



KEA – Københavns Erhvervsakademi
Kea@kea.dk

Udkast til afslag på godkendelse

Ministeren for forskning, innovation og videregående uddannelser har på baggrund af gennemført prækvalifikation af Københavns Erhvervsakademis ansøgning om godkendelse af nyt udbud, truffet følgende udkast til afgørelse:

Afslag på godkendelse af udbud af Den merkantile diplomuddannelse i Ballerup

Afgørelsen er truffet i medfør af § 17 i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af nye videregående uddannelser..

Ansøgningen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU). Vurderingen er vedlagt som bilag.

Ministeren har ved afslaget lagt vægt på, at RUVU har vurderet, at ansøgningen ikke opfylder kriteriet for prækvalifikation, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013, bilag 4.

Uddannelsesinstitutionen kan gøre indsigelse senest 10 hverdage efter modtagelsen af afgørelsen. Indsigelser indgives skriftligt til pkf@ui.dk

Såfremt ministeriet ikke har modtaget indsigelser inden den fastsatte tidsfrist betragtes afslaget som endeligt.

Med venlig hilsen

Jette Søgren Nielsen
Kontorchef

10. december 2013

Styrelsen for Videregående Uddannelser

Bredgade 43
1260 København K
Telefon 7231 7800
Telefax 7231 7801
E-post ui@ui.dk
Netsted www.fivu.dk
CVR-nr. 3404 2012

Sagsbehandler

Jakob Krohn-Rasmussen
Telefon + 45 7231 8737
E-post jkra@ui.dk

Ref.-nr. 13/027205-11



Bilag 1: RUVUs vurdering

Ansøger:	Københavns Erhvervsakademi
Uddannelse:	Den Merkantile diplomuddannelse Engelsk titel: Diploma of Business Studies
Udbudssted:	Ballerup
Uddannelsessprog:	Dansk
Beskrivelse af uddannelsen:	<p>Uddannelsens erhvervsigte</p> <p>Diplomuddannelser er normeret til 1 år og tilrettelægges typisk på deltid. Uddannelsen har til formål at kvalificere den uddannede til selvstændigt at varetage funktioner og udviklingsorienterede opgaver inden for det merkantile felt samt at udvikle egen praksis.</p> <p>Uddannelsen henvender sig både til personer, der arbejder inden for virksomhedsdrift og -udvikling i offentlige eller private virksomheder og institutioner, og personer, der har en anden faglighed og har brug for at lære at drive og udvikle en virksomhed, en organisation eller et forretningsområde</p>
Eksisterende udbud	Erhvervsakademi Kolding Copenhagen Business Academy (CBA) Erhvervsakademi Lillebælt Erhvervsakademi Sydvest Erhvervsakademi Aarhus Professionshøjskolen Nordjylland Professionshøjskolen Sjælland Professionshøjskolen VIA
RUVU's vurdering	<p><i>RUVU vurderer, at ansøgningen ikke opfylder kriterium 2, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013, bilag 4.</i></p> <p>Det er lagt til grund for vurderingen, at aktiviteten på de eksisterende udbud ikke er særlig stor (31,6 årselevener i 2012 på landsplan) og RUVU sætter således spørgsmålstegn ved det hensigtsmæssige i at oprette endnu et udbud. Ansøger har desuden ikke har redegjort for, hvad et nyt udbud vil betyde for vilkårene for det allerede eksisterede udbud i hovedstadsregionen på Copenhagen Business Academy.</p>

STYRELSEN FOR VIDEREGÅENDE UDDANNELSER

ATT. KONTORCHEF JETTE SØGREN NIELSEN
BREDGADE 43
1660 KØBENHAVN K

KVALITET

GULDBERGSGADE 29N
2200 KØBENHAVN N

TLF 46 46 00 00
FAX 46 46 00 09

CVR: 31656206
EAN: 5798 000 560291

WWW.KEA.DK

REF: MISL

19. december 2013

**INDSIGELSE OVER AFGØRELSE OM AFSLAG
PÅ PRÆKVALIFICERING**

Københavns Erhvervsakademi – KEA har den 10. december 2013 modtaget et afslag på ansøgninger om prækvalificering af henholdsvis PBA i Multiplatform Storytelling and Production (ref.nr. 13/027205-24) og den merkantile diplomuddannelse (ref.nr. 13/027205-11).

