inden for...?
Rekrutteringsudfordringer ift. at finde medarbejdere med de rette kompetencer inden for...?
Behov for at ansætte medarbejdere med kompetencer inden for...
Vurdering af 20 kompetencer ift. hvor vigtige de er...
Øvrige kompetencer (Åbent svar)
Interesseret i at have praktikanter fra uddannelsen
Hvordan skal praktikken foregå?
Er der behov for en 3½ årig bacheloruddannelse i ...

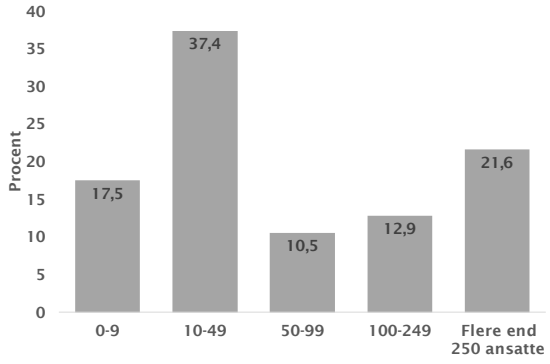
Note: Spørgeskema kan rekvireres

Tabel 3 - Navne på 61 virksomheder, der har deltaget i undersøgelsen

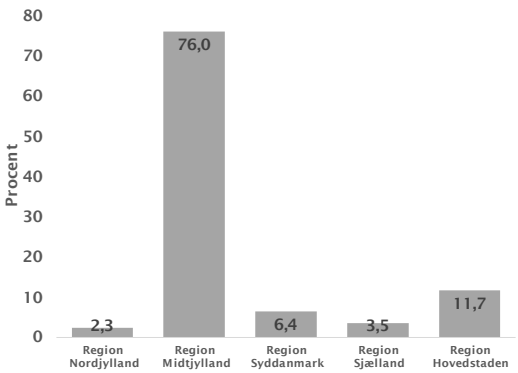
Erhvervsakademi Aarhus eget dækningsområde	Region Midtjylland udover eget dækningsområde	Andre områder i Jylland i pendler-afstand til Erhvervs-akademi Aarhus	Områder udenfor alm. pendlerafstand
Admill	By Green Cotton	Davidsen	Ackermann
ARoS Kunstmuseum	EYDA	LAZZAWEB	Obsidian Digital
Axel Kaufmann ApS	F&H Group A/S	Skechers Nordic	PLAZA Ure & Smykker
Bilhandel ApS	Hjem.dk	Global Equestrian Group	Royal Copenhagen
Conversio	Hornsyld Købmandsgaard A/S	Good Food Group	Trifork
DAWN Designs	JBS Textile Group	Autohuset Vestergaard	Dentsu
Grejfreak	Normal		Valtech
Hannibal Travel	NÜ Denmark		Represented
ILVA	Pejgruppen		The Marketing Guy
Kompetencekanalen	Pilgrim A/S		Inbound CPH A/S
Kynetic	Plantorama		Advedia
Music Group Denmark A/S	Sinnerup		Accrease
Møblér	Sports Group Denmark		Besa Digital
NATULIQUE	Topas Explorer Group		Flizz
No Zebra	Kvik A/S		
Outsource dk A/S			
Proshop			
Provide Business ApS			
RAINS			
Redgreen Wholesale ApS			
S360			
Searchmind			
Sinful			
Truestory			
Vibholm guld og sølv			
WhiteAway Group			

De virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet via LinkedIn, har haft mulighed for at besvare spørgeskemaet anonymt. Derfor har vi ikke virksomhedsnavne på alle 171 besvarelser. Ovenover i tabel 3 ses et udpluk af 61 virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet med angivelse af virksomhedsnavn. Respondenterne er placeret i både små og store virksomheder (se figur 3). 76 % af de identificerede besvarelser kommer fra respondenter i region Midtjylland, mens de resterende 24 % kommer fra resten af landet (figur 4).

Figur 3 - Svar fordelt på antal ansatte (i procent)



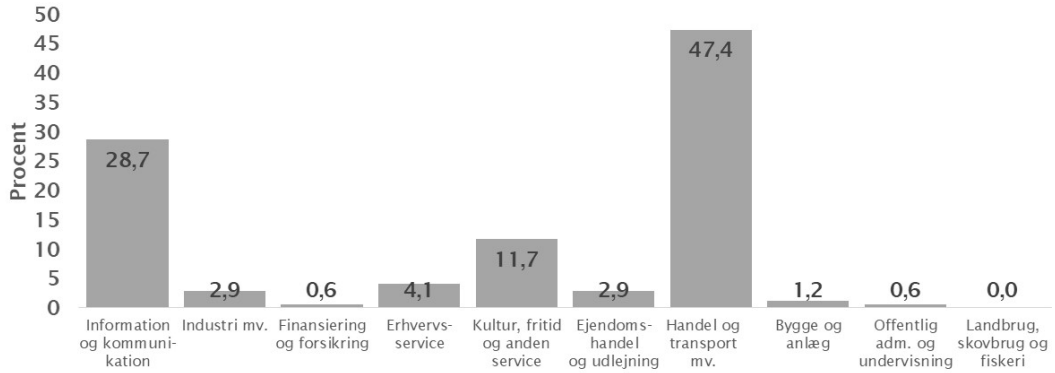
Figur 4 - Svar fordelt på region (i procent)



Respondenter, som har svaret, at virksomheden er beliggende i region Midtjylland, er blevet bedt om at oplyse deres postnr. Dette er for at undersøge, hvor mange af besvarelserne som kommer fra Erhvervsakademi Aarhus dækningsområde. Ved denne opdeling, ser vi at 96 respondenter kommer fra eget dækningsområde, mens 75 respondenter kommer fra øvrige Danmark.

Respondenterne, der har svaret på undersøgelsen kommer primært fra to brancher: Handel og transport (47,4 %) samt Information og kommunikation (28,7 %). Vi har primært bedt ansvarlige inden for e-commerce og digital marketing fra disse 2 brancher at svare på undersøgelsen. E-commerce og digital marketing er også blevet en del af andre brancher end de før nævnte, hvilket ses ved at 24% af respondenterne kommer fra disse.

Figur 5 - Svar fordelt på erhverv (i procent)



2. Behovsanalyse

2.1 Kvalitetssikring af uddannelsesportefølje

I Erhvervsakademi Aarhus' kvalitetsarbejde, indgår der en systematisk og løbende kontakt til relevante parter på arbejdsmarkedet, herunder aftagere, for at sikre relevans og kvalitet i vores uddannelser. Herigennem har vi fået input til, hvad det er aftagerne mener mangler, på arbejdsmarkedet. Desuden fortalte vores samarbejdspartnere os om behovet for en justering af vores afsætningsøkonomiske uddannelser, specifikt med hensyn til de digitale kompetencer. På baggrund af dette identificerede behov, blev en analyse af arbejdsmarkedet, med henblik på at tilpasse vores uddannelsesportefølje til arbejdsmarkedets behov, igangsat i forbindelse med seneste strategiske rammekontrakt i starten af 2022.

2.2 Aftagernes holdning til behovet for uddannelsen

Afsnittet tager udgangspunkt i interviews og spørgeskemaundersøgelsen og undersøger, hvorvidt virksomhederne mener, at der er et behov for at etablere en ny e-commerce og digital marketing uddannelse.

2.2.1 Interviews med aftagervirksomheder

Interviewene med aftagervirksomhederne startede alle med en snak med informanterne omkring deres baggrund, virksomhedens størrelse samt hvilke trends, de ser inden for e-commerce. Det ledte derefter over i, hvad de så af behov ift. at udvide den eksisterende top-up bacheloruddannelse på 1½ år, til at være en fuld professionsbachelor på 3½ år.
Alle informanterne angav, at de ser et stort behov for at lave denne nye uddannelse. De kommer med forskellige argumenter for, at uddannelsen skal laves om til at være en fuld professionsbacheloruddannelsen på 3½ år. Det drejer sig primært om følgende argumenter:

1) der er få ansøgere, som søger stillinger inden for e-commerce og digital marketing specialist fagområder. Både de store og små virksomheder har udfordringer med rekrutteringen af medarbejdere med de rette kompetencer. Dette dokumenteres også i en analyse fra Dansk

Erhverv, hvor virksomhederne tilkendegav, at knap hver femte e-handelsvirksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere grundet mangel på ansøgere med de rette kompetencer[9].

2) der er stadig et stort uforløst digitaliseringspotentiale blandt danske virksomheder. Særligt virksomheder inden for Dansk Industri, herunder B2B virksomheder. Der er brancher, som fødevare- og energibranchen og tungere produktionsvirksomheder, der endnu ikke er foldet ud inden for e-commerce. Dette stemmer også overens med analyser fra Dansk Industri samt World Economic Forum (jf. afsnit 1)[10] [11].

3) Det er en stor udfordring for de små og mellemstore virksomheder, at løfte opgaven med oplæring og uddannelse hurtig nok og på et højt nok niveau. De mindre virksomheder har ikke kompetencerne og ressourcerne til at stå for denne videreuddannelse, hvorfor det er med til at skævvride konkurrencen mellem de små og store virksomheder.

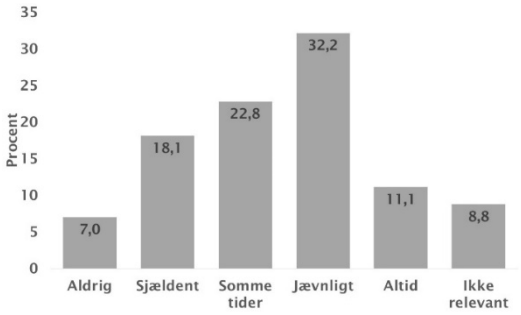
Interviewene viser meget tydeligt, at der er et stort behov i Danmark for at uddanne studerende til at blive endnu dygtigere indenfor e-commerce og digital marketing. Der er et kæmpe uforløst potentiale specielt ved B2B virksomheder, og samtidig er der et stort potentiale for at udnytte de digitale muligheder, så virksomhederne kan vækste indenfor fx e-eksport. Med den nye uddannelse vil det være muligt at give de studerende mere viden og flere kompetencer. Som det er nu, med den 1½ årige uddannelse, er der ikke plads til mere stof og derfor heller ikke e-eksport.

2.2.2 Spørgeskemaundersøgelse aftagervirksomheder

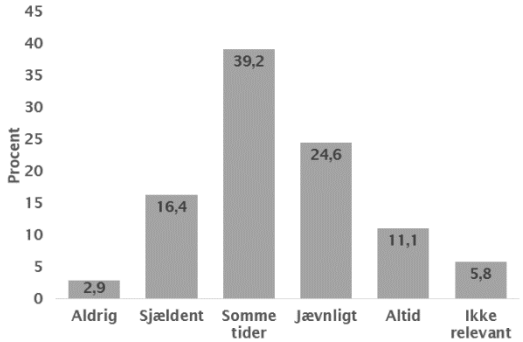
I afsnit 1.1 er der redegjort for hvordan vi har indsamlet data til spørgeskemaundersøgelsen. Nedenstående analyse er baseret på 171 svar. I dette afsnit har vi analyseret virksomhedernes behov for at etablere en ny 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing.

Vi spurgte ind til, hvor ofte virksomheden gør brug af et eksternt bureau ift. opgaver indenfor e-handel og digital marketing, for at kunne kortlægge virksomhedens kompetencebehov. Der kan selvfølgelig være flere årsager til, at virksomhederne anvender bureau. Det kan blandt andet være udtryk for, at virksomhederne ikke har kompetencerne internt i huset. Det kan være en prioritering, men det kan også skyldes, at virksomhederne ikke har mulighed for at ansætte medarbejdere med de rette kompetencer. Det viser sig nemlig at 66,1% af virksomhederne har svaret, at de "sommertider, jævnligt eller altid" benytter sig af eksterne bureauer for at udføre opgaver indenfor e-commerce og/eller digital marketing (figur 6).

Figur 6 - Brugen af eksternt bureau ift. e-commerce og/eller digital marketing (i procent)



Figur 7 – Rekrutteringsudfordringer inden for e-commerce og/eller digital marketing (i procent)



Da brugen af eksternt bureau kan skyldes rekrutteringsudfordringer, spurgte vi ind til, hvorvidt virksomhederne har haft rekrutteringsudfordringer de seneste 2-3 år. Et stort flertal af

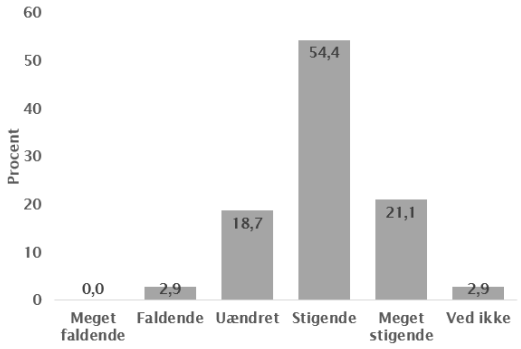
[9] Dansk Erhverv 2021, E-handelsbarometer 1. kvartal 2021, link: dansk-erhvervs-e-handelsbarometer-q1-2021.pdf (danskerhverv.dk)

[10] DI E-commerce, 2023, 75% har e-commerce indenfor fem år, link: https://www.danskindustri.dk/ecommerce/nyheder/nyhedsarkiv/nyheder/2023/05/nyhed-2-75-har-e-commerce-indenfor-fem-ar/

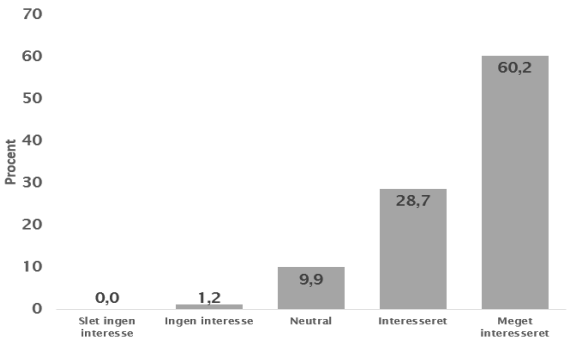
[11] World Economic Forum, 2023, "The Future of Jobs Report 2023, Link: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf

virksomhederne (74,9 %) har "sommetider, jævnligt eller altid'" de seneste 2-3 år haft rekrutteringsudfordringer (figur 7), hvilket stemmer overens med de kvalitative interviews og undersøgelsen fra Dansk Erhverv[10]. For at afdække det fremtidige behov for medarbejdere med kompetencer indenfor e-commerce og digital marketing, spurgte vi om, hvorvidt behovet for disse ansættelser forventes at stige eller falde inden for de næste 2-3 år. Her tegner der sig igen et tydeligt billede. 75,5 % af virksomhederne mener at behovet er stigende eller meget stigende inden for de næste 2-3 år (figur 8). Dette øgede behov viser sig også på interessen i at få en praktikant, fra en kommende ny uddannelse. Hele 88,9 % er interesseret eller meget interesseret i at få en praktikant fra den nye uddannelse (se figur 9).

