

**Syddansk Universitet - Studienævn for International Virksomhedskommunikation**  
**Referat af møde i IVK's Uddannelsesråd onsdag den 16. maj 2018 på SDU, Odense**

I mødet deltog følgende af uddannelsesrådets medlemmer:

- Brand Manager Finn Jernø Pedersen, Phønix Tag Materialer A/S (e-mail: [finnjerno@gmail.com](mailto:finnjerno@gmail.com))
- Forbundsformand Per Lindegaard Hjorth, Forbundet Kommunikation og Sprog (e-mail: [plh@kommunikationogsprog.dk](mailto:plh@kommunikationogsprog.dk))
- Kommunikationschef Jens Degn, VUC Syd (e-mail: [jed@vucsyd.dk](mailto:jed@vucsyd.dk))
- HR- og Kommunikationschef, Carsten Vikkelsøe, University College Lillebælt (e-mail: [cavi2@ucl.dk](mailto:cavi2@ucl.dk))
- Leder Peter Hansen, Regionskontor og Infocenter, Padborg (e-mail: [ph@region.dk](mailto:ph@region.dk))
- Social Media Manager Lone Hoelgaard Havmand, Professionshøjskolen Absalon (e-mail: [lonehoelgaard@gmail.com](mailto:lonehoelgaard@gmail.com))
- Kommunikationsrådgiver Lene Grønvald, OUH Odense Universitetshospital (e-mail: [lene.gronvald@gmail.com](mailto:lene.gronvald@gmail.com))
- Kommunikationskonsulent, Rune Højer Jensen, Aabenraa Kommune (e-mail: [runehj@hotmail.com](mailto:runehj@hotmail.com))
- Seniormedlem af uddannelsesrådet Dorthe Bernt Andersen (e-mail: [dba2008@live.dk](mailto:dba2008@live.dk))
- Lektor og studieleder Flemming Smedegaard, IVK (e-mail: [fsm@sdu.dk](mailto:fsm@sdu.dk))
- Kandidatstuderende Mie Skougaard Pedersen, Odense (e-mail: [miepe13@sdu.dk](mailto:miepe13@sdu.dk))
- Kandidatstuderende Nicholas Bech Jakobsen, Odense (e-mail: [njako13@sdu.dk](mailto:njako13@sdu.dk))
- Kandidatstuderende Michael Libak Hansen, Odense (e-mail: [michh13@sdu.dk](mailto:michh13@sdu.dk))
- BA-studerende Maria Louise Lidsmoes, Odense (e-mail: [mail16@sdu.dk](mailto:mail16@sdu.dk))

Endvidere deltog flg. oplægsholdere:

- Henrik Schmidt Ebbesen, IVK-kandidat og nordisk salgs- og marketingchef i Virbac Danmark A/S i Kolding.
- Susanne Boysen, IVK-kandidat og marketingmanager i Swipbox A/S.
- Dorte Staun Nielsen, IVK-kandidat og marketingkoordinator i Danish Agro Machinery.
- Simon Østergaard, IVK-kandidat fra 2017, men allerede erfaringer fra et par SMV'ere.
- Mie Skougaard Pedersen, IVK-specialestuderende og praktikerfaringer fra SMV-virksomheden Viking Rubber Co. i Faaborg.
- Bjarne Christensen, ph.d.-studerende, som forsker i mødet mellem kandidater og SMV'ere.

Fraværende af uddannelsesrådets medlemmer var følgende:

- HR Manager Maria Stenander, Intermarine Denmark (e-mail: [maria.stenander@hotmail.com](mailto:maria.stenander@hotmail.com) )
- Director of International Sales, Marketing og HR, Birthe Tofting, Vola A/S (e-mail: [bt@vola.com](mailto:bt@vola.com))
- Digital projektleder Niels Christian Laursen, STEP A/S (e-mail: [ncl@nclaursen.dk](mailto:ncl@nclaursen.dk))
- Vice president, Communications, Rikke Dalager, NNIT A/S (e-mail: [rida@nnit.com](mailto:rida@nnit.com))
- Communications Specialist Anne Christoffersen, Fazer Food Services (e-mail: [anne-moerk@live.dk](mailto:anne-moerk@live.dk))
- Director, Corporate/Financial Communication Christian Grønning, Geelmuyden Kiese, Kbh, (e-mail: [christian.groenning@gknordic.com](mailto:christian.groenning@gknordic.com))
- Kommunikations- og marketingansvarlig Stine Poulsen, Møllegårdens Planteskole ([stine@primaferdig.dk](mailto:stine@primaferdig.dk))
- Kommunikationskonsulent, Peter Lagoni Garbøl, By- og Kulturforvaltningen Odense Kommune (e-mail: [pewg@odense.dk](mailto:pewg@odense.dk))
- Communication Manager Ulrik Grimstrup, Københavns Universitet (e-mail: [ulrik.grimstrup@adm.ku.dk](mailto:ulrik.grimstrup@adm.ku.dk))
- Lektor og studieleder Astrid Jensen, IVK, Slagelse (e-mail: [astrid@sdu.dk](mailto:astrid@sdu.dk))
- Lektor og studieleder Marianne Ankjær Institut for fagsprog, Kommunikation og Informationsvidenskab, Kolding (e-mail: [marianne@sitkom.sdu.dk](mailto:marianne@sitkom.sdu.dk))
- Lektor og studieleder Søren Wind Eskildsen, Sønderborg (e-mail: [swe@sdu.dk](mailto:swe@sdu.dk))

