



KOMPETENCER TIL ET DIGITALT ERHVERVSLIV

Behov for digital omstilling af de samfundsvidenskabelige
universitetsuddannelser

FORORD

Den teknologiske udvikling og de digitale muligheder rummer et enormt vækstpotentiale for danske virksomheder. Men udviklingen betyder også, at der er behov for nye kompetencer i virksomhederne.

I de tidlige faser af digitaliseringen var det it-specialisterne, der var digitaliseringens fortrop. It-specialisterne er der fortsat et stort – og stigende – behov for. Men i disse år breder digitaliseringen sig fra at være noget, der sker i tech-branchen til noget, der finder sted i alle erhvervslivets sektorer. Derfor bliver det stadig vigtigere, at også medarbejdere, der ikke er specialister, er klædt på til den digitale omstilling. Det gælder f.eks. medarbejderen i produktionen, som skal kunne udføre sit arbejde i samspil med robotter, og juristen, der skal kunne foretage juridiske vurderinger på baggrund af anbefalinger fra kunstig intelligens.

Alle skal ikke kunne kode eller udvikle. Men langt flere skal kunne afkode de teknologiske muligheder og være bevidste om deres styrker og begrænsninger. Denne konklusion er ikke ny. Men der mangler viden om, hvad det rent faktisk er, ikke-specialisterne skal kunne. DI vil derfor udarbejde en række analyser af

behovene for digitale kompetencer hos forskellige universitetsuddannede faggrupper. Med denne første kortlægning zoomer vi ind på tre samfundsvidenskabelige universitetsuddannelser: cand.merc.-uddannelsen, jurauddannelsen og revisor-uddannelsen. DI ønsker at give konkrete input til uddannelsesinstitutionernes arbejde med at tilpasse deres uddannelser, så de samfundsvidenskabelige faggrupper får den nødvendige digitale indsigt og kunnen. Der er brug for et nuanceret billede og for at komme tættere på, hvordan vi klæder de samfundsvidenskabelige kandidater på til at blive digitaliseringens frontløbere.

DI har derfor spurgt en række virksomheder, hvordan digitaliseringen influerer på udvalgte samfundsvidenskabelige medarbejders arbejdsgange og opgavesammensætning – og hvad de afledte kompetencebehov er.

Den digitale udvikling venter ikke. Erfaringen viser, at de virksomheder, som ikke får taget de første digitale skridt i tide, får det svært. Der er derfor behov for at tilpasse uddannelserne til den digitale udvikling NU.

8 ud af 10

virksomheder peger på, at evnen til at anvende teknologi bliver en vigtigere kompetence de næste 5 – 10 år.

Kilde: DST Survey, Danmarks Statistik for Udvalg om bedre universitetsuddannelser, 2017

50

jobopslag om måneden efterlyser samfundsvidenskabelige kandidater, som har avancerede data-analysekompetencer.

Kilde: Center for Social Data Science på Københavns Universitet, 2019

31

Så meget er efterspørgslen på kandidater inden for salg og marketing med digitale kompetencer steget i procentpoint fra 2010 til 2019.

Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

43 %

af alle jobopslag rettet mod samfundsvidenskabelige kandidater i den private sektor efterspørger en digital profil.

Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

GØR DE SAMFUNDSVIDENSKABELIGE KANDIDATER TIL DIGITALISERINGENS FRONTLØBERE

Ved at koble deres traditionelle opgaveområder – administration, økonomi, salg, strategi, rådgivning - med viden om databrug og digitaliseringspotentialer har de samfundsvidenskabelige kandidater unikke forudsætninger for at bidrage til at løfte virksomhederne til det næste niveau i digitaliseringen.

Virksomhedens digitale omstilling kan ikke drives af ingeniøren og softwareudvikleren alene, men skal ske i et samspil mellem forskellige profiler, hvor de samfundsvidenskabelige kandidater kan blive centrale spillere.

Det er afgørende, at virksomhederne får mulighed for at rekruttere kandidater, der er formelt uddannede til at kunne koble digitalisering og forretning. I den nuværende situation placerer virksomhederne ofte ansvaret for at drive den digitale omstilling hos autodidakte medarbejdere, som har en særlig interesse for teknologi.

De samfundsvidenskabelige kandidater kan spille en betydelig rolle med deres blik for forretning og strategi i den digitale omstilling. I dag er denne omstilling for ofte præget af tilfældigheder.

Det handler både om et mindset og egentlige færdigheder i at koble kernefagligheden til digitale udviklingstendenser inden for f.eks. automatisering, systemintegration, kunstig intelligens og dataanalyse og -anvendelse.

ANBEFALINGER:

BEHOV FOR DIGITAL OMSTILLING AF DE SAMFUNDSVIDENSKABELIGE UDDANNELSER

Tallene i denne rapport taler deres tydelige sprog: virksomhederne efterspørger i stærkt stigende omfang samfundsvidenskabelige kandidater med en digital profil. De virksomheder, som DI har interviewet, fremfører med ligeså klar tale denne efterspørgsel og efterlader ikke tvivl om, at digitale samfundsvidenskabelige profiler er en mangelvare.

Mange universiteter har taget fat på at give de samfundsvidenskabelige uddannelser en række digitale indholdselementer, men der er et akut behov for en mere systematisk og strategisk tilgang, så alle universiteter kan omstille de samfundsvidenskabelige uddannelser til det digitale erhvervs- og samfundsliv, som de uddanner kandidaterne til.

Digitaliseringen af de samfundsvidenskabelige uddannelser bør foregå i tæt dialog med de virksomheder, som er aftagere af netop disse kompetenceprofiler. Universiteter og virksomheder kan i samarbejde ruste Danmark til at løse de udfordringer og høste de potentialer, som digitaliseringen giver.

På den baggrund anbefaler DI, at universiteter, virksomheder og DI etablerer en task force, der inden udgangen af 2020 skal udarbejde konkrete guidelines for digitale kompetencer i de samfundsvidenskabelige uddannelser, så kandidaterne bliver klædt på til et digitaliseret arbejdsmarked. Task forcen skal samtidig tage stilling til, hvilke politiske rammebetingelser, der er nødvendige for at kunne gennemføre den digitale omstilling og i fællesskab indlede dialog med uddannelses- og forskningsministeren herom.

OMSTILLINGEN AF DE SAMFUNDSDVIDENSKABELIGE UDDANNELSER SKAL SOM MINIMUM SIKRE,

- at uddannelserne giver kandidaterne en forståelsesramme og et metodegrundlag, der er anvendelig i det digitale erhvervsliv.
- at kandidaterne opnår en forståelse af kommercielle aspekter og nye forretningsmuligheder i forbindelse med digitalisering.
- at kandidaterne kan udvikle digitale løsninger på kommercielle udfordringer på baggrund af et kendskab til konkrete teknologier, f.eks. inden for business intelligence, AI/machine learning, IoT.
- at kandidaterne kan bidrage til opbygning af effektive, digitaliserede processer. Dvs., at de kan arbejde strategisk med virksomheders dataflow, har blik for at anvende data, kan eksekvere en digital strategi og agere på input og idéer til digitalisering fra kolleger og medarbejdere.
- at kandidaterne kan analysere digitale potentialer og udfordringer samt bidrage til den omstilling af både kultur og opgaveløsning, der bliver nødvendig hos relevante medarbejdergrupper. Dvs., at de kan identificere potentialer ved digitalisering, f.eks. ved at indgå i udviklingssessioner på medarbejder- eller ledelsesniveau.
- at kandidaterne i deres rolle som ledere kan lede og forestå både tekniske udviklingsprocesser og medarbejdervendte processer. Altså, at de kan oversætte de digitale og teknologiske begreber og muligheder til andre faggrupper for at afmystificere ny avanceret teknologi og for at gøre det nemmere for andre ikke-it-specialister at bringe deres faglighed i spil.

