UCN PROFESSIONSHØJSKOLEN

**Referat**

| | |
|---|---|
| Mødetidspunkt | 29. september 2026 kl. 08.30-11.30 |
| Mødested | UCN, Hobrovej 85, 9000 Aalborg |
| Lokale | 1.0.12 |
| Referent | Pernille Budde Haensel, UCN |
| Deltagere | Carsten Rose Lundberg, branchedirektør for Digital Handel, Dansk Erhverv |
| | Henrik Bloch, CCO, Compose'it |
| | Søren Borg, Head of Digital Business Development, Ahsel |
| | Louise Kragh Ottesen, lektor, UCN |
| | Mikkel Golding Faaborg, lektor, UCN |
| | Claus Jensen, uddannelsesleder, UCN |
| Fraværende | Heine Bjerregaard, rektor, Fjerritslev Gymnasium |
| | Andreas Bang Nielsen, CEO, Cykelgear, Cykelpartner og Bikable |
| | Morten Grabowski Kjær, direktør, MitPotentiale ApS, Iværksætterhjælpen.dk, og founder (form. CEO), Luksusbaby |
| | Morten Lund Dam, Uddannelseschef, Aalborg Handelsskole |
| | Emil Nissen, iværksætter, Bland Selv Frø |
| | Mathias Teis, adm. direktør og partner, LAZZAWEB |
| Mødeleder | Claus Jensen, UCN |
| Afdeling | Top-up Businessuddannelserne |

# Uddannelsesudvalgsmøde

## Uddannelsesudvalget for e-commerceuddannelserne

PBO i e-handel og PBA i e-commerce & digital marketing

Der er morgenbrød til mødet.

## 1. Godkendelse af dagsorden og referat fra seneste møde

2026-06-11 Referat e-handel uddannelsesudvalg 2026.docx

## 2. Velkommen /Claus (5 min)

Velkommen til uddannelsesudvalget for e-commerceuddannelserne: PBO i e-handel og PBA i e-commerce & digital marketing.

*Det nye uddannelsesudvalg, som nu dækker UCN's to e-commerceuddannelser, betyder at der har været valg af nye medarbejderrepræsentanter, hvor Louise er valgt som repræsentant for e-handel og Mikkel repræsentant for e-commerce og digital marketing.*

## 3. Bordet rundt /Alle (45 min)

Drøftelse rundt om bordet af, hvad der fylder i hvert medlems virksomhed/organisation for tiden.

*Udvalgsmedlemmerne fremhævede AI som det dominerende tema i virksomhederne og organisationerne for tiden. AI har allerede ændret meget og kommer til at ændre e-handel markant både B2C og B2B blandt andet gennem AI-agenter, der kan foretage indkøb og derudover opleves større pres på websider pga. øget AI-genereret trafik samt større efterspørgsel efter API-adgang til AI-agenter. Det er fortsat et ubesvaret spørgsmål, hvad AI kommer til at gøre ved organisationen og forretningen. Der eksperimenteres med chatbots, AI-agenter, strukturerede dataplatforme, men der er også en varierende grader af usikkerhed og modvilje i organisationerne.*

*Ift. medarbejdersiden så er der nu behov for dem, der skal komme med de rigtige ideer, så udviklerne kan implementere det – og ikke bare flere udviklere eller AI-eksperter.*

*Desuden fylder administrative bøvl og byrder generelt blandt Dansk Erhvervs medlemsvirksomheder pga. EU-regulering, som vurderes at svække europæiske virksomheders konkurrencekraft. Dansk e-handel står dog stærkt med høj forbrugertillid, et modent marked og et betydeligt potentiale for øget e-eksport.*

*Derudover er der en kort drøftelse af uddannelsesveje og uddannelsessystemet, hvor udvalget sætter spørgsmål ved ræsonnementet for at lukke top-up uddannelserne.*

## 4. Opdatering på overbygningsuddannelsen i e-handel /Claus (10 min)

Uddannelseslederen giver en status på uddannelsen herunder om optag 2026 optag og evaluering af studieaktiviteter både på campus og online m.m.

Der er også mulighed for at stille spørgsmål til den fremsendte datapakke om uddannelsen:

2026-09-29 Bilag_Datapakke evaluering af studieaktiviteter på e-handel - forår 2026 - uddannelsesudvalg for e-commerceuddannelserne.pdf

*Claus orienterer om, at Tommy Arildslund er ansat som ny medarbejder i e-handelsteamet per 1/8, så teamet igen består af tre medarbejdere.*

*Der har været mange ansøgere til uddannelsen i år, og der er fuldt optag med 75 studerende – 30 onsite og 45 online.*

*De studerendes evalueringer af undervisningen ligger godt og generelt over UCN's standard.*

*Der er en kort drøftelse i udvalget af de online studerende, og hvem der vælger online at studerede online – vores generelle data viser, at det bl.a. handler om ønske om fleksibilitet pga. geografi fx udkants- eller udlandsdanskere, livssituation fx fysiske og psykiske sygdomsdiagnoser, børn/familie, hel eller delvis beskæftigelse. Underviserne bruger meget tid på at tale med de studerende i både vejledning og personlige samtaler. Diversiteten blandt de online større er væsentlig større.*

*På hver årgang er der ca. 10-12 studerende som har egen virksomhed samtidig med studierne især på onlineudbuddet. Der er flere onlinestuderende end onsite på uddannelsen, og de klarer sig gennemsnitligt lige så godt som de onsite studerende, men vi ser også flere ekstremt dygtige på online; groft sagt en omvendt Bell kurve på onlineudbuddet.*

## 5. Opdatering på e-commerce og digital marketing /Claus (10 min)

Uddannelseslederen giver en status på optaget på den nye uddannelse både på campus og online.