**Indkaldelse til 26. møde i IVK's uddannelsesråd**

**Onsdag den 16. maj 2018 kl. 15.00 - 18.00**

**SDU, Odense**

## **DAGSORDEN:**

Dette møde i uddannelsesrådet vil være et temamøde om IVK'ernes karrieremuligheder i de små og mellemstore virksomheder (SMV'ere) – og især om, hvordan vi kan få flere IVK-kandidater ansat i SMV'ere.

På mødet vil der som grundlag for diskussionen være en række oplæg fra IVK-ere med SMV-erfaringer:

- Henrik Schmidt Ebbesen, IVK-kandidat og nordisk salgs- og marketingchef i Virbac Danmark A/S i Kolding.
- Susanne Boysen, IVK-kandidat og marketingmanager i Swipbox A/S.
- Dorte Staun Nielsen, IVK-kandidat og marketingkoordinator i Danish Agro Machinery.
- Simon Østergaard, IVK-kandidat fra 2017, men allerede erfaringer fra et par SMV'ere.
- Mie Skougaard Pedersen, IVK-specialestuderende og praktikerfaringer fra SMV-virksomheden Viking Rubber Co. i Faaborg.
- Bjarne Christensen, ph.d.-studerende, som forsker i mødet mellem kandidater og SMV'ere.

Flemming Smedegaard bød deltagerne i IVK's uddannelsesråd velkommen, hvorefter der var en kort præsentationsrunde.

Indledningsvis oplyste Flemming Smedegaard, at dette temamøde om IVK'ernes karrieremulighed i de små og mellemstore virksomheder (SMV'ere) ligger i forlængelse af sidste uddannelsesrådsmøde, hvor temamødet omhandlede IVK'ernes muligheder på det kommunale arbejdsmarked.

Grundlaget for dagens drøftelser er en række oplæg fra IVK'ere, der har været eller er ansat i SMV'ere.

### **Oplæg 1: Henrik Schmidt Ebbesen, IVK-kandidat og nordisk salgs- og marketingchef i Virbac Danmark A/S i Kolding.**

Henrik Ebbesen indledte med at fortælle om en meget bred og alsidig vifte af jobberfaringer efter endt uddannelse i 2007 spændende fra selvstændig virksomhed, ansættelse ved Vejen Elite Håndbold A/S, Mercuri Urval, Würth Industri Danmark og Virbac Danmark (nuværende job). Centrale jobfunktioner har været/er ledelse indenfor salg, marketing og kommunikation.

Henrik berettede om et arbejdsliv indtil nu med masser af sejre og medgang, også udfordringer og modgang, hvor sidstnævnte håndteres ud fra mantraet: ”kom op på hesten igen” og hele tiden se nye muligheder og finde nye veje.

I forhold til sin IVK-uddannelse fremhæver Henrik, at læring omkring organisationsudvikling er noget, han har brugt fra dag ét i sit arbejde med ledelse. Dernæst discipliner omkring kulturforståelse i organisationer og på tværs af grænser.

Qua sine erfaringer fra Mercury Urval peger Henrik på, at ved udvælgelse af kandidater til en stilling ses ikke kun på uddannelsesmæssig baggrund men på de erfaringer, kandidaten generelt har fået og på hvilke virksomheder, der tidligere har ansat en. Dybest set handler det om ens personlighed, hvor åbenhed og nysgerrighed især fremhæves. Opfordringen til jobkandidaten er, at hans/hun skal ud og sørge for at ”få nogle kilometer på benene”. Derfor er også gåpåmod en vigtig egenskab; noget har man lært, andet må man bare kaste sig ud i og tage, hvad der kommer.