Figur 8 – Behov for ansættelse inden for e-commerce og digital marketing inden for 2-3 år (i procent)

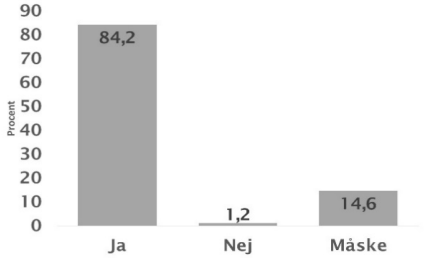


Figur 9 - Interessen i at få en praktikant fra uddannelsen (i procent)



Til slut i undersøgelsen er der som opsamling spurgt direkte ind til, om virksomhederne ser behov for en 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing. 84,2 % af aftagervirksomhederne er helt enige i, at der er behov for en ny professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing, mens 14,6 % har svaret "måske" og 1,2 % har svaret "nej" (figur 10).

Figur 10 - Behov for ny 3½-årig uddannelse (i procent)



2.3 Aftagernes holdning til fagligt indhold på uddannelsen

Foruden undersøgelsen af virksomhedernes behov for medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing, spurgte vi ind til, hvad er det, at medarbejderne skal kunne. Dette spurgte vi både til i de kvalitative interviews, fokusgrupperne samt i den kvantitative spørgeskemaundersøgelse.

2.3.1 Interviews med aftagervirksomheder

I afsnit 2.2.1 blev der redegjort for informanternes holdning til behovet for en ny uddannelse. Som nævnt i det afsnit var der enighed om, at der var et stort behov for at få endnu dygtigere medarbejdere til at arbejde med e-commerce og digital marketing grundet forskellige udfordringer. Interviewet gik derefter over i en dialog med informanten om, hvad uddannelsen skal indeholde. Der blev nævnt mange forskellige fagområder, som er taget med i vores kvantitative spørgeskema (rapportering i afsnit 2.3.3). Nedenfor vises nogle af de fagområder, som flere af informanterne kommenterede på. Citaterne fra informanterne ses i tabel 4.

Forretningsforståelse er et vigtigt fagområde, idet de studerende skal være med til at bidrage til at skabe sunde forretninger. De studerende skal have forståelse for hele forretningen, således der genereres penge på bundlinjen. **Dataanalyse** var et stort emnet, som alle informanterne kom ind på. Der mangler medarbejdere, der kan forstå forretningen og arbejde med data på tværs. Der var holdninger til, at det skal være en forretningsmæssig uddannelse og ikke en IT-uddannelse. Men samtidig er der enighed om, at det tekniske skal have en plads på uddannelsen. De studerende skal have en større forståelse ift. **e-handelsteknologier**. Det vil være en stor gevinst for virksomhederne, hvis der kan uddannes medarbejdere, der har den forretningsmæssige forståelse, forstår hvad der ligger i UX (user experience) og **CX** (customer experience), samt kan bygge en e-handelsplatform. **E-eksport** blev også vurderet som en vigtig kompetence, da danske webshops generelt ikke er ret dygtige til eller fokuserede på at sælge udenfor Danmarks grænser, samtidig med at dette potentiale er meget stort.

Kodning er også blevet nævnt af flere af informanterne, men der er ikke nødvendigvis enighed om hvor meget det skal fylde på uddannelsen, idet e-handlerne ikke skal været udviklere. Der bliver hele tiden udviklet nye teknologier og informanterne oplever at der er et skifte i efterspurgte kompetencer. Alt i alt er der brug for nogle medarbejdere, der har forståelsen for kodning, kan noget basal kodning og kan kommunikere med programmøren.

De studerende skal også have nogle **projektstyringskompetencer**, idet medarbejdere, der kommer til at arbejde med enten e-commerce eller digital marketing til tider vil have en koordinerende rolle.

Mange af informanterne nævner forskellige kompetencer ift. at arbejde med digital marketing. SEO bliver nævnt flere gange, men flere af de øvrige marketingdiscipliner bliver også nævnt som betalt annoncering, affiliate, influencer, social ads og e-mail marketing. Digitale marketingkanaler udvikler sig hele tiden, og det kan være svært for virksomhederne at følge med udviklingen. Tidligere har der måske kun været fokus på 3 marketingkanaler, mens der allerede nu og fremover kommer mange flere marketingkanaler i spil, som den studerende skal kunne forstå sammenhængen mellem og ikke mindst forstå det tekniske set up, så kanalen kan optimeres.

Informanterne ser mange relevante faglige områder inden for e-commerce og digital marketing. Der er også flere informanter, der nævner, at det kunne være en specialiseringsdel, idet de studerende ikke nødvendigvis kan blive specialister inden for alle områderne.

I tabel 4 er der udvalgte citater fra informanterne, for at eksemplificere ovenstående.

Tabel 4 – Citater fra informanterne

Forretningsforståelse – økonomi	Dataanalyse	E-handelsteknologier
Søren Grundtoft (Sinful): "*… De mennesker, der skal komme ud. De skal ikke kun have det rå blik på toplinje, de dage er ovre. De skal også have købmandskabet, profitabiliteten, det at kunne lave bundlinje"…. "Så købmandskabet, altså det der med at kunne drive en forretning og forstå hvad er bruttomargin versus faste omkostninger versus lønprocent, det tror jeg, man skal have en stærkere fornemmelse af i fremtiden, end man har skullet de sidste 5 år eller 10 år.* Filip Evaldsen (Firtal) *"I og med at det bliver et presset marked på mange parametre. Så hvor billigt kan du håndtere en ordre. Eller med andre ord, hvor dyrt er det at få en kunde. Hvad koster det at købe en kunde rent marketingmæssigt? Det er noget, som*	Søren Sieg Jensen (F&H Group): *"Så kunne jeg rigtig godt tænke mig, at de er **endnu mere analytiske i forhold til at forstå og analysere på, hvorfor ting virker eller ikke virker**. Vi er blevet rigtig gode til at lave online kampagner, der fungerer rigtig godt. Men når vi har kørt en kampagne, der ikke virkede, hvad skete der? Få de studerende til at have dataforståelsen og kigge ned i dataene. Så de hele tiden har den analytiske tilgang og gøre tingene bedre inden for alle områder."* Jesper Holler (Sport24): *"Men noget andet er også ift. at optimere dit site. Hvad er det for nogle værktøjer, du skal have derind – og hvad er det for noget data? Der er en masse data – både ift. opsamling, afkodning og*	Filip Evaldsen (Firtal): *"Tidligere har man været nødt til at vælge mellem det forretningsmæssige og tekniske. I dag tror jeg mere, at det handler om at give de studerende en forståelse for, hvad det tekniske kan."* John Meldgaard (Web2media): *"Noget teknisk forståelse ift. hvordan systemer spiller sammen. Verden udvikler sig hele tiden ift. det tekniske niveau og maskinerne bliver dygtigere til at gøre det. **Så det er mere det at fodre maskinerne med de rigtige informationer og være kritisk overfor, hvad du modtager og kunne kommentere på det**."* Per Hansen (DSV): *"Viden og forståelse om de digitale værktøjer, som der er behov for i E-handelssektoren. **Det er***

vi har haft fokus på og kan mærke generelt i branchen, at det er noget folk kigger meget på. ***Hvordan kan vi lave skarpere processer, sådan at vi kan håndtere ordren igennem virksomheden med færre hænder****."*	*effektuering.* ***Alle kan sætte hotjar op, eller hvad de programmer nu hedder. Men noget andet er at få det læst og konverteret til noget brugbart****."* Simon Andersson (Bolia.com): *"Vi ender tit ud i situationer, hvor man lige stikker en finger i vejret og ser hvilken vej det blæser, og så gætter vi lidt.* ***Der kunne jeg godt tænke mig, at man var mere data orienteret, at man kunne lave de her analyser og tage nogle gode beslutninger ud fra dem****". Vi snakker jo meget om at kunne personalisere indholdet og sådan nogle ting, og det kræver, at man har styr på sine grundlæggende data."*	***faktisk markant mere komplekst, end man forestiller sig****. Fordi man tænker bare det er en handels-platform, og så er der nogen, der ligger en ordre på det. Men det er meget, meget mere komplekst end det."* Jeppe Juul Sørensen (Kynetic): *"Forretningsudviklere og e-handlere kan virkelig flytte rigtig meget, hvis du er god til at bygge en platform op, og ved hvad der skal ligge i UX og CX og hele front-end delen, samt hvad man egentlig kan i den platform, som man arbejder med.* ***Så den tekniske forståelse sat sammen med marketing og forretning."***
E-eksport	**Digital marketing**	**Kodning – mediefag**
Søren Grundtoft (Sinful): *"****Danske virksomheder skal ud over grænserne****. Danskere er dygtige til at handle på internationale webshops som Amazon.de og Zalando. Men vi er ikke ret dygtige til at få andre ude i Europa til at handle på danske webshops."* Anna Katrine Matthiesen (Vertica)*: "Der ligger et stort uforløst potentiale uden for Danmarks grænser både inden for EU, men også andre oversøiske markeder som USA og Asien.* ***Så det er vigtigt at have nogle kompetencer, som kan bevæge sig uden for det danske marked, idet det er relativt lille****."*	Søren Grundtoft (Sinful): "*Influencers kommer til at spille en meget større rolle.* ***Men hele spredningen på flere markedsføringskanaler bliver ekstrem vigtig****. Man skal ikke nødvendigvis være specialist, det kan man godt, men man skal kunne forstå, hvorfor SEO er et element ud af 15 i stedet for ét element ud af 3."* Dennis Drejer (Rito.dk): *"I de ansøgninger vi får, skriver de, at de alle sammen godt lide at skrive en tekst, men der bliver ikke nævnt søgeordsanalyse, link-building og HTML koder. Det er i virkeligheden det, som alle virksomheder har brug for, fordi det er der de laveste frugter hænger…* ***Jeg savner virkelig, at der kommer nogen ud og vil lave teknisk SEO for os eller brænder for affiliate markedsføring eller betalt annoncering.*** *Det er her vi trækker størstedelen af omsætningen."*	Søren Sieg Jensen (F&H Group): *"****De skal forstå, hvad der ligger bag de tekniske værktøjer. De skal have forståelsen for kodning****. Hvis man ikke er udvikler, så skal man kunne forstå at kommunikere med en udvikler."* Jeppe Juul Sørensen (Kynetic): *"****I virkeligheden burde alle, der uddanner sig i dag, lære kodesprog****. Fordi hvis du kan snakke med dine udviklere på deres niveau og koble det til, hvad du har brug for over i forretningen, så er du bare rigtig langt foran rigtig mange."* Dennis Drejer (Rito.dk): "***Vi har brug for nogen, der kan komme ud og teknisk forstå, hvad det faktisk er, der sker i maskinrummet og være kreativ på den måde****."*
CX – kunderejse	**Projektstyring**	**Specialisering**
Jesper Holler (Sport24): "*Så er det også alt det her med kunderejsen, som vi gør en dyd ud af. Det er at forstå købstragten, som kunden befinder sig i. Starte i gates sporene indtil du har kunden på dit website, hele denne her rejse er super vigtigt."*	Jonas Theis (S360): *"****Hvordan sikrer man et godt projekt; hele forløbet fra forventningsafstemning til at få en brief, fastsætte hvad succes er****, og sidenhen få bekræftelse fra alle parter at den retning vi anbefaler, er den vej vi går? Hvordan driver vi opgaven i mål? Hvilke og hvor mange resurser skal vi bruge? Hvem skal involveres og kommunikeres til/med, og skal typen af kommunikation være forskellige alt efter modtager?"* Rasmus Terp (Web2media): "***Evnen til at projektlede eller forstå, hvornår skal hvad laves i forhold til at få ting til at køre og den interaktion, der ligger mellem at have ansvaret eller det med at tage ansvaret****."*	Jesper Holler (Sport24): *"****Jeg tror ikke, at man kommer udover, at man skal specialisere sig inden for et felt, hvis man sådan rigtig skal slå igennem****. Det der med at være god til alt, det vil ikke fungere i en stor virksomhed som vores, men det vil det sikkert i en mindre virksomhed, der vil det være rigtig perfekt at kunne lidt af hvert."* Jeppe Juul Sørensen (Kynetic): *"****Der er også e-commerce manageren, der sørger for driften af virksomheden, Der er specialisten, som er sindssyg god til den tekniske del eller sindssyg god til annoncering, SEO eller e-mail, så dykke dybere ned i den enkelte vej, som man synes er interessant****."*

2.3.2 Fokusgrupper med dimittender

Som nævnt under metode (afsnit 1.1), var det primære formål med de to fokusgrupper at undersøge, hvad dimittenderne fra den eksisterende top-up i e-handel vurderer er vigtige

fagområder både fra deres akademiuddannelse henholdsvis markedsføringsøkonom og multimediedesigner og så den efterfølgende top-up i e-handel. Fokusgrupperne var forholdsvis enige om hvilke fagområder uddannelsen skulle indeholde, hvorfor der bliver rapporteret samlet. Det var overraskede, idet de studerende har to ret forskellige akademiuddannelser. I tabel 5 vises de fagområder, som fokusgrupperne mente skulle være på uddannelsen.