KEA står uforstående over for disse to afgørelser om afslag på prækvalificering. I afgørelsen er der mulighed for at KEA kan gøre indsigelse mod disse afgørelser, hvilket vi hermed vil gøre. Begrundelserne for dette fremgår af nedenstående for hver af de to uddannelser.

PBA-UDDANNELSE I MULTIPLATFORM STORYTELLING AND PRODUCTION

Det er af stor vigtighed for KEA, at der er mulighed for at konsolidere og fremtidssikre den uddannelsesportefølje, der er KEAs. Her er det især vigtigt, at KEA får mulighed for at modernisere sine medieuddannelser. Medier er i dag et meget bredere begreb end det var dengang, man udviklede eksempelvis multimediedesigneruddannelsen. Det filmiske element er uomgængeligt i nutidens perspektiv.

Det glæder os, at det implicit anerkendes, at et udbud i København er fornuftigt, samt at KEAs portefølje af uddannelser matcher den ansøgte uddannelse og KEA dermed vil kunne skabe et godt fagligt miljø omkring uddannelsen.

I afgørelsen anføres imidlertid nogle andre begrundelser for afslaget. Vi vil derfor kort ridse de vigtigste punkter i afslaget op samt redegøre for, hvorfor vi ikke er enige i afslaget og håber på en positiv prækvalifikation.

Afslaget begrundes med

1. at uddannelsen er dimensioneret ved VIA University College
2. at KEA ikke har redegjort for, hvilken virkning et udbud på KEA vil have på henholdsvis antal praktikpladser og beskæftigelsesmulighed for dimittender fra beslægtede uddannelser, herunder dimittender fra TV- og Medietilrettelæggelse

Ad 1

Vi forstår indsigelsen om uddannelsens dimensionering og anbefalingen om at afvente dimittender fra uddannelsen i VIA som en bekymring for, at en stigning i antal fremtidige dimittender fra uddannelsen vil formindske mulighed for at finde beskæftigelse efter endt uddannelse.

Vi står imidlertid uforstående over for en national dimensionering på 30 studerende om året, og det er vor klare opfattelse, at dette tal er for lavt. Der er mange tegn på, at de brancher uddannelsen direkte retter sig imod er ved at komme over krisen og oplever vækst og udvikling og dermed et øget behov for kompetencer.

Også DI's produktivitetspanel har påpeget, at danske virksomheder ikke får indfriet effektiviseringsgevinster pga. manglende investeringer i og anvendelse af digitalisering: *"Digitalisering er en vigtig kilde til produktivitet og innovation i den enkelte virksomhed. Ser man på Danmarks økonomi som helhed har it-intensiteten været den største enkeltbetydende faktor for udviklingen af vores produktivitet gennem en længere årrække"* og nævner i den sammenhæng digitalisering som en *"mulighed for at give kunderne en bedre service"*. Her kan kompetencer som de, der opnås med uddannelsen Multiplatform Storytelling og Production være et vigtigt element i at give danske virksomheder de IKT-kompetencer, som DI produktivitetspanel efterlyser, ift. markedsføring, servicering af kunder samt kobling af teknologi og forretningsforståelse (<http://di.dk/Opinion/produktivitetspanel/nyheder/Pages/Digitaliseringskalgoerevirksomhedermereproduktive.aspx>).

Et eksempel på brug af kan ses i denne artikel fra Teknologisk Institut, hvor Teknologisk Institut i perioden 2011-2013 gennemførte et projekt i et tæt samarbejde med en arbejdsgruppe med repræsentanter fra de to fabrikker om arbejdssikkerhed, og herunder anvendte sikkerhedsvideoer og e-læringsmoduler (<http://www.teknologisk.dk/ydelser/arbejdsulykker-bekaempes-med-video-og-e-laeringsmodul/34326>). Der er således god brug for også disse kompetencer i tilknytning til KEAs brede og mere tekniske uddannelsesportefølje.