IVK-uddannelsen er et godt fundament og IVK’eren kan en masse.

Henrik mener, at IVK’erne i deres jobsøgning skal være bedre til at formidle budskabet om, hvad de er gode til, og hvad de kan tilbyde. Det kan være lettere for andre mere specialistorienterede uddannelser at konkretisere deres kompetencer. Endvidere er det også vigtigt, at IVK’eren kan kommunikere med virksomheder på et niveau, hvor man taler i øjenhøjde. Afrundende opkastede Henrik spørgsmålet, om IVK i bund og grund skal ligge under Humaniora; hans egen jobvej havde måske været lettere, hvis IVK lå et andet sted.

## **Oplæg 2: Susanne Boysen, IVK-kandidat og marketingmanager i Swipbox A/S.**

Susanne Boysen afsluttede sin uddannelse i 2014 og fik allerede før sit specialeforsvar sit første job som rekrutteringskonsulent, JKS. Efterfølgende har hun arbejdet i forskellige stillinger ved SwipBox og er nu ansat dér som kommunikations- og marketingchef.

Susanne har spurgt 3 chefer om, hvorfor de valgte at ansætte hende. De har peget på kompetencerne som generalist og på den brede holistisk forståelse. Der er også lagt vægt på, at Susanne har arbejdet med forskellige virksomheder og derfor kan tilbyde en mere omfattende praktisk erfaring. Cheferne har understreget betydningen af selvindsigt – hun ved hvad hun kan og ikke kan - og endelig hendes vilje og evne til at ville lære.

I forhold til udbyttet af sin uddannelse vurderer Susanne, at hun stort set bruger alt, hvad hun har lært i uddannelsens forskellige discipliner. I dag varetager hun således funktioner vedr. pressemeddelelser/PR, digitale og sociale medier, dansk og engelsk tekstforfatning, forandrings-, strategisk- og krisekommunikation, kultur/værdier, storytelling.

Susanne nævner en række ”stopklodser,” hun har mødt i virksomhederne. Eftersom IVK’eren er meget bred, generalisten, skal en virksomhed være indstillet på at ville investere i en. I forhold til de

lavpraktiske ting omkring sociale medier, da har Susanne fået efteruddannelse, og pt er hun i gang med en lederuddannelse. Men hun mangler basisviden i PPT, excel, word og teknisk forståelse omkring website og intranet.

Afsluttende nævner Susanne en række forslag til fremtidens IVK-uddannelse. Bl.a. bør underviserne have praktisk erfaring fra en virksomhed for desto bedre at kunne ruste de studerende til arbejdsmarkedet. I tilknytning hertil forslås at invitere tidligere studerende ind i undervisningen, og få dem til at fortælle om egne jobberfaringer. Derudover skal de studerende bedre informeres om, hvad det vil sige at blive uddannet generalist og i forlængelse heraf peger Susanne på, at netop uddannelsens bredde giver mange arbejdsmæssige muligheder, men det kræver selvindsigt at se dem og kunne/turde udnytte dem.

### **Oplæg 3: Dorte Staun Nielsen, IVK-kandidat og marketingkoordinator i Danish Agro Machinery.**

Dorte Nielsen har efter endt uddannelse i 2016 først været beskæftiget ved DM&E, der er en brancheforening for maskinstationer og entreprenørvirksomheder. Dorte vurderer, at det først og fremmest var hendes erfaring med virksomhedens målgruppe (praktik med byggebranchen og entreprenører og speciale med anlægsgartner-virksomhed), der gav hende jobbet. Arbejdsopgaverne var artikler, sociale medier, hjemmesider, grafisk arbejde, messer, pressearbejde mv. Som eneste kommunikationsmedarbejder og eneste akademiker i virksomheden var fordelene, at paletten af arbejdsopgaver var bred og alsidig og gav stor erfaring. Udfordringerne var især den manglende faglig sparring, og man måtte tro på sig selv og sin kunnen som nyuddannet.