Tabel 5 – Forslag til fagområder

AI (evt. en del af metode eller SEO)	Forhandlingsteknik (kunder/leverandører)	Rapportering
B2B/B2C	Grafisk arbejde (basic ellers over i valgfag)	Salg og salgspsykologi
Branding	Internationalisering (markedspladser)	SEO
Content produktion af billeder/video	Jura (prismf, markedsføringsloven, GDPR, cookies etc.)	Statistik tænkt ind i dataanalyse
CRO (Konverteringsoptimering)	Kampagnestrategier	Strategi og planlægning
CX (Customer Experience)	Kodning - basic (HTML + CSS)	UX (user experience - og test
Dataanalyse (Herunder blandt andet Power BI, Excel)	Kommunikation	Videnssøgning
Digital forretningsforståelse	Kunderejse	Virksomhedsforståelse/forretningsforståelse
Digital marketing strategi – basic i alle kanalerne	Markedsføring hele pakken	Økonomi
Digitale kanaler basic (Paid + SEO)	Omnichannel	***VIGTIGT med hands-on ift. den tekniske del***
E-handelsteknologier	Personlig lederskab (eller ledelse)	
E-handelstrends	Projektstyring (mål, planlægning, rapportering)	

Deltagerne i fokusgrupperne mener at der skal være nogle fag for alle studerende, og at det skulle det være muligt at specialisere sig i løbet af uddannelsen. For specialiseringsdelen kom de med følgende forslag til valgfag – se tabel 6.

Tabel 6 – Forslag til valgfag

Adobe pakken	Google specialist
Affiliate	Influencer marketing
Annoncering	SEO
Content creation (grafisk)	SoMe organisk/paid
E-mail marketing	Teknisk specialisering i webshop
Google Ads	UX/CRO

Den ene fokusgruppe nævnte, at det vil være en god ide, hvis alle har noget basisviden inden for alle ovenstående områder, således man får et lille indblik i valgfagene, inden man specialiserer sig.

Alle studerende, der har læst top-up professionsbachelor i e-handel på 1½ år, har en 2-årig akademiuddannelse med sig i bagagen. Derfor blev der også talt om, hvad der ikke skulle med fra deres adgangsgivende uddannelse. Der var naturligvis lidt forskel mellem grupperne. Markedsføringsøkonomerne var enige om, at meget af det, som de havde haft på den uddannelse, ikke skulle med, idet der kun var en lille del, der havde relevans ift. e-handel og digital marketing. De studerende mente ikke at logistik havde relevans på uddannelsen. Forklaringen var at uddannelsen i så fald også skulle indeholde indkøb, og så ville det være en helt anden uddannelse.

Multimediedesignerne var enige om, at de havde haft for meget kodning, som ikke var relevant. De mener at basic kodning giver mening, men idet de ikke skal uddanne sig til at være programmører, så er der ikke behov for mere. Derudover var gruppen også enig om, at der var for meget grafisk på uddannelsen, som ikke var relevant for e-handlerne. Det er ok, at de studerende på uddannelsen kan noget grafisk, men der er andre mere relevante uddannelser, hvis man gerne vil uddanne sig til at være grafiker.

I fokusgruppen blev der også talt om praktikken, og om den skulle være opdelt over to praktikperioder af 10 uger, eller der skal laves en samlet praktik på 5 måneder. De kunne godt se fordelen ved, at de studerende kommer i praktik af 5 måneder, idet 10 uger er en kort praktik. Men alle deltagerne i fokusgrupperne har selv haft to praktikperioder og kunne også godt se fordelen ved denne fordeling. Argumentet for to praktikperioder er, at de studerende vil få en større forståelse og interesse for undervisningen, hvis praktikken bliver fordelt, således de får prøvet noget teori af i 1. praktikperiode, og kommer tilbage til undervisningen med erfaring fra en arbejdsplads.

Alt i alt var deltagerne i begge fokusgrupper meget positive overfor at etablere en ny 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing. De var enige i, at det var problematisk, at de havde brugt to år på en akademiuddannelse, som de ikke fik brugt i særlig

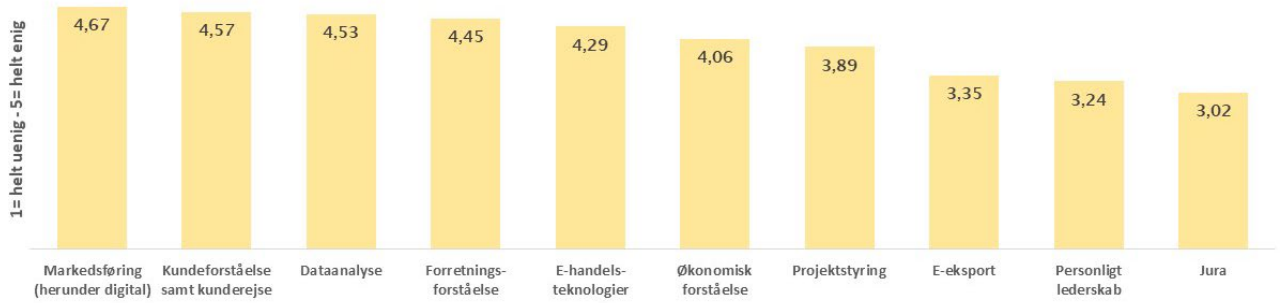
stor udstrækning. Der var endda flere af deltagerne, der vidste, at de ville søge ind på top-up i e-handel, da de søgte ind på deres akademiuddannelse.

2.3.3 Spørgeskemaundersøgelse aftagervirksomheder

I spørgeskemaundersøgelsen blev aftagervirksomhederne ligeledes bedt om at vurdere hvilke fagområder, der var nødvendige for medarbejdere, der skal arbejde med e-handel og digital marketing. Vi uddrog 20 fagområder på baggrund af interviewene med aftagervirksomhederne samt input fra fokusgrupperne. Respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen blev bedt om at vurdere nødvendigheden af både generelle faglige kompetencer og specialist kompetencer på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er helt uenig i nødvendigheden af kompetencen, og 5 er helt enig i nødvendigheden af kompetencen.

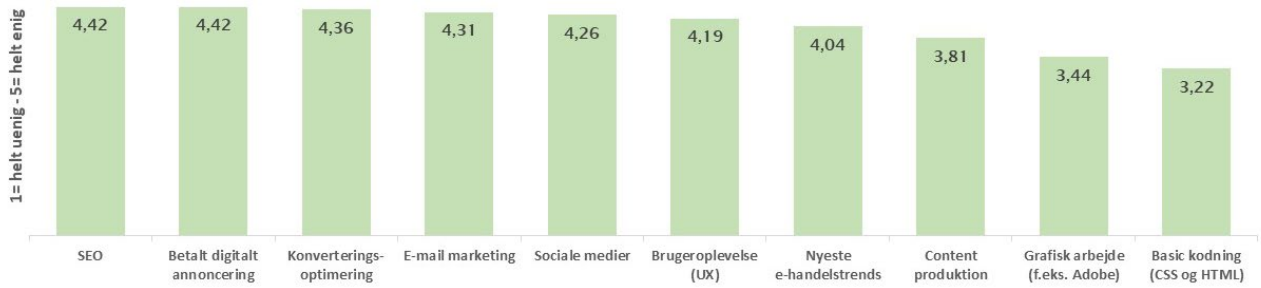
Figur 11 viser vurderingen af de generelle faglige kompetencer, og der er 5 fagområder som skiller sig ud fra de øvrige, idet de har en gennemsnitlig vurdering fra 4,29 til 4,67. De 5 fagområder er: 1) markedsføring (herunder digital markedsføring), 2) kundeforståelse (samt kunderejse), 3) dataanalyse, 4) Forretningsforståelse samt 5) e-handelsteknologier. Jura, personligt lederskab samt e-eksport blev ikke vurderet så nødvendigt. Specielt vurderingen af kompetencer inden for e-eksport var overraskende, idet det er netop inden for dette område, som blandt andet vores interviews indikerede havde et stort vækstpotentiale. Årsagen til denne diskrepans, kan ligge i forskellige kompetencer eller ressourcer indenfor området og at de virksomheder, som vurderer e-eksport mindre vigtigt, ikke for nuværende har disse.

Figur 11 – Nødvendigheden af generelle faglige kompetencer



Under specialistkompetencerne er der 6 fagområder, der skiller sig ud, og som har en gennemsnitlig vurdering af nødvendigheden fra 4,19 til 4,42 (se figur 12).

Figur 12 – Nødvendigheden af specialistkompetencer



De følgende 6 fagområder, som vurderes at være nødvendige på uddannelsen er: 1) SEO, 2) betalt digitalt annoncering, 3) Konverteringsoptimering 4) E-mail marketing, 5) Sociale medier, 6) Brugeroplevelse (UX). Grafisk arbejde samt basic kodning vurderes ikke så relevante på uddannelsen af aftagervirksomhederne. Basis kodning har den laveste vurdering. Da vi talte med

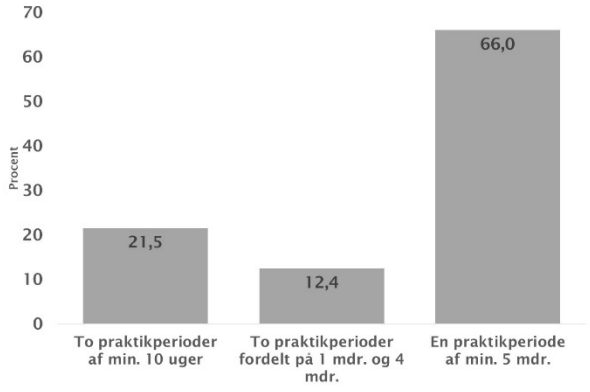
virksomhederne, var der også uenighed om hvor meget det tekniske/kodning skulle fylde, men de fleste af informanterne mente, at basal forståelse for kodning var vigtig. Respondenterne er ikke blevet bedt om at opdele fagområderne i obligatoriske fagområder, og hvilke skal være specialistområder. Dette er en opdeling, der er lavet på baggrund af både interviewene og fokusgrupperne. Vi spurgte også om aftagervirksomhederne har andre kompetenceområder, de mener er vigtige for uddannelsen. I tabel 7 ses en oversigt over deres input. Mange af de faglige kompetencer vil blive tænkt ind i nogle af fagområderne. Der vil være enkelte fagområder, som vi ikke vil tage med såsom forhandling, kommunikation, scrum samt tekstforfatning. Selv om det er en 3½-årig uddannelse er der en begrænsning på antallet af fagområder, og det vurderes, at der allerede er eksisterende uddannelser med fokus på disse fagområder. Alle de øvrige faglige input vil blive integreret i et af de obligatoriske fagområder, eller evt. tages med til specialiseringsdelen.

Tabel 7 – Øvrige kompetencer (åben kommentar)

Affiliate Marketing	Google	Nye trends
AI - ChatGPT	Indkøbsrelateret viden ift. produktdata	Personlig udvikling/lederskab
Arkktektur (e-shop opbygget)	Influencer marketing	Product management
B2B løsningssalg	Kommmunikation	Salgspsykologi
Dataformidling, herunder visualisering	Kundepleje	SCRUM
Digital marketing strategi	Lager og fragt	SEO og SEM
Digitale økosystem	Logistik og lagerstyring/systemer/integration	Tekstforfatning
Excel advanced	Machine learning	Teste og optimere data
Forhandling	Markedsførings psykologi	Udarbejde content ex. film
GA4 advanced	Meta Busines Suite	Videbegærlig

Som nævnt i afsnit 2.2.2 så er 88,9 % af respondenterne interesseret eller meget interesseret i at få en praktikant fra uddannelsen. Har respondenten vist interesse for at få en praktikant fra uddannelsen, så har de også skulle svare på, hvordan de vil foretrække praktikperioden (se figur 13). Hele 66 % af respondenterne vil foretrække en samlet praktikperiode af minimum 5 måneder i stedet for at dele praktikperioden over 2 gange.

Figur 13 – Foretrukken praktikperiode



2.4 Afrunding på behovsanalysen

På baggrund af 14 interviews, 2 fokusgrupper og 171 svar fra spørgeskemaundersøgelsen konkluderer vi, at der er meget stor interesse for at etablere en 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing. 84,2 % af respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen svarede ja til, at der er behov for en ny uddannelse. Virksomhederne kæmper om de samme medarbejdere, der har kompetencer inden for e-commerce og digital marketing. Finder virksomhederne ikke medarbejderne med de rette kompetencer, påvirker det specielt de mindre virksomheders konkurrenceevne. Der er et stort uforløst potentiale i at digitalisere flere brancher, som endnu ikke er sket.