KEA er klar over, at også Erhvervsministeriets IKT og vækstteam arbejder med en række anbefalinger til, hvordan danske virksom-

heder kan høste effektiviseringer i forbindelse med digitalisering, som skulle blive offentliggjort i januar 2014. Det er vores forventning, at de vil ligge i naturlig forlængelse af de anbefalinger, DI har påpeget i ovenstående anbefalinger på det digitale område, hvilket ligeledes understreger behovet for digitale kompetencer i det private erhvervsliv til at løfte dette produktivitetspotentiale.

Hvis erhvervsakademierne skal være med til at forsyne det private erhvervsliv med øgede kompetencer i form af videregående uddannelser, er det nødvendigt at erhvervsakademierne er klar med dimittender, når behovet opstår og ikke 5 år senere. KEA vil således gerne være med til at sikre en rettidig dimittendproduktion til at understøtte dette behov.

BRANCHER

De direkte relaterede brancher er film, TV- og spilproducenter samt medie- og reklamebureauer. I vor ansøgning har vi fokuseret på den regionale vinkel i forhold til branchen 'Information og kommunikation' samt det lidt bredere kreative København, idet vi anså det nationale behov som tilstrækkeligt belyst i VIAs omfattende behovsanalyser. Vi vil derfor i nedenstående kort tegne et bredere billede af relaterede brancher. I denne sammenhæng vælger vi ikke at medtage den gruppe virksomheder, som VIA derudover har medtaget, nemlig de ikke relaterede virksomheder, der formentlig vil få behov for dimittender, efterhånden som uddannelsen bliver etableret.

Grænserne mellem de forskellige brancher er ved at nedbrydes og der er vækst mellem eksempelvis PR og reklamebranchen, som det fremgår fra nedenstående uddrag fra Berlingske Business:

"Medietræning, hjemmesideopbygning, filmproduktion. Og så naturligvis pressemeddelelser. Det er blot en lille håndfuld af de produkter, som Primetime Kommunikation A/S har på hylden, og som de har evnet at sælge i en sådan grad, at virksomheden rangerer som nummer to målt på bruttofortjeneste i brancheanalysen.

»Der er stadig god plads til ekspansion på vores marked. En lang række virksomheder og organisationer har endnu ikke fundet ud af, hvad de kan bruge kommunikationen til og er derfor kun kommet sporadisk i gang med det. For den gruppe er det en fordel, at vi kan levere mange ydelser, som de har brug for« "

Peter Sterup, Primetime Kommunikation A/S i Berlingske Business 7. oktober 2012

(<http://www.business.dk/vaekst/vaekst-mellem-pr-og-reklame>)

Reklamebranchen

Hvis man derfor ser på reklamebranchen og udviklingen i antal beskæftigede i perioden 2002 til 2011, er der totalt set sket et stort fald i antal beskæftigede, men faldet er sket ift. personer med en ufaglært eller erhvervsfaglig baggrund (se tabel 1). Der er tværtimod i samme periode til trods for recession sket en beskedent stigning i personer med en videregående uddannelse. Dette indikerer en tendens i forhold til et øget kompetencebehov for personer med en videregående uddannelse.

Tabel 1

Antal personer og Tid og Uddannelse – Audd	Antal personer										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Uoplyst/ukendt	422	493	468	701	683	607	820	441	471	400	5.506
Grundsk.	5.464	5.634	4.894	6.182	6.272	5.941	6.693	4.139	3.048	2.522	50.789
Gymn. Udd.	4.307	4.345	3.656	3.765	3.807	3.617	3.689	3.297	2.929	2.568	35.980
Erhvervs. udd.	4.047	3.856	3.481	3.906	4.012	4.032	4.310	3.846	3.355	3.063	37.908
KVU	863	904	886	969	1.057	1.103	1.213	1.162	1.057	992	10.206
MVU	2.256	2.296	2.063	2.148	2.219	2.260	2.390	2.090	1.849	1.831	21.402
LVU	1.408	1.416	1.350	1.450	1.600	1.673	1.901	1.819	1.749	1.793	16.159
Ph. d. mv.		13		10			15	16	23	28	138
Total	18.775	18.957	16.805	19.131	19.659	19.242	21.031	16.810	14.481	13.197	178.088

