
Referat Uddannelsesrådsmøde

Deltagere

- Brand Manager Finn Jernø Pedersen, Phønix Tag Materialer A/S (e-mail: finnjerno@gmail.com)
- Direktør, Carsten Vikkelsøe, UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole (e-mail: cavi2@ucl.dk)
- Rikke Dalager (e-mail: rikkedalager@gmail.com)
- Kommunikationskonsulent Lene Grønvald, OUH Odense Universitetshospital (e-mail: lene.gronvald@gmail.com)
- Communications Specialist Anne Christoffersen, Fazer Food Services (e-mail: anne-moerk@live.dk)
- Teamkoordinator for Bosætning og Branding, Rune Højer, Aabenraa Kommune (e-mail: runehj@hotmail.com)
- Forbundsformand Per Lindegaard Hjorth, Forbundet Kommunikation og Sprog (e-mail: plh@kommunikationogsprog.dk)
- Kommunikationskonsulent og Lektor Stine Harboe Petersen, KEA – Københavns Erhvervsakademi (e-mail: stijj@kea.dk)
- Lektor og studieleder Flemming Smedegaard, IVK, Odense (e-mail: fsm@sdu.dk)
- Lektor og studieleder Heidi Hansen, IVK, Slagelse (e-mail: heidi@sdu.dk)
- KA-studerende Maria Louise Lidsmoes (e-mail: malid16@student.sdu.dk)
- BA-studerende Julius Munk Knudsen (e-mail: juknu17@student.sdu.dk)
- Communication partner Anja Viberg Jackson, Novo Nordisk (e-mail: avje@novonordisk.com)
- Head of product Lene Damgaard, I Hesehus (e-mail: lenebdm@hotmail.com)
- Leder Morten Thrysoe, Mølholm Forsikring IT (e-mail: fam.thrysoe@gmail.com)
- Studienævnsekretær Isa Egholm Christensen (e-mail: isa@sdu.dk) (referent)
- Alumnekonsulent hos SDU RIO, Peter Olander (pol@sdu.dk) (oplægsholder)
- Mie Wittrup (miewittrup@hotmail.com) (oplægsholder)

Afbud

- Director of International Sales, Marketing og HR, Birthe Tofting, Vola A/S (e-mail: bt@vola.com)
- Specialkonsulent i kommunikation, Lone Hoelgaard Havmand, Professionshøjskolen Absalon (e-mail: lonehoelgaard@gmail.com)
- Leder Peter Hansen, Regionskontor og Infocenter, Padborg (e-mail: ph@region.dk)
- Communication manager Ulrik Grimstrup, Københavns Universitet (e-mail: ulrik.grimstrup@adm.ku.dk)
- Seniormedlem af uddannelsesrådet Dorthe Bernt Andersen, (e-mail: dba2008@live.dk)
- Lektor og studieleder Marianne Ankjær Institut for fagsprog, Kommunikation og Informationsvidenskab, Kolding (e-mail: marianne@sitkom.sdu.dk)
- Specialkonsulent, presse- og kommunikation Jakob Gandløse Jensen, Region Sjælland (e-mail: jakoje@regionsjaelland.dk)
- Kommunikations- og marketingansvarlig Stine Poulsen, PRIMA FÆRDIG HÆK (stine@primafaerdig.dk)
- Kommunikationschef Jens Degn, VUC Syd (e-mail: jed@vucsyd.dk)
- Direktør Fanny Villadsen, Odsherred Forsyning (e-mail: fv@odsherredforsyning.dk)
- Digital udviklingschef Nikolaj Rendtorff - DSB (e-mail: n_rendtorff@hotmail.com)
- Kommunikationskonsulent Peter Lagoni Garbøl, UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole, Odense (e-mail: pwlbg@ucl.dk)
- Rekrutteringskonsulent Jeppe Secher, Jobindex (e-mail: jeppe.secher@gmail.com)
- Digital projektleder Niels Christian Laursen, STEP A/S (e-mail: ncl@ncllaursen.dk)

1. Velkomst v/studieleder Flemming Smedegaard

Flemming Smedegaard (FSM) bød deltagerne i IVK's uddannelsesråd velkommen, hvorefter der var en kort præsentationsrunde. Uddannelsesrådsmødet er det 29. af slagsen siden 2005.