Fagligt er der også forholdsvis stor enighed om hvad uddannelsen skal indeholde. Nogle fagområder anses som vigtige for alle studerende på uddannelsen; forretningsforståelse, købmandskab, kundeforståelse, e-handelsteknologier, dataanalyse og digital marketing. Nogle fagområder kan det diskuteres hvorvidt de skal være obligatoriske eller skal være en del af en specialisering. Virksomhederne vil gerne have nogle modne unge mennesker, der kender sig selv. Derudover foretrækker virksomhederne, at praktikken skal samles som én praktik på 5 måneder.

3 Kompetenceefterspørgsel

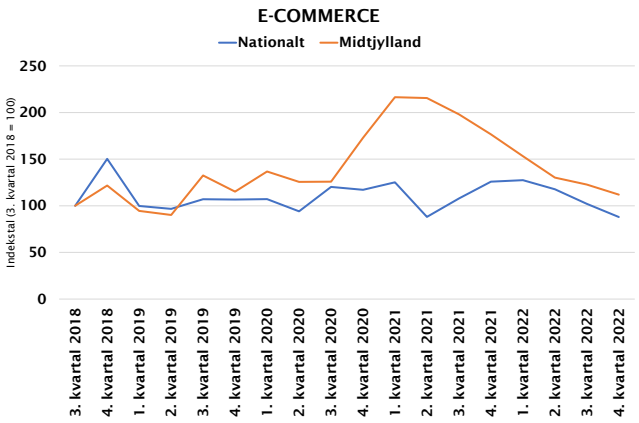
Efterspørgslen efter medarbejdere med kompetencer inden for både 'e-commerce' og 'digital marketing' har været undersøgt gennem databasen og analyseværktøjet Jobtrend[12]. Jobtrend er en database, hvor alle stillingsopslag fra 2018 fra de største danske jobportaler Careerjet og Jobindex er indsamlet og indekseret. Værktøjet kan bruges til at undersøge, hvor meget en given kompetence nævnes i den samlede mængde af stillingsopslag, hvilket antages at korrelere med den specifikke efterspørgsel efter kompetencen, der er søgt efter.

Gennem Jobtrend er det muligt at identificere efterspurgte faglige kompetencer i jobannoncerne. Der er lavet to analyser i perioden fra 3. kvartal 2018 til 4. kvartal i 2022. Vi undersøgte, hvor mange stillingsopslag, der nævner 'e-commerce' og 'digital marketing', nationalt og i Region Midtjylland. På den måde opnås indsigt i væksten i efterspørgslen efter 'e-commerce' og 'digital marketing' nationalt og regionalt.

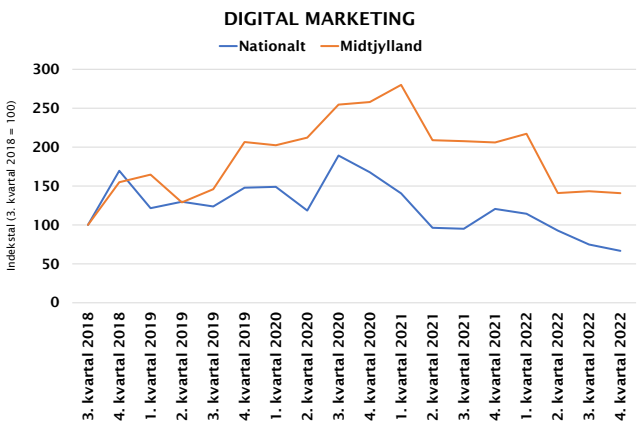
3.1 Kompetenceefterspørgsel inden for e-commerce og digital marketing

Figur 14 og 15 viser indekstal for kompetenceefterspørgslen af jobopslag, der specifikt nævner 'e-commerce (figur 14) eller 'digital marketing' (figur 15) i den nævnte periode. Både nationalt (blå kurve) og i region Midtjylland (orange kurve) er der vækst i antal stillingsopslag, der nævner 'e-commerce' og 'digital marketing.

Figur 14 – Kompetenceefterspørgsel af 'e-commerce' fra 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2022 (Indekstal: 3. kvartal 2018 = 100)



Figur 15 – Kompetenceefterspørgsel af 'digital marketing' fra 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2022 (Indekstal: 3. kvartal 2018 = 100)



Kilde: Data fra Jobtrend, 2023

Det gennemsnitlige indekstal for perioden er nationalt 110,63 og for Region Midtjylland på 143,40 for 'e-commerce (figur 14). Mens tallene for efterspørgslen efter medarbejdere, der har kompetencer inden for 'digital marketing' har et gennemsnitligt nationalt indekstal på 124,56 og i Region Midtjylland ligger det på 192,50 (figur 15). Ovenstående viser at der er en markant vækst i

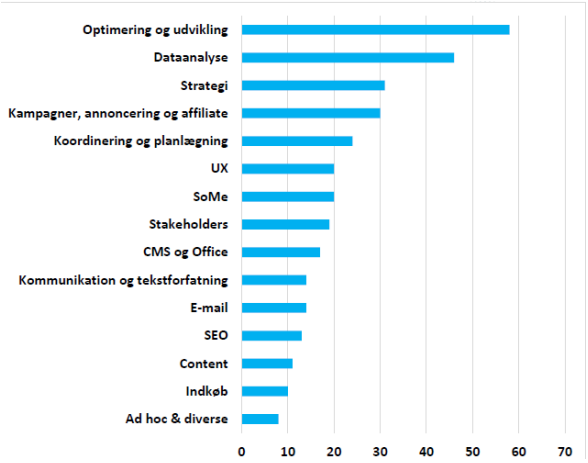
[12] Link til værktøjet: https://www.forskning.eaaa.dk/

efterspørgslen af medarbejdere med kompetencer inden for 'e-commerce' og 'digital marketing'. Indenfor begge fagfelter, er der en markant højere efterspørgsel i Region Midtjylland sammenlignet med hele landet. Tallene har været vigende siden COVID-19, hvor virksomhederne fik et uforholdsmæssigt stor behov for medarbejdere med kompetencer inden for e-commerce og digital marketing.

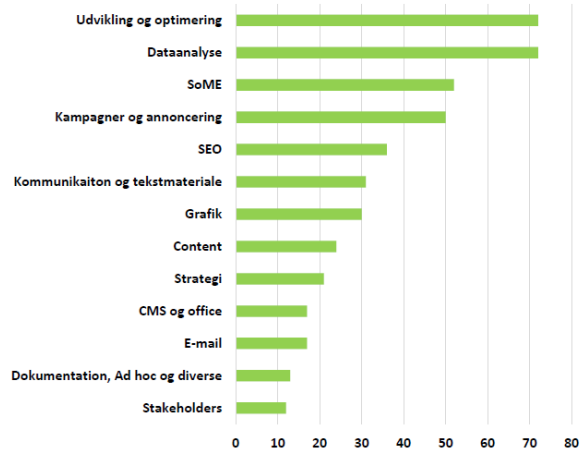
3.2 Arbejdsopgaver efterspurgt af branchen

I Jobtrend er der desuden foretaget en kvalitativ analyse af hvilke kompetencer virksomhederne efterspørger, når de leder efter en e-commerce eller en digital marketing medarbejder. Vi har kigget på perioden fra 1. april 2022 til 31. marts 2023 og der er taget et udsnit på 65 jobannoncer, der indeholdt 'e-commerce' i titlen, samt der er taget et udsnit på 60 jobannoncer, der indeholdt 'digital marketing' i titlen. I e-commerce stillingsopslag er der fundet 335 efterspurgte kompetencer, som er blevet tematiseret, og i digital marketing stillingsopslag er der fundet 447 efterspurgte kompetencer, som også er blevet tematiseret. Tematiseringen ses nedenfor i figur 16 og 17, hvor de nævnte efterspurgte kompetencer er blevet fordelt på nogle overordnede fagområder. Desuden er der kigget på andre analyser, der har analyseret tendenser i arbejdsmarkedet. Her har Digital Dogme[13] lavet en analyse i samarbejde med analysehuset HBS Economics. Det næste afsnit vil se på konklusionerne fra denne analyse.

Figur 16 Kompetenceefterspørgsel af 'e-commerce'



Figur 17 Kompetenceefterspørgsel af 'digital marketing'



Der er flere kompetencer som går igen indenfor de to fagområder. Udvikling og optimering samt dataanalyse er begge kompetencer, der er meget efterspurgte. Der er tre kompetencer, der efterspørges ved en e-commerce medarbejder, og som ikke efterspørges ved en digital marketing medarbejder. Det er 1) Koordinering og planlægning 2) UX og 3) Indkøb. Der er også to kompetencer, der efterspørges ved en digital marketing medarbejder, men ikke ved en e-commerce medarbejder. Det drejer sig om følgende kompetencer: 1) Grafik samt 2) Dokumentation, ad hoc og diverse.

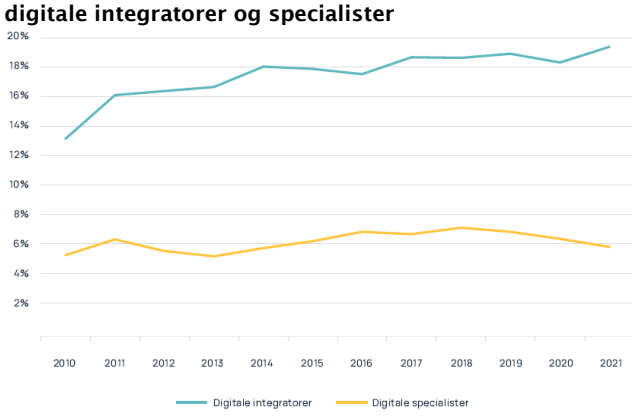
3.3 Stor efterspørgsel efter digitale integratorer

Analysen fra Digital Dogme og HBS Economics[13] er baseret på en rundspørge blandt danske virksomheder samt detaljerede analyser af konkrete jobopslag fra 2021. Som nævnt i indledningen, så er der opmærksomhed på manglen af digitale specialister (s. 1). Men det digitale kompetencebarometer viser, at der er en anden gruppe af kompetencer, der er endnu mere efterspurgt af danske virksomheder. I hvert femte jobopslag i 2021 søgte virksomhederne medarbejdere, der kaldes for 'digitale integratorer'. De digitale integratorer sidder på nøgle positioner i mange virksomheder, fordi de binder digitale teknologier og muligheder sammen med udviklingen af forretningen. Dvs. det er en type af medarbejdere, der kan sætte sig ind i

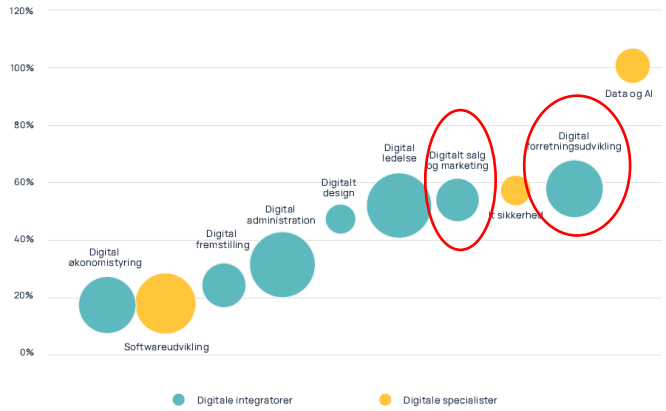
[13] Digital Dogme & HBS Economics, 2022, Det digital kompetence barometer, link: https://media.graphassets.com/GI81UKFCTcGfG8bhbXZ2

teknologiske løsninger, og ved hvordan de kan understøtte udviklingen af forretningen. Disse integratorer adskiller sig fra specialisterne, idet de kan se hvordan teknologiske løsninger kan understøtte forretningen. I figur 18 ses udviklingen af jobopslag, der søger efter digitale integratorer (gul kurve) og digitale specialister (turkis kurve). Denne analyse hænger godt sammen med analysen fra Jobtrend, hvor der er set på efterspørgslen efter specifikke kompetencer som 'e-commerce' og 'digital marketing'. Der ses en større stigning i efterspørgslen af digitale integratorer end digitale specialister.

Figur 18 Andel jobopslag i 2021, hvori der efterspørges digitale integratorer og specialister



Figur 19 Vækst i efterspørgsel på digitale jobprofiler sammenholdt med størrelsen på profilerne (boblernes størrelse)



Kilde: Digital Dogme og HBS Economics (2022), Det digital kompetencebarometer

På grund af den stigende efterspørgsel efter medarbejdere, som kan integrere teknologier med forretningen, kæmper virksomhederne mod hinanden om adgangen til talentet og medarbejdere med de rette tekniske kompetencer. Det kan også betyde at virksomhederne kan blive nødt til at rekruttere medarbejdere fra udlandet for at finde medarbejdere med de rette kompetencer. Rapporten konkluderer, at mange virksomheder må erkende, at de går glip af vækstmuligheder, fordi deres digitale udvikling forsinkes.

Figur 19 viser hvilke jobprofiler, der søges efter af både digitale integratorer samt specialister. Des større bobler des større efterspørgsel efter profilerne. Der er stor brug for digitale integratorer til udvikling af den 'digitale forretning' samt 'digitalt salg og marketing', hvilket stemmer overens med de øvrige analyser.