EFTERSPØRGSEL EFTER IT-KOMPETENCER UNDER FORANDRING

I debatterne om digitale kompetencer har fokus hidtil været på den digitale specialist. En ny undersøgelse gennemført af Højbjerg Brauer Schultz for Digital Dogme¹ viser imidlertid, at arbejdsmarkedets efterspørgsel efter digitale kompetencer er langt bredere end de dybt specialiserede, tekniske kompetencer. Virksomhederne har brug for medarbejdere, som kan koble digitale teknologier til udvikling af forretningen, produkter og koncepter.

Arbejdsmarkedets digitale kompetencebehov dækker over en lang række tekniske (f.eks. programmering) og ikke-tekniske kompetencer (f.eks. viden om digital forretningsforståelse og digital innovation). Højbjerg Brauer Schultz identificerer den digitale profiltipe, som de kalder ”digital integrator”. I deres analyser af virksomhedernes kompetencebehov viser de, at virksomhedernes efterspørgsel på digitale integratorer overstiger efterspørgslen efter digitale specialister, og at efterspørgslen er kraftigt stigende. Digitale integratorer dækker over de kompetenceprofiler, som binder ny digital teknologi sammen med udvikling af nye produkter, koncepter og forretningsudvikling. De varetager de digitale hybridjobs, hvor områdeviden

og specialistkompetencer kombineres med digitale kompetencer og avanceret anvendelse af digitale redskaber, metoder og koncepter. Det kunne være erhvervsøkonomen, der anvender machine learning til at forudsige markedsbevægelser eller advokaten, der rådgiver kunder på baggrund af databaserede og automatisk genererede kontraktudkast.

¹ Digital Dogme er en forening, som blev grundlagt i 2018 af virksomhederne Netcompany, TDC, Københavns Lufthavne og Danske Bank som et privat initiativ. Grundlæggernes vision er at styrke Danmarks rolle som digital vindermation, at opdyrke medarbejdernes digitale kompetencer og derigennem styrke Danmarks rolle som digital frontløber.



Jeg tror ikke, at vi kan løse den digitale transformation ved bare at rekruttere en masse kandidater fra IT-universitetet. Men jeg har en forventning om, at alle dem vi skal ansætte har en markant højere grad af it-forståelse. Altså evnen til at agere og arbejde digitalt og udnytte mulighederne heri. De skal kunne trække forskellige digitale løsninger ind i opgaveudførelsen og desuden tænke data ind i processerne. Hvis vi forsøger at løse udfordringerne ved alene at trække en masse specialister ind, så tror jeg, at vi fejler.

– Deloitte

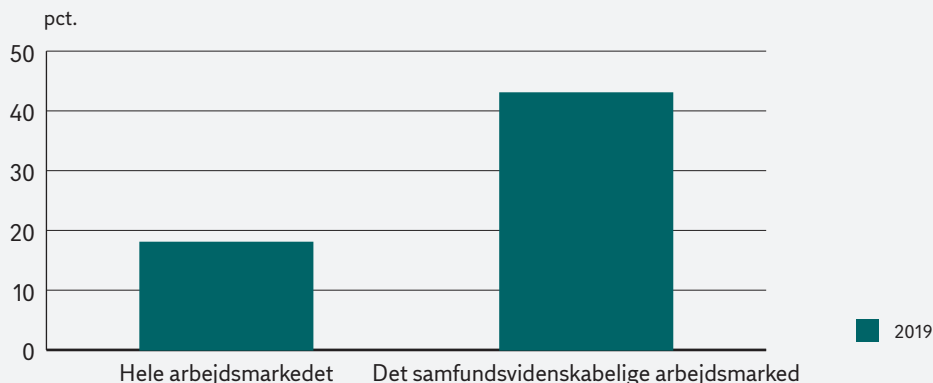
VIRKSOMHEDERNE EFTERSPØRGER IT-KOMPETENTE SAMFUNDSVIDENSKABELIGE PROFILER

En analyse gennemført af Højbjerg Brauer Schultz for DI viser, at efterspørgslen efter digitale integratorer er særligt udtalt i jobtyper, der typisk varetages af samfundsvidenskabelige kandidater i den private sektor.

rettet mod en digital integrator. Efterspørgslen på digitale integratorer er faktisk mere end dobbelt så stor for det samfundsvidenskabelige arbejdsmarked i den private sektor (43 pct.) som for det samlede arbejdsmarked (18 pct.).

I 2019 var næsten hvert andet jobopslag til en samfundsvidenskabelig kandidat i den private sektor

Efterspørgslen på digitale integratorer er langt større på det samfundsvidenskabelige arbejdsmarked end på det generelle arbejdsmarked



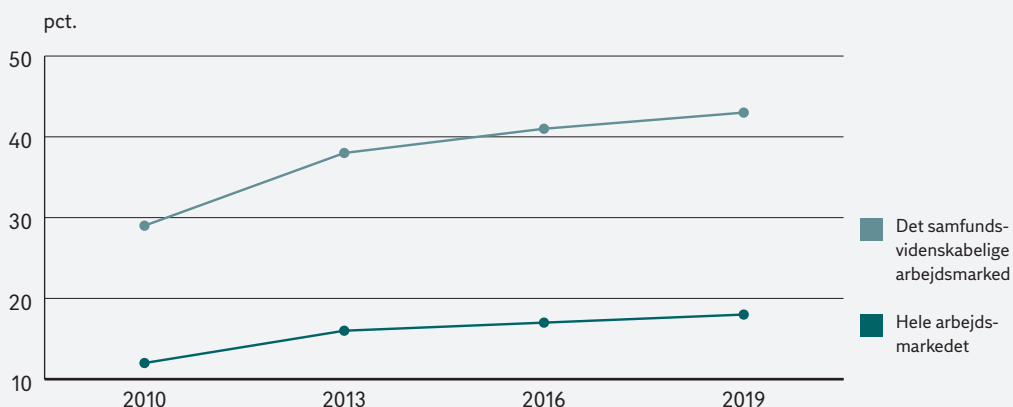
Anm.: Det samfundsvidenskabelige arbejdsmarked er afgrænset til det private og til arbejdsmarkedet for kompetencer med videregående uddannelse, mens hele arbejdsmarkedet inkluderer det private og offentlige, samt alle kompetenceniveauer.

Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

Efterspørgslen efter samfundsvidenskabelige digitale integratorer er steget markant de seneste 10 år i sammenligning med udviklingen i efterspørgslen på integratorer på arbejdsmarkedet generelt. I perioden fra 2010 til 2019 steg efterspørgslen efter digitale integratorer på det samfundsvidenskabelige arbejdsmarked med 14 procentpoint, mens efterspørgsel på det samlede arbejdsmarked steg med seks procentpoint.

Arbejdsmarkedets massive efterspørgsel efter digitale samfundsvidenskabelige kandidater stiller krav om, at de samfundsvidenskabelige uddannelser gennemgår en digital omstilling og integrerer det nødvendige digitale indhold.

Udviklingen i efterspørgslen på digitale integratorer er markant højere på det samfundsvidenskabelige private arbejdsmarked



Anm.: Det samfundsvidenskabelige arbejdsmarked er afgrænset til det private og til arbejdsmarkedet for kompetencer med videregående uddannelse, mens hele arbejdsmarkedet inkluderer det private og offentlige, samt alle kompetenceniveauer.