Arbejdsstedets branche: Reklame- og analysebureauer

Spilbranchen

En anden branche, der skal medtages specifikt i en vurdering af behov for de kompetencer, dimittender fra uddannelsen kan tilbyde, er den hastigt voksende spilbranche. Her er udviklingen ikke gået så hurtigt som i Sverige, men der er tegn på, at Danmark har et stort potentiale i denne branche (tabel 2). Vi vil derfor fremhæve lidt fakta fra Sverige og den eksplosive udvikling i branchen

ANTAL BOLAG I NORDEN		OMSÄTTNING FÖR NORDEN		ANTAL ANSTÄLLDA I NORDEN	
Danmark (2011)	125	Danmark (2011)	58	Danmark (2011)	615
Finland (2012)	150	Finland (2012)	250	Finland (2012)	1800
Island (2011)	10	Island (2011)	50	Island (2011)	470
Norge (2010)	52	Norge (2010)	25	Norge (2010)	353
Sverige (2012)	143	Sverige (2012)	425	Sverige (2012)	1967
Totalt i Norden	480	Totalt för Norden	808	Totalt i Norden	5205

antal bolag
miljoner euro
antal ansållda

derovre. Malmø, der som bekendt ligger tæt på København, er den næststørste kommune i spilbranchen.

Tabel 2

I Spelutveklarindex 2012, der er udgivet af DATASPELSBRANSCHEN (Spel, 2013 - <http://www.dataspelsbranschen.se/nyheter/2013/9/10/fortsatt-tillvaext-foer-svenska-spelutvecklare.aspx>) konkluderes det, at spillebranchen i løbet af nogle årtier er vokset fra en hobby for entusiaster til en verdensomspændende industri. Som det fremgår af nedenstående figur 1 er omsætningen hos svenske spiludviklere vokset med 60% alene i 2012, hvilket er en tilvækst på 215% i perioden 2010-2012. Beskæftigelsen er samtidig vokset med 30%. Derudover tyder alt på, at væksten vil fortsætte i 2013. Det angives dog i rapporten, at der er et flaskehalsproblem i forhold til at fremskaffe kapital og personer med de rette høje kompetencer (Spel, 2013:4 og 9).

Figur 1



Rapporten angiver ligeledes, at branchen har øget fokus på nye platforme eksempelvis smartphones og tablets (Spel, 2013:9).

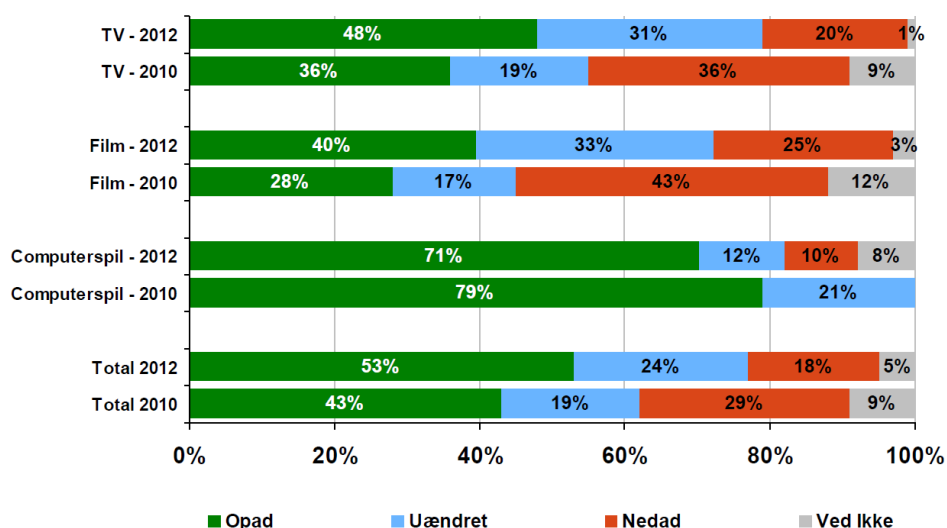
BRANCHEBAROMETER

At Danmark er på vej ud af recessionen inden for dimittendernes arbejdsområde ses også som en tendens i Branchebarometer – Danske indholdsproducenter, der er udarbejdet af Producentforeningen (Branchebarometer – Danske indholdsproducenter Film, tv og computerspil, 2013 - http://pro-f.dk/sites/pro-f.dk/files/nodefiles/pdf/branchebarometer_21012_final.pdf).

