

Referat: Uddannelsesudvalgsmøde for Markedsføringsuddannelserne

| | |
|---------------|---|
| Mødetidspunkt | 17. marts 2026 kl. 14.30 - 17.00 |
| Mødested | Hobrovej 85, 9000 Aalborg |
| Lokale | 5.2.52 |
| Referent | Pernille Budde Haensel, UCN |
| Deltagere | Mads G. Ruby, adm. direktør, Jysk Analyse A/S Sune Andersen, marketingdirektør, Royal Greenland Jens Uggerhøj, direktør, U-Connect Mette Dietz Lilkær, Department Manager, Marketing & PR, Port of Aalborg Hans Peter Wolsing, indehaver, startinfo.dk Christian Warming, rektor, Aalborg Katedralskole Lone Damgaard Knudsen, uddannelseschef, Aalborg Handelsskole Frederik Smith Frederiksen, studerende UCN Markedsføringsøkonom Jens Kjær Sørensen, lektor, UCN Markedsføringsøkonom Karen Rubæk, uddannelsesleder, UCN Markedsføringsøkonom Claus Jensen, uddannelsesleder, UCN International handel og markedsføring |
| Fraværende | Birgitte Hvingel Jørgensen, lektor, UCN International handel og markedsføring |
| Mødeleder | Karen Rubæk og Claus Jensen |

Uddannelsesudvalg for markedsføringsuddannelserne: markedsføringsøkonom og professionsbachelor i international handel og markedsføring

1. Godkendelse af dagsorden og referat fra seneste møde

Dagsorden og referat er godkendt.

2. Velkommen og bordet rundt /Alle (30 min)

Velkomst og en drøftelse bordet rundt af, hvad der fylder hos jer i jeres virksomhed/organisation.

Karen og Claus byder velkommen, og udvalgsmedlemmerne fortæller, hvad de er optagede af i deres virksomheden/organisationen. Der nævnes bl.a.:

Port of Aalborg har jubilæum i år og er fx i gang med at planlægge et stort Åben Havn arrangement.

Udvalgets repræsentant fra markedsføringsøkonomuddannelsen er pt. i praktik hos Royal Greenland og det er et givende forløb for begge parter. Desuden er der et samarbejde med international handel og markedsføringsuddannelsen med en underviserpraktik i virksomheden om AI-generet segmentering; samarbejdet er et forsøg, der både rummer kompetenceudvikling for undervisere og input ind i undervisningen samt udviklingsprojekt for virksomheden.

På ungdomsuddannelserne fylder bl.a. ansøgnings- og optagelsestest; den nye EPX, HF og nyt institutionslandskab – hvilke samarbejder kan man lave, hvad skal indholdet være, usikkerhed i studievalg, og hvad det betyder for en uddannelses image samt erhvervsuddannelser og ungdomsliv.

For virksomhederne fylder usikkerhederne på det internationale marked med fx toldsatser på metal, prisstigninger på brændstof osv., som betyder at mange forholder sig afventende og nye projekter ikke bliver sat i gang. Der er også mere pres på at startups skal være vækstorienterede og skalerbare virksomheder. Kunstig intelligens fylder også på flere måder.

3. Opdatering på markedsføringsøkonomuddannelsen /Karen (20 min)

Uddannelseslederen giver en status på uddannelsen med forventninger til kommende optag både på campus og online m.m. Der er også mulighed for at stille spørgsmål til den fremsendte datapakke om uddannelsen.

2026-03-17 Bilag 1_Datapakke evaluering af studieaktiviteter på Markedsføringsøkonom - efterår 2025.pdf

Karen præsenterer data fra den medsendte datapakke om markedsføringsøkonomuddannelsen, hvor der ses at, der er nogle forbedringspunkter særligt på online. Ift. optag er antallet af onlinestuderende stigende, mens antallet af studerende på campus er faldende, og forventningen er, at der i 2026 optages lige mange online og onsite. Den moderne uddannelsesinstitution er online.