Sit nuværende job i Danish Agro Machinery fra 2017 mener Dorte, at hun først og fremmest fik på baggrund af erfaring i branchen fra tidligere job og ikke mindst netværk, der hjalp til at bane vejen frem. De vigtigste opgaver drejer sig om sociale medier, hjemmeside, koordinator på messer, markedsføringsmateriale mv. Dertil kommer udviklingen af en ny digital strategi. De største udfordringer i jobbet har været/er mangel på oplæring (er learning by doing), meget ansvar, og i forbindelse med den nye digitale strategi forventes, hun er ekspert. Reelt set oplever Dorte, at hun hér er på bar bund. Endelig nævnes stor fokus på marketing, salg og bundlinjen, hvor erfaringerne ikke er store.

Dorte fremhæver, at det hun især har kunnet bruge fra sin uddannelse i sit karrierforløb er erfaringerne fra praktik og speciale samt fagene tekstforfatning og kampagneplanlægning.

### **Oplæg 4: Mie Skougaard Pedersen, IVK-specialestuderende og praktikerfaringer fra SMV-virksomheden Viking Rubber Co. i Faaborg.**

Mie Pedersen fremhævede indledningsvis de meget store forventninger, hun havde til sin praktikperiode. Hun gik ind til opgaven ved at stille al sin viden og sine kompetencer til rådighed for virksomheden og regnede også med, at de ville gøre brug af dette tilbud.

Forud for praktikken havde der været afholdt nogle møder med den praktikansvarlige i virksomheden, hvor arbejdsopgaverne blev fastlagt. Efterfølgende viste det sig dog, at opgaverne alene kom til at omhandle dels en genopbygning af virksomhedens hjemmeside, dels udarbejdelse af et katalog til en messe. I forbindelse med disse opgaver har Mie bl.a. arbejdet med målgrupper for virksomhedens produkter – et arbejde der ikke tidligere har været fokus på.

Generelt har praktikopholdet været lærerigt både i forhold til de konkrete opgaver men også i forhold til indsigt i den organisationskultur, der kendetegner en gammel familievirksomhed. Mie pegede bl.a. på, at i en SMV er kommandovejen meget kort, og hvis man får en idé, kan den umiddelbart forelægges og skal ikke først igennem forsinkende led.

Erfaringer fra praktikken viser, at IVK'ere skal blive bedre til at italesætte og formidle den viden og de kompetencer, de har. Mie henviste i den forbindelse til hendes præsentation i virksomheden: "Det er Mie og hun kan skive tekster". Endvidere peges på, at forventningsafstemningen mellem en SMV og IVK'eren skal forbedres, så begge parter er helt klar over, hvad forløbet skal indeholde.

#### **Oplæg 5: Simon Østergaard, IVK-kandidat fra 2017, men allerede erfaringer fra et par SMV'ere.**

Simon Østergaard fortalte om vejen til sit første job som færdiguddannet IVK'ere gennem et eliteprojekt og et speciale med virksomheden Hesehus A/S og studiejobs som butikskonsulent og instruktør ved SDU. Simon har skiftet arbejde og er nu ved B.E. A/S. Jobbet indebærer en 70/30 fordeling af jobfunktioner mellem kommunikation (hjemmeside, sociale medier, arrangementer, intern kommunikation m.v.) og kontor (ordrebehandling, prisforhandling m. leverandører, procesoptimering, brandslukning m.v.)

Hvis flere IVK'ere skal ansættes i SMV'ere, er der brug for mere sprogundervisning på bacheloruddannelsen. Endvidere for tiltag, der kan fastholde læringen og interessen for sprog på kandidatuddannelsen f.eks. opfordres til at fastholde de sproglige netværk, der måtte være opbygget under bacheloruddannelsen. Simon fremhæver især tysksproglige kompetencer og henviser til det meget store jobmarked, der åbner sig med dette sprog. Endelig nævnes behovet for fortsat bredde og mere fokus på teknologisk udvikling.

#### **Oplæg 6: Bjarne Christensen, ph.d.-studerende, som forsker i mødet mellem kandidater og SMV'ere.**

Bjarne Christensens oplæg tog udgangspunkt i hans ph.d-projekt om humanister og job i små og mellemstore virksomheder med specielt henblik på værdien af den humanistiske abstraktion. Grundlaget for studiet er 3 casestudier af SMV'er, der har ansat deres første humanist og i to af virksomhederne også den første akademiker. Fokus har været på, hvad der sker i mødet mellem humanisten og SMV'eren.

Bjarne indledte med at fortælle om den humanistiske viden i teorien og fremhævede her humanistens evne til at forstå, fortolke, reflektere. Humanisten har også værktøjer, der kan bibringe mere viden om slutbrugeren og kan i forhold til ledelse byde ind med humanistisk indsigt. Humanisten må dog også finde sig i at være betragtet som en "der ikke er penge i".