Her er formålet med rapporten at undersøge de danske indholdsproducenter på virksomhedsniveau og kortlægge stemningen. Konklusionerne er, at virksomhederne godt nok oplever et truselsniveau, men dette er markant lavere i 2012 end i 2010. Det forholder sig ligeledes sådan i forhold til efterspørgsel. Her anses mangel på efterspørgsel ikke længere som en primær udfordring, hvilket er en markant forbedring. Virksomhedernes omsætning er ved at finde et normalt leje, og på medarbejdersiden er der en tendens til at opruste på fastansatte medarbejdere. Alle indikatorer på, at recessionen er ved at lette i branchen. Denne mere positive udvikling afspejles tydeligt i nedenstående tabel, hvor respondenternes forventning til den nære fremtid i 2012 generelt er mere positiv end den var i 2010 (se figur 2).

Figur 2

10.1 I hvilken retning tror du din delbranche bevæger sig?



Alt i alt indikatorer på brancher med et relativt stort potentiale. Og her er det KEAs klare opfattelse, at det er erhvervsakademiernes rolle at kunne servicere det private arbejdsmarked med de kompetencer, de har behov for.

Ad 2

Som angivet i ansøgningen har uddannelsen til TV- og Medietilrettelægger et meget anderledes sigte end uddannelsen Multiplatform Storytelling and Production. Denne uddannelse har et journalistisk perspektiv og er helt igennem en generalistuddannelse, hvorimod Multiplatform Storytelling and Production omfatter fiktion, business og er kunstnerisk præget. Desuden rummer Multiplatform Storytelling and Production, udover en række generalistkompetencer og så en specialisering med tre forskellige linjer. De to uddannelser adskiller sig derfor en del fra hinanden.

Dertil kommer, at beskæftigelsen inden for uddannelsen til TV- og Medietilrettelægger er så høj som 78% i 2011. Det er vort postulat ud fra egne erfaringer, at der er en nøje sammenhæng mellem beskæftigelse og praktikpladser. På KEA får 43% af vore studerende job på deres praktiksteder efterfølgende. Det er derfor en tese, at det ikke vil være svært at finde praktikpladser til studerende på TV- og Medietilrettelæggeruddannelsen, hvis der er tilstrækkelig god beskæftigelse.

Det er vor overbevisning, at Multiplatform Storytelling and Production vil tage ansøgere fra multimediedesigneruddannelsen, og det er derfor ligeledes vor formodning, at vi i Københavnsområdet vil fremfinde praktikpladser fra de nuværende praktiksteder for multimediedesignere. Ved en kort gennemgang af KEAs praktiksteder for multimediedesignere har vi for bare et semester, foråret 2013, fundet 44 praktiksteder, der kunne være relevante praktikpladser for den ansøgte uddannelse (se bilag 1).

KEA finder derfor, at der både vil være behov for praktikanter og dimittender fra Multiplatform Storytelling and Production og fra Medie- og Journalisthøjskolens udbud af i Region Hovedstaden, idet disse to uddannelser uddanner til forskellige funktioner på arbejdsmarkedet, samt at en national dimensionering på 30 studerende er for lavt sat i forhold til de udviklingstendenser, der er påvist ovenfor.

DEN MERKANTILE DIPLOMUDDANNELSE

KEA gør ligeledes indsigelse mod det fremsendte afslag vedrørende udbud af den merkantile diplomuddannelse.