Frafaldet er dog noget større på online end onsite, hvor omkring 40 % falder fra i løbet af første studieår. UCN's standard for frafald er under 15 %, som er vanskeligt at imødekomme på onlineuddannelser.

Der er en kort drøftelse i udvalget om, hvorfor flere af de onlinestuderende falder fra uddannelsen; Nogle angiver fortrudt valg af uddannelse, men de fleste falder fra pga. opbrugte prøveforsøg. Der er mange unge mennesker, som har været i gang med flere uddannelser, og uddannelse er generelt en mindre prioritet i ungdomslivet end før i tiden. De fleste prioriterer også arbejde, rejser, familie og venner.

Der er en også en generel nedgang i kvote 2 ansøgninger på markedsføringsøkonom, som også ses på landsplan. Kvote 1 ansøgninger har deadline 5. juli, men der også mulighed for optagelse på efteroptag, hvor nye studerende kan starte ind til nogle dage efter studiestartsdagen. Det forventede optag til sommer 2026 er 80 online og 80 onsite, hvor vi regner med at lave to hold onsite. Selvom det er en stigning samlet set på antal studerende i alt, så forventes en nedgang i aktivitetsniveau pga. frafald på online.

Der er desuden den udfordring ift. optag, at dem, der optages i 2026, ikke har mulighed for at læse videre på en top-up uddannelse.

4. Opdatering på overbygningsuddannelsen i international handel og markedsføring /Claus (20 min)

Uddannelseslederen giver en status på uddannelsen med forventninger til kommende optag både på campus og online m.m. Der er også mulighed for at stille spørgsmål til den fremsendte datapakke om uddannelsen.

2026-03-17 Bilag 2_Datapakke evaluering af studieaktiviteter på International handel og markedsføring - efterår 2025.pdf

Claus præsenterer data fra top-up uddannelsen i international handel og markedsføring, som varer halvandet år med dimission i januar. Det er første gang der dimitterer et online hold fra denne

uddannelse. De havde et karaktergennemsnit på 7,73 på bachelorprojekt, mens onsite holdets gennemsnit er på samme niveau på 7,8. De online og onsite studerende har opnået samme læringsmål.

Frafaldet er også stort på onlineuddannelsen på international handel og markedsføring. Der er en stor andel af dem, der allerede er i job, når de går til eksamen.

Forventningen til sommeroptaget er fuldt optag med 80 studerende fordelt med ca. 40 online og 40 onsite. Alle overbygningsuddannelser er ledighedsbaseret dimensionerede, hvilket betyder et loft på antal studiepladser.

I data om evaluering af undervisningen ses at både på onsite- og onlineuddannelsen leverer en fornuftig kvalitet. Samarbejde med brancherne er vigtigt både i undervisningen og i ft. praktikken, hvor uddannelsen har mange gode praktiksamarbejder. Praktikvirksomhederne vurderer generelt, at praktikanterne har et højt kompetenceniveau, og at der er et godt match mellem virksomhedens behov og forventninger, og det uddannelsen leverer. Kompetencematch er også en vigtig del af vores drøftelser i uddannelsesudvalget, som uddannelsen bruger i udviklingsarbejdet.

Der er en kort drøftelse i udvalget af kompetencer og arbejdsopgaver, hvor det nævnes om innovativkompetencer kunne være et udviklingspotentiale ind i uddannelsen, fordi det er en vigtig opgave for praktikanter at se, hvor de kan gøre værdiskabelse.

Udvalget drøfter desuden rammer omkring praktikforløb, hvor begge uddannelser har et tremåneders forløb. Det foreslås bl.a. at uddannelserne kan arbejde med at lave et mere standardiseret forløb, da det ikke alle virksomheder, der er lige gode til at sørge for, at det bliver et godt forløb for praktikanter. UCN's erfaring er dog, at hvis praktikanten ikke har et godt forløb, så er de hurtigt i kontakt med praktikvejlederen, som finder en løsning. Begge uddannelser har gode praktiksamarbejder, hvor mange af virksomhederne tidligere har haft praktikanter.