Det syn på viden, der ligger til grund for afhandlingen, hviler bl.a. på læringsteoretikeren John Dewey og ideen om "learning by doing". Endvidere at viden skaber værdi ved handlinger i praksis og ikke "blot" tænkning. Endelig blev nævnt viden i praksisteorien.

Humanistens opgaveportefølje er centreret omkring alle de arbejdsfunktioner, der ligger i kommunikation og marketing og HR. Virksomhederne ansætter en humanist til at løse disse sædvanligvis på forhånd definerede opgaver med den begrundelse, at de mangler tid; det er ikke for at få ændret praksis eller få mere kvalificerede indspil. Men spørgsmålet er, om opgaverne alligevel udfordres og udvikles af humanisten.

Bjarne nævner, over tid kan det bl.a. konstateres, at et varigt ansættelsesforhold af en humanist betyder, at ledelsen får øjnene op for og anerkender den viden, den højtuddannede besidder, og der opstår et gensidigt ønske om at udfordre og blive udfordret. Endvidere sker der en tættere interaktion og samarbejde bredt i organisationen for at udvikle kendskab til f.eks. branchen, kunder m.v. I virksomheden sker således over tid en udvikling fra den praktiske løsning af opgaverne til at anvende den abstrakte humanistiske viden til udvikling af konkrete måder at arbejde på i virksomheden m.a.o. en forandring af den hidtidige praksis.

I den første case (en håndværkervirksomhed) bidrager den humanistiske viden i praksis til et skifte fra produkt- til menneskefokus. Opgaven går ud på at se på kunden, forstå hans værdier, og hvad det er, han er drevet af, og med den viden at levere produkter, der lever op til kundens behov. Humanisten viser en anden måde at tænke på, en anden tilgang til opgaven, som kan bruges som en styrke i virksomheden.

I den anden case bidrager den humanistiske viden til et skifte fra hurtig handling til reflekteret handling. Med baggrund i en kundekreds af højtuddannede vurderer ledelsen, at humanisten i sin kommunikation med disse kunder er langt mere på bølgelængde, taler samme sprog, har samme krav til indsigt mv. Humanisten har også udarbejdet en langt mere omfattende og reflekteret forretningsplan end den, virksomheden sædvanligvis laver. Endelig oplever ledelsen også, at "kunde problemer" løses bedre af humanisten, der har en anden menneskeforståelse.

Med baggrund i sin nuværende indsigt vurderer Bjarne behovet for en fokusering på den abstrakte humanistiske viden som afgørende for IVK'ernes fremtid i SMV'erne. Men understreger samtidig,

at værdien af den abstrakte viden afgøres af humanistens evne til at omsætte den til konkrete handlinger i praksis.

Afsluttende opfordrede Bjarne til, at studerende så tidligt som muligt i uddannelsen søger samspillet med omverdenen for at opnå ny indsigt, nye erfaringer og dermed ny og større viden.

## **DISKUSSION:**

Den efterfølgende diskussion tog udgangspunkt i spørgsmålet om, hvordan en IVK'er får døren åbnet til en SMV'er.

Indledningsvis anbefalede aftagere, at kandidater skal målrette deres jobsøgning i SMV'erne. Disse virksomhedstyper er vidt forskellige, hvorfor der bør foretages en **segmentering af SMV'erne** og derigennem finde de virksomheder, der har potentiale til at vokse. Det er disse virksomheder, der har økonomi til at ansatte en humanist, og disse virksomheder er interesseret i humanistens ideer og indput til, hvordan virksomheden kan gro.

Generelt mener aftager ikke, at kandidaterne sælger sig selv og sine **kompetencer** godt nok bl.a. pga. usikkerhed om, hvad der egentlig kan tilbydes. En aftager fortalte, at hun havde spurgt en dimittend: Hvad kan du? Og dette spørgsmål kunne han efter nogle minutters betænkningstid ikke besvare. Det blev fremhævet, at kandidaten i mindre grad skal fokusere på en opstilling af alle sine kompetencer, men derimod vise dem ved at kunne spørge ind til virksomhedens udfordringer og drøfte initiativer. Det er vigtigt, virksomheden oplever, at kandidaten har fokus på tiltag, der kan skabe værdi og påvirke bundlinjen.