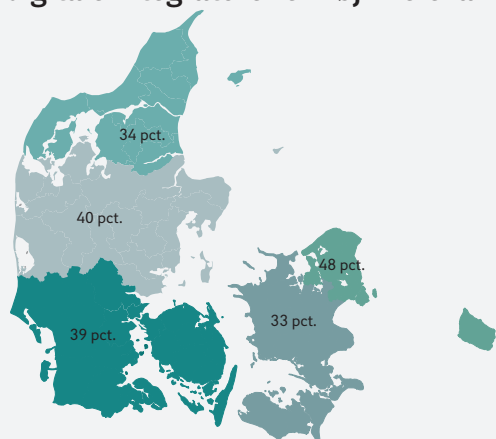
Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

SAMFUNDSVIDENSKABELIGE DIGITALE INTEGRATORER EFTERSPØRGES I HELE LANDET

Efterspørgslen på samfundsvidenskabelige digitale integratorer til det private arbejdsmarked er høj i alle landets fem regioner. I Region Hovedstaden er hvert andet samfundsvidenskabelige stillingsopslag til en digital integrator. I Region Midtjylland og Region Syddanmark drejer det sig om tre ud af fem, mens det i Region Nordjylland og Region Sjælland er hver tredje.

Den høje efterspørgsel på samfundsvidenskabelige digitale integratorer er ikke et storbyfænomen, men relevant for hele landet. Vi ved, at kandidater er tilbøjelige til at finde arbejde, der hvor de færdiggør deres uddannelse. Derfor er det vigtigt, at udbydere af samfundsvidenskabelige universitetsuddannelser i alle dele af landet tager den digitale uddannelsesomstilling til sig og hjælper til at sikre forsyningen af samfundsvidenskabelige digitale integratorer til hele landet.

Efterspørgslen på samfundsvidenskabelige digitale integratorer er høj i hele landet 2019



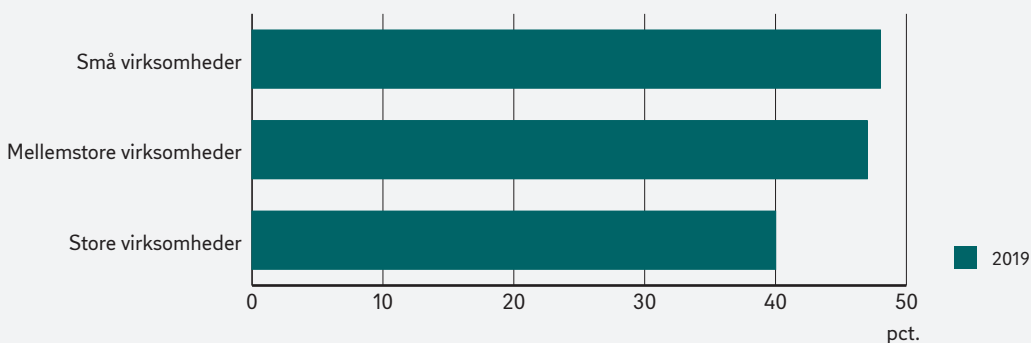
Anm.: Angiver andelen af jobopslag til samfundsvidenskabelige kandidater, hvor der efterspørges samfundsvidenskabelige integratorer, fordelt på landets fem regioner.

Kilde: HBS for DI, 2020

SAMFUNDSVIDENSKABELIGE DIGITALE INTEGRATORER EFTERSPØRGES I VIRKSOMHEDER AF ALLE STØRRELSER

Virksomheder i alle størrelser efterspørger samfundsvidenskabelige digitale integratorer. Efterspørgslen er en anelse højere for små (48 pct.) og mellemstore virksomheder (47 pct.) end for store virksomheder (40 pct.). Dette kan skyldes, at store virksomheder i højere grad har kapaciteten til at ansætte specialister, mens mindre virksomheder i større grad anvender samfundsvidenskabelige kompetencer med dobbeltprofiler til eksempelvis avanceret databehandling.

Efterspørgslen på samfundsvidenskabelige integratorer er høj på tværs af virksomhedsstørrelser



Anm.: Små virksomheder har færre end 50 ansatte, mellemstore virksomheder har mellem 50 og 199, og store virksomheder har 200 eller flere ansatte.

Anm. 2: I denne opgørelse er alene inkluderet efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med videregående uddannelse.

Kilde: HBS for DI, 2020

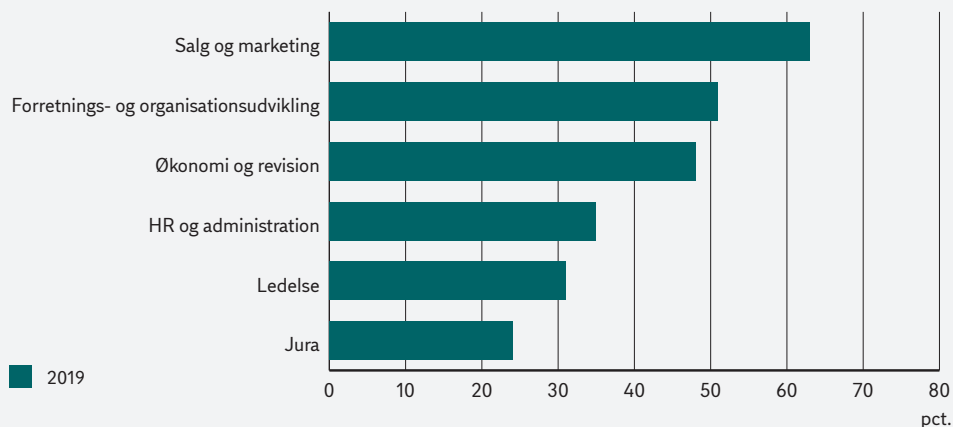
EFTERSPØRGSLEN EFTER DIGITALE INTEGRATORER VARIERER PÅ TVÆRS AF SAMFUNDSDI- SKABELIGE JOBPROFILER

Efterspørgslen efter digitale integratorer er høj på tværs af samfundsvidenskabelige jobprofiler. Efterspørgslen strækker sig fra 24 pct. inden for jura til 63 pct. inden for salg og marketing.

Særligt de profiler, som varetager økonomiske eller forretningsmæssigt relevante opgaver, er en efter-

spurgt integrator-type. Inden for jobområderne "salg og marketing", "forretnings- og organisationsudvikling" og "økonomi og revision" efterspørges digitale integratorer i hhv. 63 pct., 51 pct. og 48 pct. af jobopslagene.

Efterspørgslen efter digitale integratorer varierer på tværs af samfundsvidenskabelige jobprofiler



Anm.: I denne opgørelse er alene inkluderet efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med videregående uddannelse.
Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

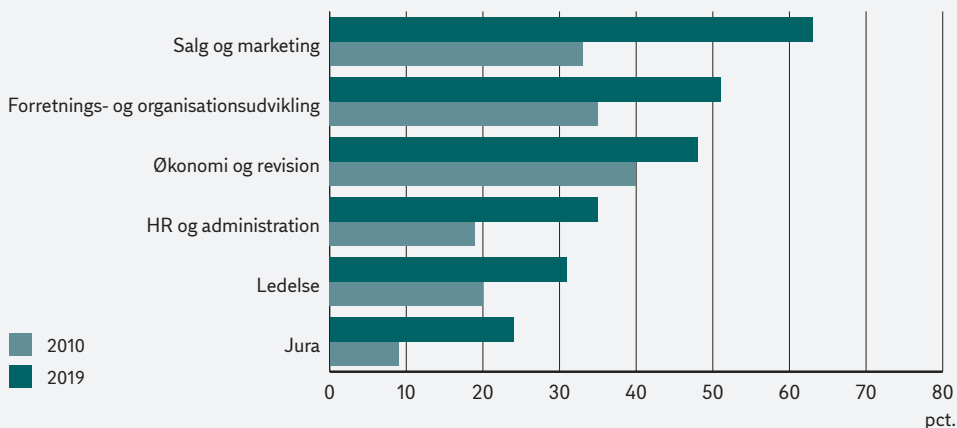
Inden for alle seks jobområder er der fra 2010 til 2019 sket en markant vækst i efterspørgslen efter digitale integratorer. Flere af jobområderne har i perioden oplevet en fordobling af efterspørgslen.