3.4 Kompetenceefterspørgsel på landsplan

Ved hjælp af LinkedIn Talent Insights værktøjet, har vi søgt på skills indenfor E-handel; Search Engine Optimization (SEO), Google Analytics, Social Media Marketing, Google Ads, Customer Journeys, Customer Experience, Internationalization, Content Marketing, Conversion Optimization, Data Analysis, Email Marketing og Business Development.
LinkedIn Talent Insights fortæller os at der er en meget høj efterspørgsel efter profiler med den kombination af skills i Aarhus, København, Vejle og Silkeborg og at efterspørgslen er høj i Odense, Horsens, Kolding og Herning. Jobtrend og LinkedIn Talent Insights, sammenholdt med de kvalitative interviews og interessetilkendegivelser, tegner et kombineret historisk og fremadrettet billede, på en stigende efterspørgsel fra arbejdsmarkedets side.

3.5 Kompetenceefterspørgsel lokalt

På baggrund af ovenstående analyse, er det vores vurdering, at der det første år vil kunne optages 65 studerende og efterfølgende år vil kunne optages 130 studerende, der alle vil kunne beskæftiges efter endt uddannelse.

4 Uddannelsens indhold

Dette afsnit er baseret på den viden, der er opsamlet igennem de kvalitative interviews, fokusgrupper, spørgeskemaundersøgelsen samt kompetenceefterspørgslen (afsnit 2 og 3). Der vil ikke refereres tilbage, men alt det input, der er indsamlet, er naturligvis blevet anvendt til udvikling af den 3½-årige professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing.

4.1 Uddannelsens formål og erhvervssigte

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den uddannede til selvstændig at kunne varetage opgaver i forhold til en virksomheds digitale forretning så som at kunne drifte, optimere og vækste forretningen primært inden for det private erhverv herunder B2C, B2B samt D2C. Den studerende opnår igennem uddannelsen både tekniske og merkantile kompetencer. Derudover vil det på uddannelsen være muligt at uddanne sig til enten at blive generalist eller specialist. Generalisten vil uddanne sig til at blive e-commerce koordinator/manager, mens specialisten bliver uddannet til at kunne varetage specialistområder som f.eks. UX/konverteringsoptimering, dataanalyse, digital annoncering eller søgemaskineoptimering (SEO). Den uddannede skal desuden selvstændigt kunne indgå i faglige og tværprofessionelle samarbejdsrelationer.
Jobtitler for de uddannede kunne være:

- E-commerce assistent/koordinator/manager
- Digital marketing assistant/coordinator/manager
- Specialist for eksempel inden for et af følgende områder: SEO, PPC, E-mail, UX/CRO, SoMe, paid social, markedspladser, e-eksport eller content marketing.

4.2 Uddannelsens faglige profil

Uddannelsen er en 3½-årig professionsbacheloruddannelse på 210 ECTS-point. Uddannelsen består af uddannelseselementer, der er fælles for de studerende, som har et samlet omfang af 125 ECTS-point. Herefter specialiserer den studerende sig for enten at uddanne sig til generalist eller specialist. Specialiseringsfasen er tiltænkt 35 ECTS-point. Praktikken har et samlet omfang på 30 ECTS og bachelorprojektet har et omfang på 20 ECTS-point. I Figur 20 vises et samlet overblik over uddannelsen.

Uddannelsen er opbygget af to hovedområder:

1. Digital forretning, kundeforståelse og udvikling – 90 ECTS (blå farvekodning)
2. Optimering, data og teknologier – 70 ECTS (gul farvekodning)

Figur 20 - Fordeling af ECTS-point på fagområder for de 7 semestre

1. sem.	Brobygning (5 ECTS)	Forretningsforstå. (5 ECTS)	Økonomi (5 ECTS)	Den prof. studerend (5 ECTS)	E-handelsteknologier I (10 ECTS)	
2. sem.	Metode & videnskabelse (5 ECTS)	Customer Experience (10 ECTS)		User Experience & konverteringsoptimering (5 ECTS)	Mediefag (5 ECTS)	Dataanalyse I (5 ECTS)
3. sem.	Digital forretningsforståelse (10 ECTS)		E-handelsteknologier II (10 ECTS)		Dataanalyse II (10 ECTS)	
4. sem.	Digital marketing (10 ECTS)		E-eksport (5 ECTS)	Specialisering (15 ECTS)		
5. sem.	Praktik (30 ECTS)					
6. sem.	Dataanalyse III (10 ECTS)		Fordybelsesspor (5 ECTS)	Specialisering (15 ECTS)		
7. sem.	Personlig lederskab (5 ECTS)	Projektstyring (5 ECTS)	Bachelorprojekt (20 ECTS)			

Figur 20 illustrerer at uddannelsen har fagelementer, der giver den studerende grundlæggende viden, færdigheder og kompetencer til at drifte, optimere og vækste en digital forretning. Det er her, den studerende får den grundlæggende forretnings- og kundeforståelse for købmandskab, budgettering, drift, digital marketing samt kunderejse. Den studerende tilegner sig desuden tekniske færdigheder til at bidrage til udvikling og optimering af den digitale platform, en forståelse for udviklingen af relevante nye teknologier, samt udvikler analytiske evner til at arbejde med data på tværs af forretningen så den studerende kan optimere og vækste samme forretning.

På 4. semester vælger den studerende at uddanne sig til generalist eller specialist. Den studerende vil selv kunne sammensætte sin specialisering, uanset om den studerende vælger at blive

generalist eller specialist. Går den studerende generalistvejen, vil fokus primært ligge på specialiseringsfag der omhandler varetagelse af opgaver indenfor driften og udviklingen af e-handelsforretningen. Går den studerende specialistvejen, vil fokus ligge på en kombination af forskellige specialiseringsfag, der definerer, hvordan den studerende specialiserer sig. Følgende valgfag udbydes: logistik, konverteringsoptimering, driftsøkonomi, automation, branding, SEO, e-mail marketing, betalt digitalt annoncering, sociale medier, neuromarketing samt content marketing.

4.3 Uddannelsens overordnede mål for læringsudbytte

Viden
Den uddannede har:

- udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode, indenfor digitalt salg (for både B2B, B2C samt D2C), drift, udvikling og optimering af den digitale platform, data i praksis for at optimere virksomhedens potentiale, digital marketing (med fokus på at skabe vækst eller øge kendskabsgraden), for at få indsigter i forretningen herunder kunderne, konkurrenter samt interessenter.
- forståelse for og kan reflektere over teknologier og værktøjer i en e-handelsforretning herunder webudvikling, databaser, e-handelsplatforme samt automatisering.

Færdigheder
Den uddannede kan:

- anvende metoder og redskaber, til analyse af data til udvikling og optimering af forretningens salgs- og marketingstrategier.
- vurdere praktiske og teoretiske problemstillinger, samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller i relation til webudvikling og e-handelsplatforme og optimering med relevante teknologier og værktøjer med fokus på virksomhedens forretning, samt til udvikling af forretningen via forretningsmodeller, kundeforståelse, digital marketing og e-eksport.
- formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger.
- mestre forskellige kvalitative og kvantitative metoder til at analysere forretningen og dens interessenter.

Kompetencer
Den uddannede kan:

- håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger i forbindelse med driften samt optimere den digitale forretning, der kan forbedre virksomhedens resultater og konkurrenceevne
- selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde, i en konstruktiv og produktiv arbejdskultur i tværgående teams i en e-handelsforretning.
- identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til fagområderne e-commerce, digital forretningsudvikling samt marketing.

4.4 Uddannelsens indhold

Figur 21 viser et overblik over hele uddannelsen. Herunder er de enkelte fagområder uddybet på de enkelte semestre. På hvert semester vil både undervisningen og eksamen blive bundet sammen med projekter og konkrete cases, der gør, at den studerende opnår tæt relation til praksis og professionen. Der anvendes en pædagogisk tilgang, hvor teorien til enhver tid linkes op på den praktiske anvendelse. Overordnet set ses uddannelsen, som en sammensmeltning mellem at give den studerende merkantile samt tekniske færdigheder jf. de to hovedområder afsnit 4.2. Fagene er farvekodet for at illustrere, om faget hører til hovedområde 1) *Digital forretning, kundeforståelse og udvikling (blå farvekodning)* eller 2) *Optimering, data og teknologier (gul farvekodning)*. Fagene i specialiseringsdelen har grøn farvekodning, idet det er fag, der hører til begge hovedområder.

Figur 21: Fagelementer på uddannelsen

FAGELEMENTER PÅ 1. SEMESTER	ECTS
Brobygning: Faget introducerer de studerende til faglig viden, som sidestiller de studerende i forhold til den ungdomsuddannelse, de kommer fra. Studerende fra HHX har et omfattende kendskab til det merkantile, som de øvrige studerende også skal bibringes, mens studerende der kommer fra HHX skal have en dybere forståelse for problemløsning.	5 ECTS
Forretningsforståelse: Faget dækker over en række nøgleemner inden for virksomhedsdrift og ledelse, således den studerende får godt købmandskab ind under huden. Den studerende skal lære at analysere forskellige forretningsmodeller, virksomhedens kerneaktiviteter, intern/ekstern situationsanalyse i en national og international kontekt ved hjælp af bl.a. Business Model Canvas. CSR og cirkulær økonomi vil også indgå ift. at forstå, hvad der skal til for at have en sund forretning.	5 ECTS
Økonomi: Den studerende vil lære om økonomiske metoder og værktøjer til at analysere og træffe beslutninger i en e-handelsvirksomhed, inklusiv omkostningsstyring, budgettering, økonomisk analyse og rapportering. Faget vil også dække specifikke økonomiske aspekter af e-handel, såsom transaktionsudgifter, prissætning, lagerhåndtering samt emner som investeringsanalyse og risikostyring i en e-handelskontekst.	5 ECTS
Den professionelle studerende: Dette fag vil omfætte følgende emner: Udvikling af personlige kompetencer og karakteregenskaber, viden om de 6 karakteregenskaber, der er vigtige for at lykkedes på det 21. århundredes arbejdsmarked, evne til at reflektere samt værktøjer til at fortsætte sin personlige udvikling.	5 ECTS
E-handelsteknologier I: Faget er et grundlæggende introduktionsfag til webproduktion, front-end webudvikling. Fokusset er at analysere, producere og redigere webindhold ved hjælp af gængse teknologier til web (særligt: HTML, CSS og JavaScript). Her introduceres også server-client forhold og brug af webhoteller.	10 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 2. SEMESTER	ECTS
Metode & Videnskabelse: Dette fag beskæftiger sig med samfundsvidenskabelige metoder til at indsamle, analysere og arbejde med valid viden med henblik på at kunne træffe valg af relevante kvalitative og kvantitative metoder med fokus på en kritisk kildeanvendelse til forskellige løsninger af en problemstilling. Faget vil også omfatte anvendelse af teknologi og værktøjer til at analysere og bearbejde data. Formålet med faget er at give den studerende de nødvendige færdigheder og viden til at kunne planlægge og udføre egen dataindsamling ift. at anvende ny viden inden for en e-handelskontekst.	5 ECTS
Customer Experience: Faget dækker emner ift. at skabe positive og engagerende kundeoplevelser. I faget vil følgende emner indgå: Kundebehovsanalyse, brugerrejse og -adfærd, datadrevet kundeindsigt, personalisering, kundeservice, feedback og loyalitet. Den studerende vil lære om forskellige metoder og værktøjer til at analysere, designe, implementere og optimere kundeoplevelser på tværs af digitale og fysiske kanaler. Faget vil også fokusere på at forstå, hvordan kundeoplevelser kan påvirke virksomhedens brand og omdømme, samt hvordan man kan måle og evaluere effekten af kundeoplevelsesindsatser.	10 ECTS
User Experience & Konverteringsoptimering: Faget beskæftiger sig med designmetoder og UX-værktøjer til at forbedre den digitale brugeroplevelse, brugertest, arbejde i praksis med UX-principperne, udarbejde prototyper samt arbejde med design thinking. Desuden vil der være fokus på sammenhæng mellem UX og konverteringsoptimering, som har til hensigt at forbedre effektiviteten og øgning af indtjeningen af en webshop. Faget hænger meget sammen med både Metode og videnskabelse samt Customer Experience.	5 ECTS
Mediefag: Fagets formål er at klæde den studerende på til indholdsproduktion særligt inden for grafik og visuelle domæner. Her arbejder den studerende med produktion af video, foto og redigering, for at kunne producere indhold til andre fag. Der vil også være fokus på nye medier ift. at udforske nye at udforske nye teknologier, i takt med at de opstår, med henblik på at eksperimentere og potentielt inddrage dem i e-handelsdomænet.	5 ECTS
Dataanalyse I (Grundlæggende dataanalyse): Faget dækker de grundlæggende principper og teknikker for dataanalyse i en e-handelskontekst. Kurset vil dække emner som dataopsamling og -opbevaring, grundlæggende statistik, datavisualisering og grundlæggende maskinlæringsalgoritmer. Den studerende være i stand til at håndtere og analysere små til mellemstore datasæt fra en e-handelsforretning.	5 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 3. SEMESTER	ECTS
Digital forretningsforståelse: Faget fokuserer specifikt på digitale aspekter af virksomhedsdrift og ledelse herunder digitale transformationer og innovationer, CAC/CLV og indvirkning på kort og lang sigt, digitale forretningsmodeller og -strategier, juridiske og etiske aspekter af digital forretningsudvikling. Faget dækker også over specifikke digitale teknologier og deres anvendelse i e-handelsvirksomheder. På denne måde vil faget supplere faget Forretningsforståelse og give den studerende en mere specialiseret viden om digitale aspekter af forretningsforståelse.	10 ECTS
E-handelsteknologier II: Faget er en progression fra e-handelsteknologier I og bygger på at skabe en solid forståelse for brugen af E-commerce platforme med henblik på at etablere og drifte større webapplikationer. Faget udvikler sig henimod et større fokus på E-handelsspecifikke systemer og applikationer, specifikt relevant for webshops.	10 ECTS
Dataanalyse II (Avanceret dataanalyse): Faget fokuserer på mere avancerede teknikker for anvendelse af dataanalyse i en e-handelskontekst. Emner kan omfatte avancerede statistiske metoder, datamining, prædiktiv modellering og anvendelser af maskinlæring og AI i e-handelsvirksomheder. Ved afslutningen af kurset vil den studerende have den nødvendige viden og færdigheder til at arbejde med store og komplekse datasæt i en e-handelsforretning.	10 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 4. SEMESTER	ECTS
Digital marketing: Faget dækker over emner som søgemaskineoptimering, digital annoncering, social media marketing, e-mail marketing og content marketing. Den studerende vil lære at udvikle digitale marketingstrategier, hjælpe med at øge trafik og konverteringer på en e-handelsplatform. Faget vil også fokusere på måling af effektiviteten af digitale marketingaktiviteter og optimering af marketingindsatserne baseret på resultaterne. Ved afslutningen af faget vil den studerende have en dyb forståelse af, hvordan man strategisk kan planlægge, implementere og optimere digitale marketingkampagner og -aktiviteter for at øge online synlighed, trafik og konverteringer for en e-handelsvirksomhed.	10 ECTS
E-eksport: Faget giver en forståelse af, hvordan en virksomhed kan nå ud til flere internationale markeder både B2C eller B2B ved hjælp af egne digitale platforme og markedspladser. Faget vil også fokusere på, hvordan man håndterer ordrebehandling, kundesupport og logistik samt internationale handelsregler. Den studerende vil lære at forstå de juridiske og økonomiske konsekvenser af e-eksport.	5 ECTS
Specialisering: Den studerende kan vælge 3 specialiseringsfag af 5 ECTS. Der vil udvikles valgfag ift. de behov der opstår ude i markedet og dermed klæde den studerende på, der ønsker at bliver generalist eller specialist. Specialiseringsfag kan være følgende: SEO, E-mail marketing, Betalt digital annoncering, Sociale medier, Automation, Branding, User psychology, influencer marketing, neuromarketing, logistik, konverteringsoptimering, driftsøkonomi samt Content marketing.	15 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 5. SEMESTER	ECTS
Praktik: Den studerende skal her ud i praktik enten som generalist eller specialist. Den studerende kan komme ud i mange forskellige typer af virksomheder og vil være attraktiv at få i praktik for både B2B, B2C eller D2C virksomheder, hvor den studerende kan hjælpe med driften og udviklingen af en webshop, eller stå for forskellige digitale marketing specialist områder. Praktikken er 5 måneder ude i praksis.	30 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 6. SEMESTER	ECTS
Dataanalyse III (Specialiseret anvendelser af dataanalyse i e-handel): Faget er en progression fra faget Dataanalyse II og fokuserer på at anvende avancerede metoder og teknikker til brugen af dataanalyse i en e-handelskontekst. Emner kan omfatte personalisering af kundeoplevelser, segmentering af kundegrupper, optimering af prissætning og produktanbefalinger, kundechurn og kundeloyalitet, og analyse af kunde- og brugeradfærd. Den studerende vil få specialiseret viden om, hvordan man anvender dataanalyse til at optimere og forbedre en e-handelsforretning.	10 ECTS
Fordybelsesspor: I fordybelsessporet vil den studerende kunne fordybe sig i et selvvalgt emne, hvor den studerende skal indsamle forskellige valide kilder, ift. at få nye indsigter i det valgte emne, som er relevant for en e-handelsvirksomhed. Den studerende lærer her at tilegne sig ny viden og omsætte det til praksis.	5 ECTS
Specialisering: Den studerende kan vælge 3 specialiseringsfag af 5 ECTS. Der vil udvikles valgfag ift. de behov der opstår ude i markedet og dermed at klæde studerende på, der ønsker at bliver generalist eller som specialist. Specialiseringsfag kan være følgende: SEO, E-mail marketing, Betalt digital annoncering, Sociale medier, Automation, Branding, User psychology, influencer marketing, neuromarketing, logistik, konverteringsoptimering, driftsøkonomi samt Content marketing.	15 ECTS