Aftagersiden pegede endvidere på, at humanistens vej ind i SMV'ere fordrer, at han/hun skal være villig til at påtage sig mange og forskellige slags opgaver, som kan være under ens akademiske niveau eller opgaver, hvor man selv må sørge for sin (op)læring. Hen ad vejen får humanisten vist sit potentiale, f.eks. at man er super god til at skrive tekster men også kan analysere, reflektere og komme med nye indspil. Ledelsen oplever over tid, at humanistens brede kompetencer slår igennem i mange forskellige arbejdsfunktioner og humanisten "vokser". Der sker således hele tiden en progression i forhold til arbejdsopgaverne og på sigt kan der måske foretages et avancement til det strategiske niveau.

Det blev også nævnt, at kandidaten skal være opmærksom på sin adfærd i en SMV'er. En kandidat kan umiddelbart opleve et clash/kulturbarriere mellem sin akademiske verden med meninger, holdninger, teoretisk ballast m.v. og virksomhedens. Det er derfor vigtigt at "nedtone den akademiske kasket" i mødet med SMV'ere. Mange virksomheder ansætter professionsbachelor, netop da deres tilgang er mere direkte hands on; omvendt kan de mangle kompetencer i forhold til at kunne skabe udvikling.

Blandt aftagere var der endvidere fokus på krav til **kandidatens teknologisk/digitale viden**. Det blev fra flere sider fremført, at kandidaterne mangler de basale, tekniske og digitale kompetencer,

som kan være nødvendige i konkrete arbejdsopgaver og i kommunikationen med andre samarbejdspartnere. Der blev peget på manglende viden i PPT, InDesign, Fotoshop, Excel m.v. Det blev derfor foreslået at integrere basisværktøjerne i undervisningen og i tilknytning til konkret opgaveløsning, skal krav til digitale kompetencer være inkorporeret. Underviser i uddannelsesrådet bemærkede, at kravene til underviser efterhånden er voldsomt ekspanderende: forskningsbaseret undervisning, praktisk erhvervserfaring og nu også krav til digitale kompetencer. Spørgsmålet er hvor meget en underviser egentlig skal kunne.

En aftager nævnte, at hendes SMV-erfaring var, at virksomheden forventede, hun på forhånd besad de basale digitale kompetencer. Der blev også peget på virksomhedens fokusering på bundlinjen, hvor en ansøgers digitale kompetencer kan udnyttes af virksomheden her og nu. Andre aftagere mente ikke, det er muligt at rumme også denne viden, og pga. den konstante udvikling på det digitale område, vil undervisning alligevel være forældet, når kandidaten kommer ud i virksomheden. I forlængelse heraf vurderes, at den studerende må lære (selv) ude på virksomheden og herefter selv holde sin digitale viden ajour.

Aftagere fremhævede endvidere betydningen af **Nysgerrighed**. Kandidaten får gennem sin brede generalistuddannelse kompetencer i forhold til at analysere, reflektere mv. og skaber herigennem sin viden. Åbenhed og især nysgerrigheden og evnen til at stille de rigtige spørgsmål er katalysatorer for at få brugt og udviklet disse kompetencer. Aftagere efterlyser i højere grad at se nysgerrigheden hos kandidaterne. Aftagere mener bl.a. derfor, at studiet i højere grad skal bane vejen ud i forskellige **erhvervsnetværk**, hvor der netop spørges: Hvordan gør du? Der henvises herunder til erfaringer fra CBS, hvor mange af underviserne ved af siden af deres arbejde også er konsulenter for virksomheder. Dette giver dem et meget stort netværk, som også er til gavn for de studerende.

Afrundende efterlyste aftagere en mere positiv tilgang til jobåbninger fra kandidaternes side, også når jobmuligheden ikke ligger lige rundt om hjørnet. Aftager fra det sønderjyske område fortalte bl.a., at han gennem længere tid har søgt en kommunikationspraktikant, men ingen ønsker at tage rejsen dertil. Praktikstedet har tilbudt en erkendtlighed, der vil dække transportomkostningerne, men heller ikke dette tilbud har fået stillingen besat. IVK's studieleder kunne bekræfte, at selv et praktikophold med udsigt til job i det sønderjyske ikke har kunnet besættes. Der er således brug for en større **geografisk fleksibilitet** hos kandidaterne.

Mødets budskab til kandidaterne:

”Gå målrettet efter de SMV’er med potentiale til at blive større. Dyrk nysgerrigheden og tag fat i de forskellige udfordringer, der kommer, og præg dem med de indspil, refleksioner, analyse mv., som kun den brede humanist kan”.

Næste møde i uddannelsesrådet afholdes **onsdag den 21. november** kl. 15-18 på SDU, Odense