Det vidner om en meget stor digitaliseringshastighed på tværs af brancher, som – ikke overraskende – modsvares af en tilsvarende stor efterspørgsel på digitalt kompetente kernemedarbejdere.

Inden for salg og marketing er efterspørgslen steget 31 procentpoint i perioden fra 2010 til 2019. Inden for områderne Forretnings- og organisationsudvikling og HR og administration er efterspørgslen tilsvarende steget med 16 procentpoint i perioden, ligesom den inden for det juridiske område er steget med 15 procentpoint i perioden.

Den massive tilvækst i efterspørgslen efter digitale integratorer skaber en særlig situation i forholdet mellem arbejdsmarkedsbehov og uddannelsesmiljøerne. De enkelte fagområder og uddannelsesmiljøer skal lykkes med en hurtig og omfattende digital omstilling af det faglige indhold på de enkelte uddannelser. Det er vigtigt at understrege, at der ikke er tale om faglige revolutioner. Kernefaglighederne er stadig i meget høj kurs – men kvalitetsparametrene for de samfundsvidenskabelige kandidater er forandret. Og den forandring er digitalt forankret.

Markant udvikling i efterspørgslen efter digitale integratorer



Anm.: I denne opgørelse er alene inkluderet efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med videregående uddannelse.

Kilde: Højbjerg Brauer Schultz for DI, 2020

JOBOPSLAG TIL SAMFUNDS-VIDENSKABLIGE DIGITALE INTEGRATORER

EKSEMPLER FRA SALG OG MARKETING:

”Vi er på udkig efter en ihærdig og selvstændig Digital Marketing Coordinator med en can-do-attitude. Du lever og ånder for den digitale verden, men med et menneskeligt aspekt, og du forstår at lave en sammenhæng mellem de digitale værktøjer og vores kunders digitale rejse ...”

”Har du et digitalt mindset og kunne du tænke dig at arbejde i et internationalt miljø? Er din digitale værktøjskasse i orden, og har du arbejdet med CMS, SEO, SEM, e-commerce og social media? Vil du arbejde med Wordpress, Shopify, Mailchimp, Salesforce, Hubspot?”

EKSEMPLER FRA JURA:

”Den digitale teknologi har rejst en række nye juridiske problemstillinger. Disse problemstillinger har fået en stadig mere central betydning i takt med, at den digitale teknologi er integreret i alle aspekter af samfundet ...”

”Du vil få varierede arbejdsopgaver inden for drift og løbende udvikling af vores Data Protection Program inden for rådgivning ifm. databeskyttelsesrelaterede initiativer. Du vil i forlængelse heraf også komme til at arbejde med persondatarelige implikationer af nye teknologier som biometri, AI m.v.”

EKSEMPLER FRA HR OG ADMINISTRATION:

”Vi søger en HR specialist, der brænder for HR rapportering, statistik, digitalisering og kursusadministration. Hovedvægten i stillingen ligger på digitalisering, rapportering og effektivisering af vores HR-praksisser ...”

EKSEMPLER FRA FORRETNINGS- OG ORGANISATIONSUDVIKLING

”Vores behov for dataanalyse og rapportering er steget væsentligt, hvilket betyder, at vi udvider vores Business Intelligence team med en ny fuldtidsmedarbejder. Det er vigtigt for os, at data er den væsentligste drivkraft i vores beslutningstagen, og du vil med dine analytiske og tekniske færdigheder bidrage med udviklingen af nye værktøjer til rapport, automatisering og analyse ...”

”Brænder du for at arbejde analytisk med forretningsudvikling og motiveres du af strategi? Har du et stærkt drive og motiveres du af at arbejde kommercielt i krydsfeltet mellem data og forretning? I stillingen som Commercial Business Consultant vil din rolle spænde lige fra forretningsanalyse, deltagelse i strategiprocesen ...”

EKSEMPLER FRA ØKONOMI OG REVISION:

”Kan du holde styr på store mængder data, og brænder du for at omsætte information til indsigter, der påvirker både strategiske og daglige beslutninger. Kan du omsætte finansielle data til konkrete anbefalinger?”

”Du har et højt teknisk niveau, samt forstår og inspireres af processen ved at transformere og analysere data til forretningsrelevant information. Desuden har du naturlig flair for udvikling og teknologi. Hos os kommer du til at arbejde i grænselandet mellem it, data og finans ...”

EKSEMPLER FRA LEDELSE:

”Som finansdirektør bliver du ansvarlig for en række af de centrale funktioner, Højt prioriterede opgaver er bankens digitale udvikling og fokus på udvikling af IT-understøttede datadrevne beslutningsgrundlag, der også er forudsætningen for fremtidens nye produkter og ydelser ...”

”Samspillet mellem offline og online kanaler bliver vigtigere og vigtigere, og kunderne forventer, at de kan bevæge sig mellem kanalerne, og at vi genkender dem og deres situation. Det er essentielt, at du kan tilpasse og udvikle dit teams kompetencer i forhold til den digitale udvikling ...”

VIRKSOMHEDERNE BEKRÆFTER:

DIGITAL TRANSFORMATION ÆNDRER KOMPETENCEKRAV TIL SAMFUNDSVIDENSKABELIGE KANDIDATER

DI har foretaget interview af en række virksomheder, der har ansat samfundsvidenskabelige kandidater. De bekræfter entydigt, at overgangen til en mere digital virkelighed stiller nye kompetencekrav til de samfundsvidenskabelige kandidater: det digitale indhold i disse profilers arbejdsopgaver er steget og forventes at blive større over tid. Det betyder, at kandidaterne skal blive bedre til både at anvende digitale redskaber og til at identificere potentialer for anvendelsen af digitale redskaber.

De digitale kompetencekrav viser sig i nye rekrutteringsmønstre. Virksomhederne søger målrettet efter samfundsvidenskabelige kandidater med digitale kompetencer.

” *Dataanalyse er en game-changer for revisionsbranchen. Vi har set et boom i brugen af dataanalyse hos os i løbet af de sidste par år, og der skal investeres massivt i at opbygge kompetencer på dette felt fremover.*

Deloitte

”

Der er ingen tvivl om, at det bliver en vigtig del af juristers kompetenceprofil, at de bliver i stand til at identificere potentialer for anvendelse af digitale hjælpemidler i deres opgaveløsning.

– *Egmont*

”

Vi sidder på en enorm datamængde, som skaber så mange optimeringsmuligheder, hvor man ved en relativ lille indsats kan skabe stor værdi for kunden. Derfor er det vigtigt for os, at vores revisorer har stærke digitale kompetencer inden for eksempelvis dataanalyse.