Det nævnes også i drøftelsen, en opfordring til at UCN får kommunikeret til nye praktiksteder, at praktikken bør ses som en investering for virksomhed og er verdens bedste rekrutteringskanal, fordi det bl.a. giver mulighed for at se potentielle nye medarbejdere an.

UCN oplever generelt at efterspørgslen efter praktikanter blandt de nordjyske virksomheder er større end antallet af praktikanter. UCN arrangerer årligt to matchmaking arrangementer, hvor virksomheder og praktikanter kan mødes, og der er flere virksomheder, der gerne vil stille op, end vi kan imødekomme.

5. Tema: uddannelsesreform /Alle (50 min)

Karen og Claus giver en status på arbejdet med uddannelsesreformen for professionshøjskoler og erhvervsakademier og dens muligheder og konsekvenser samt en præsentation af det foreløbige uddannelseslandskab.

Herefter en drøftelse af uddannelsesudvalgets perspektiver på uddannelseslandskabet med særligt fokus på hvilke kompetencer, der er behov for i fremtiden inden for branchen.

Karen giver en kort opsummering af reform på uddannelsesområdet, hvor der både har været en reform på universitetsområdet; en på ungdomsuddannelsesområdet; og på erhvervsakademi- og professionshøjskoleområdet, hvor disse to uddannelser hører under.

Intentionerne med reformen på erhvervsakademi- og professionshøjskoleområdet:

- *Markant kvalitetsløft med flere undervisningstimer, mere feedback og vejledning, undervisning i mindre hold samt styrket praktik og praksis.*

- *Mere transparens /gennemsækelighed for studerende og aftagervirksomheder ift uddannelsesudbud*
- *Hurtigere færdiggørelse og dimittering af studerende*
- *Omlægning af 15-20 pct. af erhvervsakademiuddannelser til professionsbachelor-uddannelser fra 2028*
- *Udfasning af top-up-uddannelserne fra 2028/2029*
- *Nye etårige erhvervsrettede overbygningsuddannelser fra 2028 (fri EVU)*
- *Etablering af nyt uddannelseslandskab på det erhvervsrettede område*

Det betyder at overbygningsuddannelsen i international handel og markedsføring har sidste optag i 2027.

Det økonomisk-merkantile område udgør det største område på erhvervsakademiområdet. Der har været nedsat arbejdsgrupper med repræsentanter fra erhvervsakademier på hvert område, som har lavet en indstilling til et nyt uddannelseslandskab. Det endelige landskab ligger klar primo maj – formentlig.

I det nye uddannelseslandskab skal der fortsat være en 2-årig erhvervsakademiuddannelse (der er forkortet med en måned) og en 1-årig overbygningsuddannelse, der giver bachelorniveau, hvor der skal være en toårig karensperiode mellem de to uddannelser. Den nye 1-årige skal også kunne tilrettelægges på deltid over to år med job sideløbende.

De nye overbygningsuddannelser forventes at have et væsentligt lavere optag end de nuværende overbygningsuddannelser. Til gengæld omlægges 15-20 % af erhvervsakademiuddannelserne til bacheloruddannelse.

Der foreslås en ny bacheloruddannelse på markedsførings- og salgsmarkedet med arbejdstitlen Forretningsudvikling og international marketing.

UCN skal sikre, at de kompetencebehov, der er i det nordjyske arbejdsmarked fortsat kan imødekommes. UCN har allerede ansøgt om at opstarte professionsbacheloruddannelsen i e-commerce og digital marketing og den starter op til september 2026.

Når uddannelseslandskabet er på plads, så skal UCN's bestyrelse beslutte hvilke uddannelser, UCN vil ansøge om og er forpligtet til at fordele pladser regionalt.