KEAs efteruddannelsesudbud er i høj grad merkantilt, og KEA finder det problematisk, at vi med det nuværende udbud ikke kan tilbyde en merkantil overbygning til de studerende, som går på en af KEAs merkantile akademiuddannelser. Og med et afslag bliver vi dermed afskåret muligheden for at videreuddanne disse studerende.

Baggrunden for afslaget er:

1. Aktiviteten på de eksisterende udbud er lav (31, 6 årselever på landsplan), og RUVU sætter spørgsmålstegn ved det hensigtsmæssige i at oprette endnu et udbud.
2. KEA har ifølge RUVU ikke redegjort for, hvad et nyt udbud vil betyde for det allerede eksisterende udbud på CBA.

Ad 1) KEA optager hvert semester to hold studerende på første obligatoriske fag på akademiuddannelse i Økonomi- og ressourcestyling, to hold på akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling, 1-2 hold på akademiuddannelse i International handel og markedsføring, 1-2 hold på akademiuddannelsen i Retail leadership og 0-1 hold på akademiuddannelsen i Finansiell rådgivning.

Vi har således en naturlig og direkte fødekæde til den merkantile diplomuddannelse fra vores egne akademiuddannelser på det merkantile område. Den nye økonomiretning under den merkantile diplomuddannelse vil være en oplagt videreuddannelsesmulighed for KEAs økonomistuderende, ligesom markedsførings-, retail- og markedsorienterede kommunikationsstuderende vil få en oplagt videreuddannelsesmulighed med en lang række salgs- og markedsføringsfag.

Dertil kommer, at KEA samarbejder med en lang række virksomheder om at efteruddanne deres medarbejdere både i form af enkeltstående fagmoduler, en gruppe af fagmoduler eller hele uddannelser. Med den merkantile diplomuddannelse vil KEA få en langt større uddannelsesportefølje at tilbyde virksomhederne, da den merkantile diplomuddannelse giver mulighed for en række forskellige retninger.

På sigt ser KEA også, at fleksibiliteten i diplomuddannelsen er en oplagt mulighed for at kombinere kommende efteruddannelses tilbud på det tekniske område med det obligatoriske indhold i den merkantile diplomuddannelse. Derfor ser vi den merkantile diplomuddannelse, som en strategisk paraply for en række efteruddannelses tilbud til KEAs studerende på både deltids- og fuldtidsuddannelserne.

Det er korrekt, at aktiviteten på de eksisterende udbud af den merkantile diplomuddannelse er lav, men på baggrund af ovenstående mener vi, at vi har en direkte fødekæde til den merkantile diplomuddannelse, som vil kunne oppebære et passende volumen. Og antallet af studerende på KEAs akademi- og diplomuddannelser har ligget stabilt på trods af krisen samtidig med, at KEA har en bred portefølje af virksomhedssamarbejder.

Det kræver en dedikeret indsats fra den enkelte uddannelsesinstitution at få skabt kendskab til nye uddannelses tilbud. Den indsats vil vi i KEA rigtig gerne yde, idet vi oplever, at efterspørgslen er

der. Vi kan desuden se, at der er stor variation i fordelingen af årselever på de forskellige udbudssteder (se tabel 3). Fx har både UC Sjælland og Erhvervsakademiet Lillebælt væsentligt flere årselever end de øvrige udbydere, hvilket viser, at der rent faktisk er mulighed for at oparbejde en bæredygtiguddannelse.

Tabel 3

Den merkantile diplomuddannelse	2011	2012
Erhvervsakademi Kolding	0,7	5,9
Erhvervsakademi Aarhus		1,8
Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy		1,0
Erhvervsakademiet Lillebælt		11,5
UC Sjælland	4,8	10,4
UC Nordjylland		6,7
I alt	5,6	31,6

Herudover har Erhvervsakademi Sydvest og Professionshøjskolen Nordjylland også ret til at udbyde uddannelsen.

Ad 2) KEA og CBA dækker begge Region Hovedstaden, hvor det største rekrutteringsgrundlag findes (se tabel 4). Ved to udbud i Region Hovedstaden vil der være et befolkningsgrundlag på 851.194 i gennemsnit pr. udbyder. Og dermed er det stadig den region i Danmark, som har det største rekrutteringsgrundlag pr. udbydende uddannelsesinstitution.