– *Ernst & Young*

”

Vi vil som følge af større digitale behov rekruttere anderledes i fremtiden. Som minimum skal dem, vi rekrutterer have et digitalt mindset. Vi ser gerne, at dimittender kommer med en basal digital forståelse fra deres uddannelse.

– Chr. Hansen A/S

”

Skulle jeg ansætte en medarbejder med cand.merc.-baggrund, ville jeg kigge efter en, der har forståelse for brug af statistiske modeller og f.eks. ved, hvad man kan anvende en algoritme til. Det kræver forståelse for modellerne at kunne vurdere, om der er behov for tilpasning af modellen.

– Lemvigh-Müller

”

Vi har ikke udfordringer med at finde en kundevendt person – vi har heller ikke problemer med at finde en, som er meget digitalt orienteret – vi har problemer med at finde et mix af de to og få de kompetencer til at mødes – en digital profil med kommercielt mindset og kommerciel forståelse. De hænger ikke på træerne.

– Carlsberg Denmark

DIGITALE SAMFUNDSVIDENSKABELIGE PROFILER ER EN MANGELVARE

Alle de interviewede virksomheder melder om vanskeligheder med at finde de profiler, som kan bistå dem med at udvikle forretningen via digitale muligheder. Det gælder både, når virksomhederne skal sætte det rigtige hold af eksisterende medarbejdere til digitaliseringsprojekter og ved nyansættelser.

OVERLADER OFTE DIGITALISERING TIL ANDRE

Flere virksomheder beretter om vanskeligheder med at få deres samfundsvidenskabelige medarbejdere til at omfavne de nye teknologiske muligheder. Både i udviklingsprocesser og værdikædeanalyser såvel som i den konkrete brug og vedligeholdelse af nye digitale løsninger oplever de, at de samfundsvidenskabelige kandidater ikke er godt nok klædt på til at tænke digitalt. Både ledere, mellemledere og medarbejdere har i mange tilfælde svært ved at spille aktivt med og forstå de nye muligheder. Der er i virksomhederne en enorm anerkendelse af kandidaternes kernefaglighed – dvs. deres viden om salgsprocesser, forretningsprocesser, økonomistyring, markedsføring, jura osv. Men virksomhederne har brug for, at flere af disse kandidater kan spille aktivt ind i virksomhedernes digitale omstilling og driften af virksomhedens digitale løsninger. Der ligger et enormt værdipotentiale i at styrke denne specialistgruppes digitale kompetencer.

”

Når vi ansætter søger vi et digitalt mindset. Man skal stadig have de faglige kompetencer, men man skal også have en it-forståelse. Hvis de ikke har den forståelse, så ser vi at de har rigtig svært at tage nye programmer til sig uden at det bliver et irritationsmoment og uoverskueligt.

– Hounö A/S

”

Min drøm er, at mit team af cand. merc.'ere kan drifte og overvåge de nye digitale systemer, men det er vi ikke lykkedes med. De vender og drejer data i rækker og kolonner, som jeg kalder det. Men ikke på en avanceret måde. Driften og overvågningen af de mere avancerede modeller, bliver vi – som det ser ud nu – nødt til at lade specialisterne om.

– Lemvigh-Müller

”

Vores medarbejdere har den rette uddannelse. Hvad der er brug for, er mindre berøringsangst med digitale løsninger, og hvad det vil betyde ift. deres dag til dag arbejde. Det er et spørgsmål om at lade folk forstå, at hvad de har foretaget sig i fortiden, har været en digital rejse. Digitalisering er ikke nyt eller fuldstændig fremmed for vores arbejdsprocesser. Digitalisering skal være en naturlig del af processen frem til at finde løsninger på udfordringer og muligheder.

– Chr. Hansen A/S

KONSEKVENSN: DIGITAL FORRETNINGSUDVIKLING DRIVES AF ”DIGITALE ILDSJÆLE”

I mange virksomheder bliver digitalisering af forretningsgange og –processer igangsat, drevet og varetaget af det, man kan kalde ”digitale ildsjæle”. Det er medarbejdere og ledere med særlig interesse for it og ny teknologi, som både har teknologisk indsigt og forståelse for, hvordan disse teknologier kan give øget værdi i virksomheden. Ofte er disse ildsjæle ”auto-didakte” og uden egentlige formelle digitale kompetencer. Denne tendens ses både i større og mindre virksomheder, ligesom den både ses i virksomheder med en høj grad af digitalisering og i virksomheder, som lige er gået i gang.

Der er mange eksempler på, at udforskningen af de nye avancerede muligheder for f.eks. brug af machine learning, datadrevne processer og forretningsgange sker, fordi en leder eller medarbejder tager initiativet – pga. vedkommendes særlige interesse for området. I andre tilfælde starter afdækningen af potentialerne ved digitalisering fra toppen – f.eks. ved, at en koncernledelse udstikker en strategisk retning for brug af avanceret teknologi i alle dele af koncernen eller f.eks. udruller et nyt integreret business intelligence system. Men også i de tilfælde ses det ofte, at det er de såkaldte ildsjæle, der lokalt følger op på digitaliseringsstrategierne og driver dem fremad.

VIRKSOMHEDERNE EFTERSPØRGER ...



**DIGITALE
BROBYGGERE**



**DIGITALT
MINDSET**



**DIGITAL
LEDELSE**



**DATAFORSTÅELSE OG
DATAANALYSE**



**SAMFUNDSVIDENSKABELIG
KERNEFAGLIGHED + DIGITAL TÆFT**



**SOFT
SKILLS**

”

Cand.merc.'ere har en kommerciel forretningsforståelse, men der bliver også nødt til at være en tyngde af matematik og værktøjer, som gør dem i stand til at bruge data mere fremadrettet. Klassiske økonomistyringsværktøjer er historieskrivning, og dem er der stadig brug for, men det er den mere avancerede og fremadskuende dataanvendelse, der kommer til at nyudvikle vores forretning. Det virksomhederne kommer til at efterspørge bliver noget mere fremadskuende.

– Lemvigh-Müller

”

De kompetencer, vi hiver ind – eller der relaterer hvor vi skal udvikle på de kompetencer vi har – der har vi fokus på balancen mellem kommerciel forståelse og it-forståelse. Selvom du søger dygtige akademikere og teoretikere, så er der et gap ift. at kunne tage det holistiske syn, hvor man lærer at skabe et bindeled mellem forretning og it-behov – det mangler bare stadigvæk.

– Carlsberg Denmark



DIGITALE BROBYGGERE

Virksomhederne har brug for samfundsvidenskabelige medarbejdere til at koble digitale løsninger til virksomhedens forretningsudvikling. Hvis de samfundsvidenskabelige kandidater bliver tilstrækkeligt klædt på med digitale kompetencer og en grundlæggende forståelse for intelligent dataanvendelse, kan de i kombination med deres kernefaglighed inden for forretning, administration, økonomi, analyse, salg, strategi og rådgivning blive virksomhedernes brobyggere mellem digitalisering og forretning.

De samfundsvidenskabelige kandidater kan gå forrest, når virksomhederne skal identificere nye digitaliseringspotentialer. De bliver uddannet med en tung teoretisk og analytisk værktøjskasse. Samspillet mellem denne værktøjskasse, en stærk forretningsforståelse og en stærk digital forståelse kan gøre disse medarbejdere til frontløbere, der kan se og udvikle nye forretningsmuligheder, services og processer.

En forudsætning for, at de kan realisere potentialet som brobyggere mellem digitalisering og forretning er, at de på deres uddannelse får en dybere forståelse af digital teknologi i en kommerciel kontekst og lærer, hvordan digitalisering kan bidrage til forretningsudvikling.