*Claus orienterer om, at uddannelsens første optag er gået over al forventning – der var mange ansøgere, og der var fuldt optag d. 1. september med 70 studerende. Pt. er der 67 indskrevne studerende (30 onsite og 37 online). Den gennemsnitlige alder på onlineudbuddet er 28,7 år, mes den på onsite er 22,3 år.*

*I uddannelsens rammer og faglighed er der et særligt fokus på fleksibilitet, fordi udviklingen inden for e-handel går så hurtigt.*

## Pause 15 min

## 6. Udvikling og opstart på e-commerce og digital marketing /Mikkel, alle (45 min)

Præsentation af den nye uddannelse og overvejelser af opbygning, online/onsite setup, andre typer af studerende mm. Der vil være mulighed for spørgsmål, indspark og kommentarer mhp. den løbende udvikling af uddannelsen.

*Mikkel præsenterer uddannelsens overordnede indhold, og de tanker udviklingsgruppen har gjort sig om, hvad skal en færdiguddannet e-commmerce og digital marketing skal kunne, hvordan progressionen skal være samt at udviklingsarbejdet har bygget på UCN's didaktiske fundament, refleksiv praksislæring.*

*Semesterets er derfor opbygget ud fra jobfunktioner: 1. semester – e-commerce driftsansvarlig; 2. semester – markedsanalytiker; 3. semester – digital designer; 4. semester – AI og automationsspecialist; 5. semester – Digital marketing specialist; 6. semester – Praktikant. 7. semester - bachelor*

*I udviklingen af uddannelsen er der brugt input fra uddannelsesudvalget fx ift. lokale fagelementer om B2B, omnichannel, internationalisering og AI. UCN har valgt at lægge praktikken på 6. semester modsat andre institutioner, som har valgt 5. semester, hvor hensynet har været et fokus på beskæftigelse og relevans. Der er desuden en opmærksomhed på balancen mellem det akademiske niveau og praksisrettede kompetencer, der dækker arbejdsmarkedsbehovet, som det primære fokus.*

*Uddannelsen har præcise rammer på ugebasis, som giver en stor fleksibilitet; der er en tematiseret struktur med et "ugens emne", og der er skemalagt undervisning mandag og tirsdag, casearbejde onsdag, refleksion, vejledning og præsentation torsdag og selvstudie/projektarbejde fredag. Der undervises ikke i fag, men i emner. Online er forskudt ift. refleksion/præsentation.*

*Uddannelsesudvalget vurderer overordnet, at uddannelsens opbygning efter jobfunktioner er et godt greb. Det anbefales at sikre at der er et kommercielt fokus på tværs af uddannelsen, så de studerende trænes i at tage ansvar for digitalt salg, mersalg og krydssalg samt forstå sammenhængen mellem marketing, salg, kundeværdi og bundlinjen. Udvalget peger desuden på behovet for stærk forretningsforståelse, herunder forståelse for økonomisk værdiskabelse og forskellige forretningsmodeller som B2B, B2C, D2C, B2R, B2G og abonnementsløsninger. Endelig bakker udvalget op om, at praktikken placeres sent i uddannelsen, da det kan styrke overgangen til beskæftigelse.*

## 7. Tema: Professions- og erhvervsrettede AI-kompetencer /Alle (45 min)

Pba. af kort oplæg ønskes en drøftelse af hvilke AI-relaterede kompetencer, der er relevante i netop vores profession og erhvervsfelt.

Drøftelserne kan bl.a. adressere:

- Arbejdsopgaver, hvor AI allerede anvendes eller forventes at få betydning
- Hvilke AI-værktøjer og metoder, der aktuelt indgår i arbejdsprocesser og -opgaver
- Hvilke nye opgaver, roller eller arbejdsgange AI forventes at påvirke
- Hvordan uddannelsernes faglige profil skal udvikles i lyset af denne udvikling
- Behovet for opdatering af specifikke fagområder, praktikforløbene eller eksamensformer

*Claus fortæller kort, at UCN har et stort fokus på, hvad specifikke professions- og erhvervsrettede AI-kompetencer vil sige på uddannelsesniveau, og udvalget bedes derfor reflektere over, hvilke kompetencer der væsentlige på e-handelsområdet.*

*Uddannelsesudvalget fremhæver, at dimittender skal være nysgerrige og uden berøringsangst over for AI, men samtidig have en veludviklet kritisk sans. De skal kunne bruge AI som sparringspartner med mennesket aktivt i processen og kunne give værktøjerne relevant information, kontekst og rammer frem for blot at overlade hele opgaver til dem.*

*Kompetencerne skal række ud over prompting og omfatte en dybere forståelse af AI, data, automatisering og samspillet med eksisterende systemer og økosystemer. Dimittenderne skal kunne identificere relevante anvendelser, udvikle og afprøve proof of concepts samt vurdere, om løsninger skaber reel forretningsværdi og står mål med omkostningerne.*

*Hertil kommer forståelse for AI-modellernes forretningsmodeller samt juridiske, compliance-, etiske, bæredygtigheds- og klimamæssige hensyn, så de kan vurdere, hvad man kan, må og bør anvende AI til.*

## 8. Næste møde – og kommende møder (5 min)

Planlægning af forårets to møder.

**Forslag:**

4. februar 2027 kl. 08.30-11.30.

2. juni 2027 kl. kl. 08.30-11.30.

Mødet afholdes gerne hos en af udvalgsmedlemmernes virksomheder, hvis nogen ønsker at lægge hus til.

Husk også: Årsmøde for UCN's uddannelsesudvalg og bestyrelse 27. oktober 2026 08.30-13.00

*Begge datoer godkendt.*

## 9. Eventuelt