Tabel 4

	Antal udbydere af den merkantile diplomuddannelse	Indbyggertal	Indbygger pr. udbud
Region Hovedstaden	1	1.702.388	1.702.388
Region Sjælland	1	819.071	819.071
Region Syd	3	1.200.858	400.286
Region Midt	2	1.262.115	631.058
Region Nord	1	579.787	579.787

Udover at KEA og CBA dækker samme område, har de to uddannelsesinstitutioner også en ensartet merkantil efteruddannelsesportefølje (se tabel 5). I dag giver det ikke problemer, at KEA og

CBA udbyder en lang række af de samme efter- og videreuddannelser. Så ligesom de merkantile akademiuddannelser eksisterer på begge uddannelsesinstitutioner, vil videreuddannelsesmuligheden i form af den merkantile diplomuddannelse også kunne udbydes på begge institutioner, uden at vilkårene forringes for de to udbydere. Sammenholdes det med, at CBA i 2012 har haft 1 årslev (tabel 3), mener KEA ikke, at der reelt kan være tale om, at KEA forringer vilkårene for CBA ved også at få udbuddet af den merkantile diplomuddannelse.

Tabel 5

DIPLOM	CBA	KEA
Ledelse	x	x
Merkantile diplom: - golfmanagement -sportmanagement -leisuremanagement -international handel og markedsføring	x	
Webudvikling	x	x
Softwareudvikling	x	
Design & Business		x
E-handel		x

AKADEMI	CBA	KEA
Finansiell rådgivning	x	x
Informationsteknologi	x	x
International handel og markedsføring	x	x
International transport og logistik	x	
Kommunikation og formidling	x	x
Ledelse	x	x
Retail	x	x
Skatter og afgifter	x	
Økonomi og ressourcestyring	x	x
Retail	x	x
Innovation, produkt og produktion	x	x
Gastronomi	x	
Oplevelsesøkonomi	x	
HR		x
Sundhedspraksis		x
Velfærdsteknologi		x
Uden retning	x	x

Den merkantile diplomuddannelse er af strategisk betydning for KEA i det fremtidige samarbejde med virksomheder og nye grupper af færdiguddannede.

I samarbejdet med virksomhederne er den merkantile diplomuddannelse et fleksibelt redskab, som kan bruges til at imødekomme kompetencebehovet hos store grupper af medarbejdere, der har en mere traditionel teknisk baggrund.

Inden for bygge- og anlægssektoren er den merkantile diplomuddannelse en afgørende videreudbygning af byggeriets lederuddannelse og et godt tilbud til virksomheder, der efterspørger øget byggeøkonomisk kompetence hos deres medarbejdere. I KEAs samarbejde med produktionsvirksomheder vil den merkantile diplomuddannelse kunne imødekomme den efterspørgsel, som KEA oplever fra ansatte med ingeniør-baggrund. For den store mængde af ganske små virksomheder, som KEA løbende er i kontakt med, udgør den merkantile diplomuddannelse et tilbud, hvor – typisk – virksomhedens ejer kan fastholde en kompetenceudvikling.

I forhold til de færdiguddannede mangler KEA udbud af diplomuddannelser til den stigende gruppe af professionsbachelor, som færdiguddannes fra KEAs forskellige uddannelser. Det er vigtigt at KEA kan servicere sit alumnusamarbejde med relevante efteruddannelsesstilbud til den voksende gruppe af tidligere studerende, som ikke er tiltrukket af en akademiuddannelse.

KEA bliver som samarbejdspartner for virksomheder og organisationer på arbejdsmarkedet en bedre samarbejdspartner, når KEA kan præsentere et sammenhængende udbud af akademi- og diplomuddannelser.

KEA finder derfor, at den merkantile diplomuddannelse er et nødvendigt og relevant efteruddannelsesstilbud, som vi, med vores nuværende uddannelsesportefølje og virksomhedssamarbejder, vil have en naturlig fødekæde til, og derfor vil kunne etablere et bæredygtigt udbud af denne uddannelse, som ikke vil påvirke det nuværende udbud på CBA.