” Vi har kompetencer i organisationen, der er enormt dataorienterede. Så har vi kompetencer, som er gode beslutningstagere, og som har godt kendskab til vores forretning. Men vi har ganske få, der kan begge dele. Vi får uden tvivl brug for flere af sådanne kompetencer. De kommer til at være af stor værdi for os i forhold til vores digitale fremdrift.

Chr. Hansen A/S

”

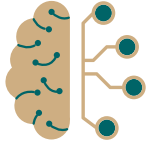
Vores fokus internt i organisationen lige nu er vores medarbejderes mindset. Vi arbejder på at skabe en generel forståelse af, hvad digitalisering er og at kunne tænke korrekt ift., hvordan digitale værktøjer kan appliceres. Vores medarbejdere skal være i stand til at finde digitale løsninger på vores udfordringer.

– *Chr. Hansen A/S*

”

Det vigtigste for os er, at de er flittige, nysgerrige og læringsvillige. For hvis de er det, så skal vi nok træne dem til det, de skal kunne. Men det ville være nemmere for dem at levere tidligere, hvis de studerende gennem deres uddannelse kan tilegne sig et digitalt mindset, der passer til den digitale virkelighed, som de skal ud og arbejde i.

– *Ernst & Young*



ET DIGITALT MINDSET

Virksomhederne efterspørger samfundsvidenskabelige medarbejdere, der går til deres arbejde med et ”digitalt mindset”. Et digitalt mindset skal forstås som en parathed og en åbenhed over for teknologiske og digitale løsninger. Et digitalt mindset forudsætter en grundlæggende forståelse for digital teknologi og digitale værktøjer. For at kunne medvirke til at løse opgaver i produktions- eller forretningsprocesser, som i en eller anden grad er digitaliserede, er det nødvendigt at kunne forstå selve præmisserne for digitalisering.

Medarbejdere med et digitalt mindset er afgørende for at kunne drive en digital transformation, og manglen på netop dette mindset blandt bare få medarbejdere oplever flere virksomheder som en stor udfordring. Når en virksomhed skal rykke hurtigt på en digital dagsorden og tilpasse sig nye digitale vilkår, er det væsentligt, at alle dele af organisationen kan være med.

Det øgede behov for samfundsvidenskabelige kandidater med et digitalt mindset viser sig både i virksomhedernes arbejde med at udvikle eksisterende medarbejdere og i ændrede rekrutteringsmønstre.

” *Jeg vil altid vælge en kandidat, som har et digitalt mindset fremfor én, som ikke har det – også selvom vedkommende, som ikke har det digitale mindset, er 20 pct. bedre, så vil jeg hellere have kandidaten med det digitale mindset.*

Hounö A/S

BARRIERER FOR DIGITALT MINDSET

Virksomhederne giver udtryk for, at deres medarbejders digitale indstilling ofte er præget af en berøringsangst og en forudindtaget frygt for digitale tiltag eller værktøjer. Virksomhederne oplever, at deres medarbejdere ofte undervurderer sig selv, når det kommer til digitalisering. Mange medarbejdere arbejder allerede med digitale løsninger og har input, som er relevant for virksomhedernes digitale transformation. Virksomhederne giver derfor udtryk for, at den digitale bevidsthed i højere grad skal vækkes på uddannelserne.

” *Der er en mindset-udfordring ift. digitalisering.*

Når folk hører ordet digitalisering, tænker de ofte - jeg ved ikke noget om digitalisering. Når vi bryder de digitale begreber og processer ned, så kender folk ofte godt delelementerne. Folk ved mere, end de tror de ved. Faktisk beskæftiger rigtig mange sig allerede med digitalt relaterede opgaver. Folk bliver forvirrede, fordi de bliver bombarderet med nye digitale begreber. Vores medarbejdere skal stole mere på egne evner ift. digitale aktiviteter.

Chr. Hansen A/S



DIGITAL LEDELSE

Som følge af digitaliseringen bliver et digitalt mindset et stadigt vigtigere element i ledelsesprofilen, og det gælder selvfølgelig også, når det er de samfundsvidenskabelige profiler, der udfører ledelsesopgaven – hvilket de ofte gør.

Digital indsigt og parathed er en forudsætning for, at ledelsen forstår vigtigheden af digital transformation og desuden er i stand til at sætte retningen for en virksomheds digitale transformation. På samme måde er digital indsigt en præmis for, at ledelsen kan gå i dialog med medarbejderne om digitale løsninger. En vellykket digital transformation hviler i høj grad på ledelsens evne til at gribe bolden, når medarbejdere ser digitaliseringspotentiale i virksomhedens forretningsudvikling.

” Det er helt afgørende, at en Key Account Manager eller salgsdirektør forstår, hvor meget den digitale rejse kan bringes ind til kunden. I fremtiden bliver det afgørende, at vi ansætter ledere med en digital forståelse. Medarbejderne vil også forvente, at lederen har en it-forståelse, som de kan sparre med.

Carlsberg Denmark

”

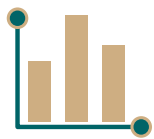
Der er brug for, at vores ledere kan lede med et digitalt mindset, og at de er villige til at tage beslutninger om, hvordan vi prioriterer digitale aktiviteter. Vi skal som ledere også afsætte tid til at kompetenceudvikle os, så vi bliver i stand til at tage effektive digitale beslutninger.

– *Chr. Hansen A/S*

”

Som ansvarlig for en revisionssag skal man kunne guide og gå i dialog med sine medarbejdere og være den, som sætter retningen omkring brug af digitale værktøjer, herunder f.eks. det ønskede udbytte ved brugen af dataanalyse på en revisionsopgave. Det kræver, at man som leder/partner er komfortabel, har de nødvendige kompetencer inden for dette felt og kan se mulighederne.

– *Deloitte*



DATAFORSTÅELSE OG DATAANALYSE

Dataforståelse er fundamentalt for forretningsudviklingen. Data står som et af de helt centrale temaer i virksomhedernes digitale omstilling. Mange af de interviewede virksomheder fremhæver adgangen til data og nye teknologier til behandling af data som helt fundamentale for virksomhedens fortsatte vækst. Virksomhederne giver også udtryk for, at der er en stor bane at spille på for de samfundsvidenskabelige profiler, når det handler om at bruge data på måder, der kan styrke forretningen. Det kunne være revisoren, der optimerer sin analyse gennem intelligent behandling af større mængder regnskabsdata, juristen, der bruger kunstig intelligens til at reducere fejlmargenen i sine afgørelser, eller salgsenheden, der bruger mønstre i data om kunderne til at forudsige kundefærd.

Data bliver i dag brugt til nye og langt mere avancerede formål ude i virksomhederne. Derfor har de brug for flere samfundsvidenskabelige kandidater, der har en forståelse for eller er i stand til at anvende avancerede teknologier til dataanalyse – eksempelvis kunstig intelligens, modellering og machine learning. De skal kunne anvende dem, så de skaber værdi i virksomheden og kunne identificere nye måder at anvende dem på ved at bringe deres viden om kerneforretningen i spil.