FAGELEMENTER PÅ 7. SEMESTER	ECTS
Personlig lederskab: Faget vil fokusere på udviklingen af den enkelte studerende og samtidig give den studerende ledelsesmæssige kompetencer. Faget vil omfatte emner som selvrefleksion, personlig udvikling og målsætning, men vil også omfatte emner som kommunikation, konflikthåndtering og teambuilding ift. at indgå i en konstruktiv og produktiv arbejdskultur.	5 ECTS
Projektstyring: Faget vil fokusere på at lære den studerende at planlægge og styre projekter på en effektiv måde. Faget vil omfatte emner som projektplanlægning, risikostyring, tidsplanlægning og ressourceallokering, og de studerenden vil også lære at anvende forskellige værktøjer og teknikker til at administrere projekter, herunder agile metoder, Gantt-diagrammer og scrum. Ved at forstå de grundlæggende principper for projektstyring vil den studerende være i stand til at lede effektive og succesfulde projekter i deres fremtidige e-handelskarriere.	5 ECTS
Bachelorprojekt: Som det sidste element på uddannelsen skal den studerende tage udgangspunkt i en virksomheds digitale problemstilling, som den studerende skal løse ved at anvende teorier og metoder, som den studerende har tilegnet sig gennem uddannelsen. Som en del af af projektet skal den studerende udarbejde og inddrage empirisk materiale til løsning af den konkrete problemstilling.	20 ECTS

4.5 Rekruttering

Analysen af rekruttering, vil tage udgangspunkt i den nuværende rekruttering til de merkantile uddannelser (markedsføringsøkonom, handelsøkonom, serviceøkonom, logistikøkonom), samt multimediedesigner, da det vurderes at være de uddannelser der ligger tættest på professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing.
Ud af 79.758 ansøgere til de videregående uddannelser i 2022, var der 3.929 ansøgere til de merkantile uddannelser (knap 5 % af det samlede ansøgertal) og der blev optaget 3.837 studerende. I Aarhus optog vi 636 studerende, 16,6 % af samtlige optagede indenfor de ovennævnte uddannelser. Det betyder, at vi har gode erfaringer med optag indenfor dette område.

Uddannelsen er 3½-årig, hvor de ovennævnte er 2-årige, men vi har en lang række andre 3½-årige uddannelser (finansbachelor, PBA i IT-arkitektur, PBA urban landsskabsingeniør, PBA i natur og jordbrugsproduktion, PBA i fødevareteknologi og -applikation, samt kombinationsuddannelserne PBA i økonomi og It og PBA i business og vandteknologi), og er således erfarne i optag til den længde uddannelse.

Udover ovenstående, er det naturligvis vigtigt at der findes unge mennesker, som har en adgangsgivende eksamen, at søge uddannelsen på. Nedenfor i tabel 8 ses en oversigt over antal potentielle nye studerende med en færdiggjort gymnasial uddannelse eller et gennemført hovedforløb, fra en relevant erhvervsuddannelse.

Tabel 8 – Potentielle studerende

	Region Midtjylland		Region Nordjylland		Region Syddanmark		Region Sjælland		Region Hovedstaden		I alt	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Personer med færdiggjorte gymnasiale uddannelser	31.612	31.473	12.672	12.328	28.825	28.217	19.768	19.308	43.540	42.988	136.771	134.720
Personer med afsluttet hovedforløb (erhvervsuddannelser indenfor relevante erhvervsuddannelser (note 1)	1.788	1.598	799	691	1.484	1.320	889	804	1.584	1.371	6.747	5.959

Note: Antal gennemførte hovedforløb på erhvervsuddannelserne indenfor gruppe 3303 kontor, handel og forretningsservice.

Rekrutteringsgrundlaget fra de gymnasiale uddannelser er på 8.904 i 2021 og 9041 i 2022 i vores snævre dækningsområde i Syddjurs, Aarhus og Samsø kommuner (Danmarks Statistik).

Vi forventer ikke udfordringer med at rekruttere studerende til denne uddannelse, på baggrund af ovennævnte erfaringer med merkantile uddannelser og 3½-årige kombinationsuddannelser, de mange personer med en adgangsgivende eksamen og fordi vi fra vores eksisterende merkantile uddannelser kan se, at der er en stor interesse for denne type uddannelser generelt.

4.6 Beslægtede uddannelser

I Danmark er der ikke mange nært beslægtede uddannelser med den 3½-årige uddannelse i e-commerce og digital marketing.
I forhold til at belyse ligheder og forskelle til de beslægtede uddannelser, herunder også i forhold til beskæftigelse og evt. dimensionering, har vi vurderet beslægtede uddannelser med udgangspunkt i den ansøgte uddannelsesprofil. På den baggrund, vurderes det at uddannelserne, som fremgår af tabel 9 kan kategoriseres som beslægtede (dog beslægtet i begrænset omfang).

Tabel 9 – Beslægtede uddannelser i Danmark

Uddannelsestitel/ Udbudssted/ Uddannelsesniveau	Sammenligning af uddannelsernes fagligheder og adgangskrav
Erhvervsakademiuddannelser	
Markedsføringsøkonom	

<table>
<tr>
<td>
Udbudssteder:
Esbjerg
Herning
Hillerød
Horsens
Kolding
København
Lyngby
Nykøbing F.

Odense
Randers
Slagelse
Sønderborg
Thisted
Viborg
Aalborg
Aarhus

Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:
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.
</td>
<td>
• 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:
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 (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 identiske, Engelsk C og matematik B eller virksomhedsøkonomi B
</td>
</tr>
<tr>
<td>
Multimediedesigner

Udbudssteder:
Esbjerg
Grenaa
Herning
Kolding
København
Køge
Lyngby
Nykøbing F.
Odense
Skive
Slagelse
Sønderborg
Aalborg
Aarhus

Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:
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 rimeligt begrænset.
</td>
<td>
• Uddannelsen er en to-årig uddannelse, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er 3½-årig.
• På multimediedesigner får man en bred indføring i udvikling og implementering af digitalt design og digitale brugeroplevelser.
• Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder:
Brugergrænseoplevelse, Brugeroplevelse,
Indholdsproduktion, Forretning, Teknologi
• 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.
</td>
</tr>
<tr>
<td>
Handelsøkonom

Udbudssteder:
Hillerød
Hobro
Horsens
København
Næstved
Odense
Randers
Silkeborg
Vejle

Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:
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.
</td>
<td>
• 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:
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.
</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Top-up bacheloruddannelser</td>
</tr>
<tr>
<td>
PBO i e-handel

Udbudssteder:
Kolding
København
Odense
Skive
Aarhus
Aalborg

I forbindelse med opstart af Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing, vil PBO i e-
</td>
<td>
• 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:
o Datadrevet marketing og salg
o E-handel
• Uddannelsen har fokus på en virksomheds digitale forretning, datadrevet markedsføring samt customer experience.
</td>
</tr>
</table>

handel i Aarhus blive lukket (så det sikres at aftagerne ikke har år uden dimittender fra en af de to uddannelser). Det vil betyde, at det vil være lettere for nogle af de små udbud af denne uddannelse, primært Skive, Kolding og Aalborg, at rekruttere studerende fra erhvervsakademiuddannelser i Aarhus. Der kan også være en marginal effekt på optaget på erhvervsakademiuddannelser af den manglende top-up mulighed.	• 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.

PBO i digital konceptudvikling
 	
Udbudssteder:
Herning
København
Køge
Odense
Aalborg
Aarhus
	• 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:
	  ○ Digital konceptudvikling
	  ○ Forretningsudvikling
	  ○ 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.

Universitetsuddannelser	

Bachelor i informationsteknologi
 	
Aalborg universitet
 	
Konkurrence i optagelse/beskæftigelse af studerende/dimittender:
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.
	• Uddannelsen er en 3-årig akademisk bachelor, hvor PBA i e-commerce og digital marketing er en 3½-årig Professionsbachelor.
	• På informationsteknologi får du en bred indføring i programmering, hvordan man kommunikerer med kunder og udviklingen af digitale produkter.
	• Uddannelsen indeholder følgende overordnede fagområder:
	  ○ Teknologi
	  ○ Kommunikation
	  ○ Forretningsudvikling
	• Uddannelsen har fokus på vurdering, konstruktion og afprøvning af IT-systemer, udvikling af databasesystemer og mobile applikationer, video som metode og IT-baseret forretningsudvikling.
	• Uddannelsen er mere rettet mod IT-systemer og produktion af disse, men mangler den digitale marketing, mediefag, user experience, dataanalyse, scm og e-eksport.
	• Specifikke adgangskrav er gymnasial eksamen med dansk A, engelsk B og matematik B.

I udlandet er der flere beslægtede uddannelser. I tabel 10 ses et udpluk af de uddannelser der ligger i vores nærområde.