Herefter er der en drøftelse i udvalget, hvor det bl.a. drøftes hvad formålet med karensperioden ift. den nye overbygningsuddannelse er; Det kunne gøre uddannelsen mindre attraktiv for studerende og måske også for virksomheder. Det kunne betyde at der skal være et tydeligt fokusområde, hvor virksomheden skal kunne se kompetenceudvikling ind i det. Muligheden for deltidsstudie og deltidsarbejde samtidig, kan måske gøre modellen mere interessant for virksomheder. Det er sandsynligt at det bliver den mest populære model. Her vil fleksibilitet være altafgørende for virksomheden samt tæt samarbejde med erhvervet i udviklingen af uddannelsen.

Både studerende og aftagere ønsker enkelhed i uddannelsesstruktur og længde samt fleksibilitet.

Det undrer, at der ikke er mere fokus på salg i uddannelsesforslagene i det nye uddannelseslandskab, og der er en opfordring til at tydeliggøre det for aftagere; Det er et problem med nye uddannelser, at aftagerne ikke ved, hvad dimittender kan.

Det ses positivt at den nye struktur giver mulighed for at have et større praksisfokus og mere samarbejde med praktiksteder. Desuden foreslås at grundlæggende forretningsforståelse bør være en del

at af PBA'en med en høj grad af praksistilgang; Værktøjskassen er vigtig fx hands-on salgstræning. Det er centralt for UCN-dimittender ift. universitetet, at de har en anden praksiserfaring og kan gå direkte ud i virksomhederne og gøre en forskel. Titler som business developer og account manager kunne måske bruges til inspiration i uddannelsens navngivning.

Drøftelsen om en ny fuld professionsbacheloruddannelse tages op på et kommende møde, og hvis UCN skal udbyde den fremadrettet, bliver der behov for udvalgets hjælp til udviklingsarbejdet.

6. Uddannelsesudvalg 2026-2030 /Karen og Claus (10 min)

Kort orientering om ny periode og medlemmer til uddannelsesudvalget.

Dette uddannelsesudvalgsmøde er det sidste i denne periode.

Claus orienterer om at nærværende møde er det sidste uddannelsesudvalgsmøde for denne periode; der starter ny periode fra 1. maj 2026 til 2030. Uddannelsesvalget gør en forskel for dem to uddannelser og bidrager med gode inputs til udviklingsarbejdet.

Repræsentanterne fra uddannelsesinstitutionerne bliver udpeget af Region Nordjyllands gymnasie- rektorer og erhvervsskoler i forening, og UCN er ikke involveret i processen.

Claus præsenterer et overblik over udvalgsmedlemmerne fra professionen, hvor alle nuværende medlemmer fortsætter, samt tre nye medlemmer fra professionen:

- *Patrick Remon, Commercial Director, Scandinavian Medical Solutions*
- *Heidi Lüdeking Kaalund, Brand Director & Partner, Gotcha*
- *Martin Rune Hoxer, erhvervsdirektør, Aalborg Kommune*

De to medarbejderrepræsentanter fortsætter i kommende periode, og der skal desuden udpeges to medlemmer af og blandt de studerende ved uddannelsesudvalgets område.

7. Næste møde

Tirsdag d. 9. juni 2026 kl. 14.30-17.00.

Mødekalender efterår 2026

~~Forslag om møde 16. september 2026 kl. 14.30-17.00~~ / Onsdag d. 23. september 14.30-17.00

Årsmøde for uddannelsesudvalg og bestyrelse 27. oktober 2026 08.30-13.00

Der er en kort drøftelse af, hvad der kunne gøre årsmødet endnu mere relevant for uddannelsesudvalget at deltage i, hvor udvalget bl.a. nævner: at mødet gerne må ligge uden for normal arbejdstid og være kortere fx kl.15.00-17.00, godt indspark fra en spændende key note speaker samt mulighed for at bidrage/påvirke noget.

8. Eventuelt

Intet.