” *Det er ikke bare nok, at du synes, det er fedt at rykke rundt på formler i Excel. Du skal også kunne tænke kunstig intelligens ind i dine arbejdsprocesser. Det er en kultur, vores medarbejdere skal kunne drive.*

Carlsberg Denmark

”

Fremtidens revisor kan navigere på et andet kompetenceniveau inden for teknologi og dataanalyse, end hvad tilfældet ofte er i dag. Nogle af vores digital-mindede revisorer kan både programmere og anvende komplekse datamodelleringsprogrammer som Alteryx, Galvanize mv. samt opstille visualiseringer i f.eks. Power BI og Tableau. Den effektivitet, som de kan revidere med ift. den klassiske revisor, og de muligheder, det giver dem for at være relevant og give indsigt til kunderne, er så vild ift. den traditionelle måde at revidere på.

– Deloitte

”

I dag skal en revisor ikke bare kunne lægge tal sammen og få det til at gå op, men de skal kunne gå dataanalytisk til værks. De skal kunne gennemskue data og koble det til en forståelse af kundens virksomhed.

– Ernst & Young

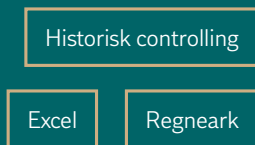
Efterspørgslen på samfundsvidenskabelige medarbejdere med kompetencer i dataanalyse skal ses i sammenhæng med en tendens til en mere fremadskuende anvendelse af data. Data bruges i virksomhederne i dag til at forudsige fremtiden og som guide til fremadrettede beslutninger, mens fokus på historisk afrapportering bliver mindre.

” *Revisorer er en branche, der primært giver sikkerhed til historiske data via erklæringer på årsregnskaber – vi er således forholdsvis bagudskuende af natur. Jeg tror på, branchen skal til at gentænke sin relevans i en digital verden, og at revision i fremtiden vil overgå fra at være en årlig tilbageskuende begivenhed, til at vi skal give sikkerhed til regnskabsdata i realtid.*

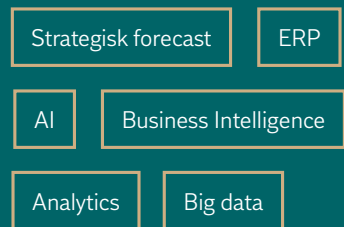
Deloitte

Digitalisering giver nyt fokus for den samfundvidenskabelige profil

Traditionel virksomhed



Digital virksomhed



Data

”

Vi arbejder meget med big data og udviklingen af algoritmer for at kunne 'crunche' store mængder data og se trends. Vores anvendelse af data begynder gradvist at dreje sig væk fra bagudrettet rapportering og over mod noget, som rækker fremad. Det er langt mere interessant at forudsige frafald af kunder, frem for at konstatere at en kunde er faldet fra et halvt år efter, at det er sket. Skulle jeg ansætte en medarbejder med cand.merc.-baggrund, ville jeg kigge efter en, der har forståelse for brug af statistiske modeller og f.eks. ved, hvad man kan anvende en algoritme til.

– Lemvigh-Müller

”

For at kunne høste potentialerne ved f.eks. AI og machine learning skal man som virksomhed først og fremmest sikre sig konsistente data. Og store mængder af dem. Kvaliteten af de tilgængelige data er en barriere for avanceret digitalisering. Og det handler også om, at medarbejdere og ledere bliver dygtigere og hurtigere til at adoptere digitalisering.

– ECIT Services

”

Det er vigtigt, at vores jurister har tilstrækkelig digital viden til, at vi ikke kommer til kort, når vores kontakt med kunderne falder på digitale spørgsmål. De skal ikke være digitale specialister, men have forståelse for den virkelighed, som vores virksomheder lever i. Og den er i høj grad digital.

– Egmont

”

De skal ikke kunne udvikle modellerne. Men de skal kunne forstå og vedligeholde og arbejde med modellerne og have en forståelse for dem. Og få ideer til dem. Så de kan samarbejde med de dybt specialiserede matematikere. Det er nødvendigt med dataforståelse og matematisk forståelse.

– Lemvig-Müller



SAMFUNDSVIDENSKABELIG KERNEFAGLIGHED + DIGITAL TÆFT

Virksomhederne efterspørger samfundsvidenskabelige kandidater med digital forståelse, men lægger vægt på, at de ikke skal være it-specialister.

Grundlæggende søger virksomhederne samfundsvidenskabelige profiler med et digitalt mindset – en digital grundforståelse, som sætter dem i stand til at koble forretningsudvikling med digital udvikling. Det skal man ikke være hverken dataspecialist eller programmør for at kunne gøre. Man skal være specialist i at se digitale løsninger på forretningsmæssige problemer.

Man skal allerede i sin uddannelse stifte bekendtskab med de grundlæggende redskaber, som digitaliseringen fører med sig. Man skal have kendskab til f.eks. automation, systemintegration og dataanvendelse, mønstergenkendelse osv. Ikke på et specialistniveau, men på et niveau, hvor man kan indgå i dialog med it-specialisterne om digitale løsninger.

DET KRÆVER 'HANDS-ON' ERFARING MED DEN DIGITALE TEKNOLOGI

De samfundsvidenskabelige kandidater skal være intelligente brugere inden for f.eks. machine-learning for at kende til dets potentiale, men skal ikke nødvendigvis være dem, som udfører dataarbejdet. De skal kunne udtænke, hvor teknologien kan implementeres i virksomheden, uden at være den som implementerer teknologien. 'Hands-on' erfaring i løbet af uddannelsen giver kandidaten en digital forståelse dyb nok til at identificere teknologiens potentialer.

” De skal selvfølgelig være analytisk stærke, vide hvordan man omsætter tal til brugbar information og have en fornemmelse af, hvordan man bruger de digitale værktøjer. De behøver ikke være eksperter, men de skal kunne tale ind i, hvordan teknologi kan hjælpe os, og hvordan vi kan automatisere datahåndtering. De skal f.eks. kunne sidde i et forum af ledere, mellemledere, medarbejdere, specialister og tale med omkring digitalisering, automatisering, data.

Carlsberg Denmark

”

Det er vigtigt at kunne forstå mellemregningerne i en algoritme f.eks. for at vide, hvilke bias der kan være. Det kan blive ekstra vanskeligt i takt med, at der kommer mere kunstig intelligens.

– *Kammeradvokaten, Advokatfirmaet Poul Schmith*

”

Det bliver ikke nødvendigvis afgørende, at man som jurist kan programmere. Men det er selvfølgelig klart, at des flere 'hands on' digitale kompetencer man har, des nemmere er det at forstå, hvad der er muligt, og hvad der ikke er muligt ift. digitale løsninger.

– *Egmont*

”

Generelt går et digitalt mindset hånd i hånd med digitale kompetencer. Alle dem, som bare kan lidt med kodning, har allerede fået en rigtig dyb it-forståelse.

– *Hounö A/S*

”

Mange it-specialister kan ikke digitalisere – digitalisering handler ikke kun om teknologi, men om at kunne se og eksekvere på forandringspotentialer.

– *ECIT Services*



SOFT SKILLS

Digitale kompetencer er andet og mere end digitale. De inkluderer også en række analytiske og forretningsorienterede kompetencer, som ikke i sig selv er tekniske eller it-orienterede. Den type af kompetencer kaldes ofte for 'soft skills'.

Digitaliserede arbejdsprocesser kræver andre typer analytisk kapacitet hos de samfundsfaglige medarbejdere. Databaseret rådgivning kræver, at man som revisor, advokat eller Business Intelligence Manager kan overskue meget store mængder data. Den viden man baserer sit arbejde på, er skabt med avancerede digitaliserede metoder. Disse data skal man både kunne forholde sig kritisk til, man skal kunne analysere dem, bryde dem ned og formidle mønstre eller forudsigelser, som giver værdi for kunder eller egen virksomhed. For revisoren betyder det eksempelvis, at denne nu i højere grad end tidligere skal udvikle kompetencer inden for formidling og kunderådgivning på baggrund af den større indsigt, de får i virksomhederne gennem intelligent dataanalyse. Digitaliserede forretningsgange, produkter og services kræver også ofte en højere grad af tværfagligt samarbejde. Ofte ansætter virksomhederne tekniske it-profiler eller matematiske profiler, som indgår i teams med de traditionelle samfundsvidenskabelige medarbejdere om at udvikle og bruge avanceret teknologi og data.