Tabel 10 – Beslægtede uddannelser i udlandet

Universitet	Uddannelsesnavn:	Fagligheder på uddannelsen
BI Norwegian Business School i Oslo, Norge	Bachelor i Digital Business	E-handel, digital marketing, it-ledelse og forretningsudvikling
University of Applied Sciences i Würzburg, Tyskland	Bachelor i E-Commerce	E-handel, digital marketing, it-ledelse og logistik
University of Applied Sciences i Münster, Tyskland	Bachelor i E-Commerce	E-handel, digital marketing, it-ledelse og forretningsudvikling
Kedge Business School i Marseille, Frankrig	Bachelor i E-Business og Digital Marketing	E-handel, digital marketing, dataanalyse og ledelse
Hanze University of Applied Sciences i Groningen, Holland	Bachelor i E-Commerce and Digital Business	E-handel, digital marketing, it-ledelse og logistik

5 Interessetilkendegivelser

Ved hjælp af vores behovsafdækning, har vi undersøgt, om erhvervet er enige i, at der er brug for en ny uddannelse. Vi har modtaget 5 interessetilkendegivelser fra følgende interessenter:

- Mie Bilberg, Chefkonsulent E-commerce, Dansk Industri
- Borgmester Jakob Bundsgaard, Aarhus Kommune
- Carsten Rose Lundberg, Fagchef digital handel, Dansk Erhverv
- Michael Tøttrup, Afdelingsleder udviklingsafdeling, Prosa
- Kristian Sørensen, Uddannelses- og udviklingskonsulent, HK Østjylland

Mie Bilberg fra Dansk Industri udtaler: "*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."*

Som Mie Bilberg udtaler, så er der brug for e-commerce talent til at få danske virksomheder ud over grænserne digitalt. Der mangler salgsledere, der kan løfte virksomhedens digitale salg.

Michael Tøttrup fra PROSA peger også på, at der er brug for medarbejdere med både merkantile og tekniske kompetencer: *"Medarbejdere, der selvstændigt kan varetage opgaver i forhold til virksomhedernes digital forretning med både merkantile og tekniske kompetencer, og dermed understøtte digitaliseringen af danske virksomheder, hvor der stadig samfundsmæssigt er et kæmpe uforløst potentiale."*

Ifølge Michael Tøttrup er der netop brug for denne uddannelse, hvor de studerende både får merkantile og tekniske kompetencer, hvilket vil være med til at understøtte de danske virksomheder i deres digitaliseringsrejse.

Kristian Sørensen fra HK Østjylland siger også, at de kan se i deres analyser, at der er stigning i jobs, hvor hovedopgaverne er e-handel og digital markedsføring. Kristian Sørensen udtaler: "*Vores vurdering er, at den foreslåede uddannelse vil lukke et hul, hvor virksomhedernes behov ikke bliver tilstrækkeligt dækket i dag*". Det er svært for virksomhederne at finde kvalificeret arbejdskraft, og Carsten Rose fra Dansk Erhverv siger: *"En rundspørge blandt vores medlemmer viser, at knap hver femte e-handelsvirksomheder har opgivet at ansætte medarbejdere grundet mangel på kompetente ansøgere. Vi vurderer, at dette er et problem for danske virksomheders konkurrenceevne".*

Alle interessetilkendegivelserne bekræfter os i, at en uddannelse som professionsbachelor i e-commerce og digital marketing er en uddannelse for fremtiden, hvor vi kan opnå en væsentlig styrkelse af danske virksomheders konkurrenceevne i ind- og udland.

Dansk Industri

19.06.23

Erhvervsakademi Aarhus
Att. **Kim Sørensen Ramus,** uddannelseschef
Sønderhøj 7G, 8260 Viby J
Sendt per mail til: kbsr@eaaa.dk

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 20% 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 uddannelsessystem får udviklet og uddannet det talent, vi allerede nu mangler indenfor e-commerce.

Interessetilkendegivelse
Dansk Industris afdeling for e-commerce har set det fornyede forslag om etablering af den 3½ årige bachelor i e-commerce og digital marketing. Vi mener, at uddannelsen har den rette faglig profil og indhold, som vil kunne hjælpe danske virksomheder til at indfri det digitale potentiale.

DI vurderer, at etableringen af den foreslåede bacheloruddannelse vil have potentiale til at øge talentmassen og dermed løse en af de største barrierer danske virksomheder står med, at de ikke i tilstrækkelig grad kan få de folk som de har behov for. 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, hvor det her er afgørende, at vi får folk ind i virksomhederne med værktøjskassen klar fra uddannelsessystemet.

På vegne af DIs medlemmer, som aftager af elever fra denne uddannelse, er der positiv opbakning til at få etableret denne nye uddannelse.

Med venlig hilsen

Mie Bilberg, Chefkonsulent e-commerce, Dansk Industri
Tlf. +45 21193403 Mail: mlbi@di.dk

Erhverv og Bæredygtig udvikling
Rådhuset, Rådhuspladsen 2, 8000 Aarhus C

Interessetilkendegivelse til Erhvervsakademi Aarhus

30. august 2023
Side 1 af 1

Ny bacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing.
Med baggrund i den foreliggende behovsanalyse og Aarhus Kommunes stigende engagement i digitale løsninger og senest etablering af Security Tech Space, ønsker Aarhus Kommune hermed at støtte op om Erhvervsakademi Aarhus' ønske om at etablere en ny 3½ årig bacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing.

Digitalisering og handel via internetbaserede løsninger vokser med eksplosiv kraft for tiden.

For at kunne drive en fornuftig og samtidig ansvarlig forretning, er det essentielt, at man har den nødvendige viden og forståelse for både fordele og udfordringer med digitale handelsløsninger.

Jeg tilkendegiver derfor min og Aarhus Kommunes opbakning til at Erhvervsakademi Aarhus fremover kan tilbyde bacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing.

Med venlig hilsen

Jacob Bundsgaard
Borgmester

BORGMESTERENS AFDELING
Sekretariat, Erhverv og Kommunikation
Aarhus Kommune

Erhverv og Bæredygtig udvikling
Rådhuset, Rådhuspladsen 2
8000 Aarhus C

Direkte telefon: 51 51 08 72

Sagsbehandler:
Lars Mattson

DANSK ERHVERV
Børsen
1217 København K

www.danskerhverv.dk
info@danskerhverv.dk
T. + 45 3374 6000

DANSK ERHVERV

Erhvervsakademi Aarhus
Att.: Kim Sørensen Ramus
Aarhus Sønderhøj 7G
8260 Viby J

Den 22. juni 2023

Anbefaling

Kære Erhvervsakademi,

Dansk Erhverv ønsker hermed at udtrykke vores fulde støtte til jeres planer om at oprette en ny uddannelse inden for e-handel og digital marketing. Vi mener, at etableringen af en 3½ årig bacheloruddannelse i dette felt vil være et væsentligt bidrag til både studerende og erhvervslivet i Danmark.

Den stigende digitalisering og anvendelsen af e-handel har revolutioneret den måde, vi driver forretning på. Virksomheder har behov for dygtige fagfolk med specialiseret viden inden for e-handel og digital marketing for at kunne konkurrere effektivt i det moderne erhvervsliv. Ved at tilbyde en uddannelse inden for dette område vil Erhvervsakademiet bidrage til at opfylde dette behov og sikre, at danske virksomheder har adgang til veluddannede medarbejdere med den rette ekspertise.

En 3½ årig bacheloruddannelse i e-handel og digital marketing vil give de studerende en solid forståelse for de fundamentale principper, strategier og teknikker inden for dette felt. Gennem en bred vifte af fag som e-handel, digital markedsføring, dataanalyse, online branding og forbrugeradfærd vil de studerende få den nødvendige viden og færdigheder til at navigere i den digitale verden og skabe værdi for virksomheder gennem effektiv online markedsføring og salg.

En rundspørge blandt vores medlemmer viser, at knap hver femte e-handelsvirksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere grundet mangel på kompetente ansøgere. Vi vurderer, at dette er et problem for danske virksomheders konkurrenceevne.

Vi er derfor overbeviste om, at denne nye uddannelse vil have en positiv indvirkning på erhvervslivet i Danmark. Den vil være med til at styrke den digitale omstilling af virksomheder og fremme innovation og vækst. Samtidig vil den give de studerende en attraktiv karrieremulighed og åbne døre for dem inden for et område med stor efterspørgsel efter specialiseret arbejdskraft.

Vi opfordrer Erhvervsakademiet til at fortsætte arbejdet med at udvikle denne uddannelse og samarbejde tæt med erhvervslivet for at sikre, at indholdet er relevant og opdateret i forhold til branchens behov. Det er vigtigt at inddrage erfarne fagfolk og eksperter i undervisningen for at

sikre, at de studerende får praktisk orienteret læring og får mulighed for at anvende deres viden i virkelige forretningsmæssige sammenhænge.

Vi ser frem til at følge udviklingen af denne nye uddannelse og er sikre på, at den vil bidrage positivt til både erhvervslivet og de studerendes fremtidige karrierer.

Med venlig hilsen



Carsten Rose Lundberg
Fagchef Digital Handel
Dansk Erhverv

PROSA
Forbundet af It-professionelle
20230523/MIT

PBA i e-commerce og digital marketing

PROSA – Forbundets af It-professionelle, har fået forelagt et forslag af Erhvervsakademi Aarhus om udvikling af en ny professionsbachelor i e-commerce og digital marketing.

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.

PROSA finder det er vigtigt at flere uddannelser bliver fulde PBA-uddannelser for at kunne matche arbejdsmarkedets behov for længere professionsrettede uddannelser til primært det private arbejdsmarked. Dette er denne uddannelse er godt eksempel på. Som det er i dag, er der flere 2-årie akademi uddannelser inden for økonomi mv. der med en 1½-årig overbygning i e-handel får en profil indenfor digitalisering. I dag er der stor stoftrængsel foruden at når flere forskellige uddannelser skal kobles sammen via en overbygning mangler der fokus og det er svært at give de studerende alle de kompetencer som virksomheder og erhvervet efterspørger.

Erhvervsakademi Aarhus har lavet undersøgelser og interviews med en lang række forskellige aftagervirksomheder. Disse viser helt åbenbart at der er behov for en mere dedikeret og målrettet uddannelse der kan adressere virksomhedernes behov.

PROSA støtter derfor at Erhvervsakademi Aarhus udvikler og udbyder denne uddannelse.

For anbefaling

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

HK ØSTJYLLAND
SAMMEN ER DU STÆRKERE

PBA. E-COMMERCE OG DIGITAL MARKETING

Erhvervs Akademi Aarhus har startet udviklingen af en professionsbachelor uddannelse i e-commerce og digital markedsføring. HK Østjylland er fagforening for det merkantile område i Østjylland, med 22.000 medlemmer. Vi følger arbejdsmarkedet tæt, både i forhold til beskæftigede og ledige og vores fokus er altid at sikre vores medlemmer de rette kompetencer, til at imødegå fremtidens behov på arbejdsmarkedet.

Vores analyser viser en stigning i jobs, hvor hovedopgaverne er e-handel, digital markedsføring og handel over nettet. Vores vurdering er, at den foreslåede uddannelse, vil lukke et hul, hvor virksomhedernes behov ikke bliver tilstrækkeligt dækket i dag.

De nye kandidater fra den foreslåede uddannelse, 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.

Den nye uddannelse vil helt konkret kunne sikre de studerende et bedre læringsforløb, hvor der er tid til tilstrækkelig fordybelse i de faglige emner. Ændringen af uddannelsen, fra 1,5 år til 3,5 år vil sikre bedre sammenhæng og fordybelse i både praksis og teori.

Uddannelsen sigter mod det merkantile erhverv, hvor særligt B2C, B2B og D2C er i vækst og udvikling. Generalist og specialistretningerne vil styrke de studerendes muligheder for at finde beskæftigelse i virksomheder der er forskellige steder i deres digitale e-handels strategi.

Erhvervs Akademi Aarhus har desuden lavet grundige undersøgelser af markedet, der flugter med vores egne analyser. Vores opfattelse er derfor at der er udført et grundigt forarbejde, der tilgodeser markedets behov. Det Østjyske arbejdsmarked er desuden præget at store kæder og virksomheder der tilbyder arbejdspladser, der vil kunne aftage de studerende.

HK Østjylland støtter derfor, at Erhvervs Akademi Aarhus udvikler og udbyder denne uddannelse.

Med venlig hilsen

Kristian Sørensen
Uddannelses og udviklingskonsulent

HK Østjylland
kristian.soerensen@hk.dk
21530972

6 Konklusion

E-commerce er kommet for at blive og verden er i konstant bevægelse. Det betyder at uddannelserne løbende skal tilpasse sig den aktuelle virkelighed. Erhvervsakademi Aarhus har kompetencerne og viljen til at bidrage til at den danske konkurrenceevne styrkes, ved at udbyde en ny uddannelse indenfor e-commerce og digital marketing.
På baggrund af behovsanalysen har vi dokumenteret behovet for en 3½-årig professionsbachelor i e-commerce og digital marketing. Af de 171 virksomheder, der har svaret på spørgeskema-undersøgelsen, har 144 (84,2%) sagt 'ja' til, at der er et behov for at etablere uddannelsen.

Samtlige analyser indikerer, at der er et stort behov for at dygtiggøre medarbejdere inden for e-commerce og digital marketing. Ved at etablere en ny 3½-årig professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing, får danske virksomheder adgang til medarbejdere med de nødvendige kompetencer, så de kan vækste virksomhederne gennem digitalisering, online salg og marketing og således styrke deres konkurrenceevne.