KEA håber på denne baggrund, at ministeriet vil revurdere de to afgørelser, og vi indgår naturligvis gerne i en dialog om ovenstående betragtninger.

Med venlig hilsen
Københavns Erhvervsakademi

Miriam Skjalm Lissner
Kvalitetschef
Direkte / 42 34 13 02
Mail / misl@kea.dk

BILAG

ET UDSNIT AF KEAS PRAKTIKVIRKSOMHEDER TIL MULTI-MEDIEDESIGNERUDDANNELSEN I FORÅRET 2013

Astronaut Maazine	Videomagasin
Bacon Cph A/S	Produktion af film og videofilm
Big-E ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Blink	Fjernsyn for og til de unge
Colourbox ApS	Anden reklamevirksomhed
Comwerks Interactive	Digital markedsføring
Creuna Danmark A/S	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Danmarks Radio Dr-Byen	Tv-virksomhed
Danny Gudnitz Photography	Fotografisk virksomhed
E-Reactor	Online marketing
Game Tools Aps	Spil
Georg & Georg	Reklamebureau Berlin
Gottlieb & Co. A/S	Reklamebureauer
Have Kommunikation A/S	Public relations og kommunikation
In2Media	kommunikation
Jibe Longboards	video
Kinth A/S	Produktion af film og videofilm
La Que Cruza	produktion audiovisuel
Leadmill ApS	Reklameplads i medier
Meisterbrau V/ Søren Bruun	Fotografisk virksomhed
Mindjumpers ApS	Public relations og kommunikation
MTV VIACOM and Georg und Georg	reklamebureau
New Stories ApS	Produktion af film og videofilm
Nimbus Film ApS	Produktion af film og videofilm
Nodes	Laver apps
Pandi Networks	Webportaler
Pixel Pandemic	browser base games
Raul & Rigel	Marketing
Reklamebureauet DGP	Reklamebureau
Republica	Reklamebureauer
Rumfang ApS	Kommunikationsdesign og grafisk design
Sbs Discovery Media A/S	Produktion af tv-programmer
Signify ApS	Reklamebureauer
Specialisterne ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Sunrise Reklamebureau A/S	Reklamebureauer
Supertusch ApS	Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi
Svenson Suite	Film produktion
Targeting D.O.O.	Interaktivt TV
TV2/Danmark A/S	TV
Umano	film distributør
Valo Tv S.m.b.a	Produktion af tv-programmer
Vivaki - Starkom	digital advertising



KEA – Københavns Erhvervsakademi
Kea@kea.dk

Afslag på godkendelse

Ministeren for forskning, innovation og videregående uddannelser har på baggrund af gennemført prækvalifikation af Københavns Erhvervsakademis ansøgning om godkendelse af nyt udbud og KEAs indsigelse mod ministerens afgørelse af 10. december 2013 truffet følgende afgørelse:

Afslag på godkendelse af udbud af Den merkantile diplomuddannelse i Ballerup

Afgørelsen er truffet i medfør af § 17 i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013 om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af nye videregående uddannelser.

Indsigelsen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU). RUVU vurderede ikke, at KEAs indsigelse ændrer vurderingsgrundlaget, og fastholder derfor sin oprindelige vurdering af ansøgningen.

Ministeren har ved afslaget lagt vægt på, at RUVU har vurderet, at ansøgningen ikke opfylder kriterium 2, som fastsat i bekendtgørelse nr. 745 af 24. juni 2013.

Med venlig hilsen

Jette Søgren Nielsen
Kontorchef

13. februar 2014

Styrelsen for Videregående Uddannelser

Bredgade 43
1260 København K
Telefon 7231 7800
Telefax 7231 7801
E-post ui@ui.dk
Netsted www.fivu.dk
CVR-nr. 3404 2012

Sagsbehandler
Jakob Krohn-Rasmussen
Telefon + 45 7231 8737
E-post jkra@ui.dk

Ref.-nr. 13/027205-11