Den dybe kernefaglighed er stadig essentiel og nødvendig for at fastholde høj kvalitet og professionalisme. Der er derfor ikke tale om at *erstatte* dyb faglighed inden for f.eks. skattelovgivning med mere brede kompetencer inden for f.eks. projektledelse. Men der er kommet en ny bredde ind i arbejdsopgaverne, som handler om projektledelse, analytics, kommunikation og rådgivning.

” *Vi har lavet en joint venture, hvor vi udvikler legal tech-løsninger. I den gruppe har vi både it-specialister, der koder, og cand. merc. jur.-profiler og cand. jur.-profiler, som idéudvikler.*

Bech-Bruun

”

Revisorens rådgivningskompetencer baseret på indsigt i data og kendskab til kundernes forretning og industri bliver fuldstændig essentielle for vores fremtidige værdiskabelse. Vi er enormt sultne efter de profiler. Det er en ubetinget nødvendighed, at uddannelsesinstitutionerne ændrer deres fokus fra en traditionel tilgang til også at inkludere analytiske, forretningsmæssige, projektledede, kommunikative og ledelsesmæssige kompetencer.

– Deloitte

”

Du skal ikke bare lære, at du skal kunne anvende digitale redskaber og gå dataanalytisk til værks. For at være en relevant rådgiver skal du kunne koble den nye, større indsigt til en forståelse af virksomheden og formidle det videre til kunden for at kunne være en relevant rådgiver.

– Ernst & Young

”

Digitalisering bevirker også, at advokaten skal have mere fokus på processerne. It-programmer og kunstig intelligens er ikke empatisk, og en juridisk proces er altid konfliktfyldt. Det er vigtigt, at kunden føler, at de møder et menneske.

– *Kammeradvokaten, Advokatfirmaet Poul Schmith*

”

Det er vigtigt at bevare kernefagligheden og den faglige ballast. Kandidaterne skal kunne forstå de nye virksomhedstyper, som er meget mere komplekse end tidligere. Men de skal kunne forstå dem ud fra et juridisk perspektiv.

– *Bech-Bruun*

DEM HAR VI TALT MED:

Partner, advokat (h), Tomas Ilsøe Andersen, Kammeradvokaten, Advokatfirmaet Poul Schmith

HR-direktør, Lene Kahl, Kammeradvokaten, Advokatfirmaet Poul Schmith

HR- og administrationschef, Anne-Marie Sparre Avnsted, Bech-Bruun

Økonomidirektør, Martin Riber Povlsen, Bech-Bruun

Senior Partner, Frants E. Moraitis, Ecit Services A/S

Advokat, Frederik Stege, Egmont

Head of Finance and Digital Business Processes, Silas Dahlgaard-Povlsen, Hounö A/S

Partner, Audit Transformation & Innovation Leader, Christian Lehmann Nielsen, Deloitte

Director, Audit Learning & Development & Talent Acquisition Leader in NSE, Nordic and Denmark, Rasmus Meldgaard, Deloitte

Partner, Morten Friis, Ernst & Young P/S

Direktør for data & pricing, Tony N. Christensen, Lemvigh-Müller

IT direktør, Frederik Aakerlund, Lemvigh-Müller

Head of Development & Analytics, Kory A. Vanderboom, Chr Hansen A/S

Telesales & Support Director Jens Baand Larsen, Carlsberg Denmark

Head of Process and Automation, Danny Dario Winandy, Carlsberg Denmark

EKSEMPLER PÅ MODULER MED DIGITALT INDHOLD:



CAND.JUR. (JURA)

DigiLawyer: Training lawyers for the challenge of digitalisation

Udbydes på Københavns Universitet

Ved dette kursus opnår den studerende kompetencerne til at imødekomme klienters efterspørgsler skabt af den digitale transformation, forstå og anvende digitale juridiske platforme og juridiske big data analysetekniker gennem hands-on erfaring. Den studerende vil tilegne sig en dyb forståelse for juristens skiftende rolle i den digitale verdens samt den analytiske kapacitet til at innovere og integrere dataanalyse i juridisk tænkning.



Artificial Intelligence and Legal Disruption

Udbydes på Københavns Universitet

På dette kursus beskæftiger den studerende sig med krydsfeltet mellem lov og teknologi. På dette kursus gives den studerende forståelse for, hvordan nye teknologier som kunstig intelligens udfordrer og transformerer juridiske principper, processer og procedurer, som vi kender dem i dag.



CAND.MERC.AUD. (REVISOR)

Revision: IT og Data Analytics

Udbydes på Syddansk Universitet

Dette kursus sætter den studerende i stand til at udnytte digitale metoder i løsningen af revisionsopgaver. Den studerende lærer at identificere potentialet for anvendelse af dataanalyse, visualisering, og automatisering i revisionsprocessen. Den studerende oplæres i kritisk anvendelse af it-revisionsmæssige metoder, herunder i kritisk evaluering af hvordan forskellige it-revisionsmæssige metoder opfylder de satte revisionsmål og desuden påvirker eksisterende revisionsstandarder.



Audit Data Analytics

Udbydes på Aarhus Universitet

Ved dette kursus opnår den studerende kompetencer til at identificere områder, hvor data analytics kan skabe værdi for revisionsfirmaerne og deres kunder, og at kunne kommunikere med dataspecialister om specifikke databehov. Ved data analytics søger man gennem store mængder struktureret og ustruktureret data for at finde ukendte mønstre og sammenhænge. Den studerende lærer at kunne anvende resultater af dataanalyse og anvende dem til at drage konklusioner på forretningsmæssige spørgsmål.



CAND.MERC. (ERHVERVSØKONOMI)

Digital Innovation and Business Transformation

Udbydes på Aarhus Universitet

Dette kursus har til formål at sætte den studerende i stand til at forstå og anvende digitale teknologier til innovation og forretningsudvikling. Den studerende lærer at identificere potentiale for værdiskabelse ved anvendelse af nye digitale teknologier, samt at evaluere og designe virksomhedens digitale strategi.



Digital Transformation Management

Udbydes på CBS

På dette kursus lærer den studerende at gribe den digitale transformation an fra den digitale ledelses perspektiv. Den studerende bliver undervist i strategisk it-ledelse og ledelse af dag-til-dag digital drift. Den studerende bliver i stand til at kunne analysere forretningsprocesser, systemer og digital teknologi i virksomhedsarkitekturer, og at kunne analysere og forbedre virksomhedsledelsen af større digitale transformations initiativer.



Deep learning and artificial intelligence for analytics

Udbydes på Aalborg Universitet

På dette kursus gives den studerende teoretisk og praktik viden i de teknologier og principper, der ligger bag deep learning og kunstig intelligens. De studerende opnår kompetencer, der sætter dem i stand til at udvælge og kritisk anvende teknologierne til at finde løsninger på virkelighedens problemer. Teknologierne kan eksempelvis anvendes til at identificere finansiell bedrag på baggrund af mønstergenkendelsessystemer eller til at gøre forudsigelser på aktiemarkedet.