Erhvervet angiver, at det er svært at rekruttere kvalificerede medarbejdere inden for e-commerce og digital marketing. Undersøgelser, foretaget af Dansk Erhverv, viser at knap hver femte e-handelsvirksomhed har opgivet at ansætte medarbejdere grundet mangel på kompetente medarbejdere inden for dette område. Carsten Rose fra Dansk Erhverv udtaler: "*Vi er derfor overbeviste om, at denne nye uddannelse vil have en positiv indvirkning på erhvervslivet i Danmark. Den vil være med til at styrke den digitale omstilling af virksomheder og fremme innovation og vækst.*" Ifølge Dansk Industri taber danske virksomheder konkurrencen på eksportmarkederne, fordi virksomhederne stadig er meget analoge. DI skriver i deres interesseerklæring at *"Danmark er et af de lande i verden med flest digitale salgskanaler, men mindst digitalt eksportsalg. Så hvorfor taber verdens mest digitaliserede land, når det gælder digital eksport? Det skyldes ifølge DI-analyser, at de danske virksomheder mangler talent, der kan forløse potentialet"*.

Regeringens digitaliseringsstrategi[1] om at fastholde Danmarks digitale førerposition ved blandt andet at øge væksten og eksporten gennem digitalisering og samstemmende interesseerklæringer, ansporer både erhverv og uddannelsessektor til at handle på den digitale kompetenceudvikling. Det er vigtigt, at uddannelsesinstitutionerne udvikler udbuddene og får rammerne til at sikre at studerende får de nødvendige digitale kompetencer. Erhvervsakademi Aarhus har med denne behovsanalyse og uddannelsesbeskrivelse sikret muligheden for at imødekomme efterspørgslen ved etablering af professionsbachelor i e-commerce og digital marketing. Hvis rammerne bliver os tildelt.

"*DI vurderer, at etableringen af den foreslåede bacheloruddannelse vil have potentiale til at øge talentmassen og dermed løse en af de største barrierer danske virksomheder står med, at de ikke i tilstrækkelig grad kan få de folk, som de har behov for. De virksomheder, der ikke selv kan oplære folk i digitalt salg, har pt. ikke mulighed for at komme i gang.*" (Mie Bilberg, Dansk Industri)

Erhvervsakademi Aarhus er en uddannelsesinstitution, som er strategisk godt placeret og med et fagligt stærkt fundament. På den eksisterende top-up i e-handel har vi stærke faglige undervisere med merkantile og tekniske kompetencer, som har erfaring fra erhvervslivet, herunder arbejdet med e-commerce og digital marketing. En ny professionsbacheloruddannelse på Erhvervsakademi Aarhus vil være en solid satsning, som vil gavne dansk erhvervsliv, den politiske dagsorden og ikke mindst de unge mennesker som ønsker at studere, arbejde og leve i Vestdanmark. Uddannelsen vil ligeledes være med til at øge aftagervirksomhedernes rekrutteringsfelt og med en uddannelse, som er målrettet et felt, hvor der i dag mangler specialist-uddannelse på professionsbachelorniveau.

Anette Bache (chef for kvalitet og studieliv – abac@eaaa.dk)

Fra: Anne Storm Rasmussen (rektor – anst@eaaa.dk)
Sendt: 13. september 2023 10:36
Til: Anette Bache (chef for kvalitet og studieliv – abac@eaaa.dk); Kim Sørensen Ramus (uddannelseschef – kbsr@eaaa.dk); Connie Almind Hockerup (rektorsekretær – coal@eaaa.dk)
Emne: Fwd: Høring - ny uddannelse
Vedhæftede filer: Høring - ny uddannelse.pdf

Opfølgningsflag: Opfølgning
Flagstatus: Afmærket

Sendt fra Outlook til iOS

Fra: Henriette Krogh Slebsager <HHS@eamv.dk>
Sendt: onsdag, september 13, 2023 9:33 AM
Til: Anne Storm Rasmussen (rektor – anst@eaaa.dk) <anst@eaaa.dk>
Emne: Fwd: Høring - ny uddannelse

Ok fra eamv

Med venlig hilsen
Henriette Slebsager

Start på videresendt besked:

> **Fra:** EAMV <eamv@eamv.dk>
> **Dato:** 7. september 2023 kl. 10.33.57 CEST
> **Til:** Henriette Krogh Slebsager <HHS@eamv.dk>
> **Emne: VS: Høring - ny uddannelse**
>
> **Fra:** Connie Almind Hockerup (rektorsekretær – coal@eaaa.dk) <coal@eaaa.dk>
> **Sendt:** 7. september 2023 10:09
> **Til:** Henriette Krogh Slebsager <HHS@eamv.dk>; EAMV <eamv@eamv.dk>; Anders Graae Rasmussen <agr@eadania.dk>; eadania@eadania.dk; rektor@via.dk; via@via.dk
> **Emne:** Høring - ny uddannelse
>
> Til Henriette Slebsager, Anders Graae og Harald Mikkelsen
>
> Se vedhæftede høring i forbindelse med prækvalifikation af ny uddannelse.
>
> Med venlig hilsen
> **Connie Almind Hockerup**
> rektorsekretær
>
> **Erhvervsakademi Aarhus**
> Sønderhøj 30, 8260 Viby J

Fra: Anders Graae Rasmussen
Til: Anne Storm Rasmussen (rektor – anst@eaaa.dk)
Emne: Høring vedr. prækvalifikation
Dato: 14. september 2023 07:36:22

Kære Anne

Tak for jeres mail omkring jeres foranstående prækvalifikationsansøgning om udbud af Professionsbachelor i E-commerce og digital markedsføring.

Vi har ikke bemærkninger til jeres prækvalifikationsansøgning.

Venlig hilsen / Kind regards

Anders Graae Rasmussen

Rektor
Rector

eaDania.dk

Minervavej 63, DK-8960 Randers SØ
Tel. +45 72291002 / +45 26285281
Mail: agr@eadania.dk - eaDania.dk

Find vejen frem
VIA University College

Rektor Anne Storm Rasmussen
Erhvervsakademi Aarhus

VIAs høringssvar til ny uddannelse: Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

VIA University College takker for muligheden for at blive hørt i forbindelse med Erhvervsakademi Aarhus' prækvalifikationsansøgning om ny professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing.

VIA University College udbyder markedsføringsuddannelsen (AK) og PB(O) i International Handel og markedsføring på VIAs campus i Horsens. VIA har netop gennemført en faglig opdatering af markeds-føringsuddannelsen med en profilering inden for digital marketing, SoMe-kompetencer og digitale undervisningsformer i bl.a. e-commerce og content marketing. Dette for at imødekomme branchens efterspørgsel og den generelle digitale udvikling inden for feltet.

Vi bemærker derfor, at en ny PB i e-commerce og digital marketing i Aarhus deler flere faglige elementer med VIAs digitalt profilerede markedsføringsuddannelse.

Vi har en opmærksomhed på, at et udbud af en ny PB i e-commerce og digital marketing i Aarhus potentielt kan indvirke negativt på VIAs rekrutteringsgrundlag til markedsføringsøkonomuddannelsen i Horsens, idet overbygningsmuligheden i e-handel erstattes af en fuld professions-bacheloruddannelse for de studerende, som ønsker at specialisere sig i e-handel på professionsbachelorniveau. Dette kan derfor have indflydelse på VIAs muligheder for at udbyde en økonomisk bæredygtig 2-årig markedsføringsøkonomuddannelse. Af de studerende, som VIA optog på markedsføringsuddannelsen i 2021 og 2022, var 18% bosiddende i Aarhus.
Erfaringsmæssigt udgør uddannelsesudbud i Aarhus inden for nært beslægtede fagområder en væsentlig konkurrence til VIAs udbud i Horsens med deraf følgende mindre søgning i Horsens.

VIA har ikke yderligere bemærkninger på det foreliggende grundlag, men ser frem til at læse selve prækvalifikationsansøgning og bilagsmaterialer fra EAAA, når disse offentliggøres d. 15. september.

Med venlig hilsen

Harald Elmo Mikkelsen
Rektor

Harald Elmo Mikkelsen
Rektor

VIA
Campus Aarhus N
Hedeager 2
8200 Aarhus N

E: HM@via.dk
T: +4587551001
www.via.dk

Dato: 12. september 2023
J.nr.: A23-73520
Ref.: HBAS

Uddannelses- og Forskningsministeriet

Kære Anne Storm Rasmussen

På baggrund af gennemført prækvalifikation af Erhvervsakademi Aarhus' ansøgning om godkendelse af ny uddannelse er der truffet følgende afgørelse:

Godkendelse af ny professionsbacheloruddannelse i e-commerce og digital marketing (Aarhus)

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

Da Erhvervsakademi Aarhus 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 uddannelsens grundoplysninger. Ved spørgsmål til afgørelsen eller de vedlagte grundoplysninger kan Uddannelses- og Forskningsstyrelsen kontaktes på pkf@ufm.dk.

Med venlig hilsen

Christina Egelund

Bilag: 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen
2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen med uddannelsens grundoplysninger

6. december 2023

Uddannelses- og Forskningsministeriet

Børsgade 4
Postboks 2135
1015 København K
Tel. 3392 9700
ufm@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1680 5408

Ref.-nr.
2023 - 53786

Bilag 1 – RUVU's vurdering af ansøgningen

Nr. A7 – ny uddannelse (Efterår 2023)		**Status på ansøgningen:** Godkendt	
Ansøger og udbudssted:	Erhvervsakademi Aarhus (Aarhus)		
Uddannelsestype:	Professionsbacheloruddannelse		
Uddannelsens navn (fagbetegnelse) på hhv. dansk/engelsk:	- E-commerce og digital marketing - E-commerce and Digital Marketing		
Titel, som uddannelsen giver ret til at anvende:	- Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing - Bachelor in E-commerce and Digital Marketing		
Hovedområde:	Det økonomiske område	**Genansøgning:**	Nej
Sprog:	Dansk	**Antal ECTS:**	210 ECTS
Link til ansøgning på pkf.ufm.dk:	https://pkf.ufm.dk/flows/aadb35d3332d543ee0388658810e2e61		
RUVU's vurdering på møde d. 7. november 2023	RUVU vurderer, at ansøgningen opfylder kriterierne som fastsat i bilag 4 i bekendtgørelse om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser (nr. 1558 af 2. juli 2021 med senere ændringer). RUVU vurderer, at EAAA har dokumenteret et behov for at etablere en uddannelse, der er målrettet et behov fra aftagerne om mere dybdegående og specialiserede kompetencer inden for E-handel og digital markedsføring. I den forbindelse finder RUVU det positivt, at EAAA vil lade den nye uddannelse erstatte den nuværende overbygningsuddannelse i E-handel. RUVU har lagt vægt på, at der er foretaget en grundig aftageranalyse, og at aftagerne tilkendegiver en klar interesse i at tage praktikanter ind. RUVU noterer sig, at der er vedlagt et kritisk høringssvar fra VIA UC, som bl.a. udtrykker bekymring for konsekvenser for rekrutteringsgrundlaget til VIAs udbud af markedsføringsøkonom og overbygningsuddannelse i international handel og markedsføring i Horsens. RUVU hæfter sig dog ved, at den ansøgte uddannelse retter sig mod studerende, der i forvejen ville søge ind på EAAA's nuværende overbygningsuddannelse i E-handel. Endelig bemærker RUVU, at den overbygningsuddannelse i E-handel, som EAAA ønsker at nedlægge ved etableringen af den nye professions-		

	bacheloruddannelse, er uddannelsesspecifikt dimensioneret. RUVU vil derfor anbefale, at den nye uddannelse i E-commerce og digital markedsføring tildeles det nuværende loft over optag, som gælder for EAAAs udbud af E-handel.

Bilag 2 – Følgebrev fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen med uddannelsens grundoplysninger

Professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing
Bachelor in E-commerce and Digital Marketing

Hovedområde:
Det økonomiske-merkantile område.

Titel:
Efter reglerne i § 7, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 708 af 9. juni 2023 om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser med senere ændring, giver uddannelsen ret til at anvende titlen:

- **Dansk:** Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing
- **Engelsk:** Bachelor in E-commerce and Digital Marketing

Udbudssted:
Aarhus

Sprog:
Dansk

Normeret studietid:
Efter reglerne i Teknisk LEP-bekendtgørelsens § 15 fastlægges uddannelsens normering til 210 ECTS-point.

Takstindplacering:
Uddannelsen indplaceres til: Takstgruppe 4
Aktivitetsgruppekode: 4499

Koder Danmarks Statistik:
UDD: 5888
AUDD: 5888

Censorkorps
Ministeriet har noteret sig, at uddannelsen tilknyttes censorkorps for handel og logistik.

Adgangskrav:
Efter det oplyste kan der jf. § 4 i bekendtgørelse nr. 87 af 25. januar 2023 om adgang til erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser (adgangsbekendtgørelsen) opnås adgang til uddannelsen via følgende:

Adgang via gymnasial eksamen:
Specifikke adgangskrav:

- Matematik B eller virksomhedsøkonomi B

Adgang via 3-årig erhvervsuddannelse:

Fuldført erhvervsuddannelse i kontor, handel og forretningsservice med en normeret varighed på 3 år eller mere
Specifikke adgangskrav:

- Matematik B eller virksomhedsøkonomi B

Eventuelle øvrige lokale adgangskrav, som for eksempel karakterkrav eller regler om adgangsprøver fastsættes i forbindelse med klargørelse af udbuddet på optagelsesportalen www.optagelse.dk.

Dimensionering:
EAAA meddeles et højeste optag (maksimumsramme), som svarer til den nuværende ramme for EAAA's udbud af professionsbachelor (overbygning) i e-handel. Den samlede ramme for højeste årlige optag inkl. overbooking vil således være 80 studerende på de to uddannelser.