Mødet er blevet udskudt pga. corona, og afholdes af samme grund online. Den Pædagogiske formiddag og dimensionerne afholdes ligeledes online. I efteråret er det muligt at gennemføre noget undervisning fysisk, mens andet bliver online. Det bliver en udfordring at samle alle de studerende til studiestart, da IVK har mange studerende, og afstandskravene skal overholdes.

2. Organisering af IVK's alumneaktiviteter

Hidtil har IVK ikke haft nogen formel organisering af kontakten til alumner, selv om der altid har været meget kontakt til alumner, men det er foregået uofficielt via Flemmings og andre underviseres netværk. Der er behov for en mere formaliseret og mere langsigtet organisering af alumneaktiviteterne, så det ikke alene er baseret på de helt personbårne netværk.

2a) Oplæg ved Peter Olander, Alumnekonsulent hos SDU RIO

Peter startede sit oplæg med at fortælle, at han er ansat til at udrulle en infrastruktur for alle studier på SDU, der kan have en interesse i en fælles platform ([Alumnet](#)) for sine alumneaktiviteter. Der er i øjeblikket 12.500 medlemmer i alt fordelt på de fem Fakulteter; 307 er registreret på IVK.

Det centrale arbejde hviler på en forestilling om at ville opbygge en relation til alumnerne på baggrund af en gensidig værdi mellem alumnerne og SDU. Så SDU stiller forskning og viden til rådighed, og faciliterer de faglige netværk, men omvendt ønsker SDU også at alumnerne bidrager med erfaringer fra erhvervslivet, der kan bruges til at styrke uddannelserne, og de studerendes mobilitet.

SDU rekrutterer, engagerer og involverer alumnerne gennem flere tiltag:

- Adgang til netværk på [alumnet.sdu.dk](#)
- Adgang til mentorordningen for studerende og nyuddannede (de studerende bruger det ofte som en del af deres Karriereforbereende forløb, hvor de også er i praktik)
- Gratis, onlineadgang til faglige tidsskrifter, bøger og databaser
- Specialaftale med Folkeuniversitetet
- Karriereorienterede arrangement for nyuddannede
- Markedsføring af efter- og videreuddannelse
- Oplægsholdere om karriereveje
- Aftagerpaneler
- Undersøgelser m.v.

De centrale tilbud er meget brede, eftersom de prøver at ramme en bred målgruppe; fra dimittender til ældre alumner, ligegyldigt, hvor de er i karrieren. I en undersøgelse fra 2015 svarede alumnerne, at de ønsker nære faglige arrangementer, hvorfor studiespecifikke alumneforeninger kan være en fordel. På Alumnet kan man samle sit netværk/forening, og det kan integreres med f.eks. LinkedIn. Endvidere kan man udpege flere administratorer, så alumnerne selv kan styre siden. Man kan ikke få systematisk data ud af LinkedIn, men det kan man fra denne platform. Tidligere sendte man mails til alle dimittender, men nu er det op til bl.a. studierne at udbrede kendskabet til platformen.

Uddannelsesrådet spurgte ind til, hvad det er det for noget data SDU skal bruge? Det drejer sig primært om de nyuddannedes beskæftigelsessituation og hvilke typer job de får, for at kunne målrette Efter- og videreuddannelserne. Det er ydermere, fordi universiteterne måles på, hvor hurtigt dimittenderne kommer i job (nøgletal).

FSM bad studienævnssekretær, Isa Egholm Christensen (IEC), der også er formand for Alumneforening for Religionsstudier, SDU om at fortælle om sine erfaringer med at stifte en alumneforening, og hvorfor Religionsstudier har stiftet en forening. Det var et ønske både fra studienævnet, alumnerne og studerende, at der blev oprettet et sted, hvor der er mulighed for at få faglig sparring, og høre om, hvad der sker af ting på det studie, som man har brugt så mange år på. Religionsstudiers alumneforening har konstitueret sig på en generalforsamling, valgt bestyrelse, samt vedtaget vedtægter for foreningen. Det er planen at afholde to arrangementer om året, hvor der bl.a. er oplæg fra undervisere på studiet, alumnerne selv og tid til netværk. Udfordringen har været at tiltrække de ældre alumner, og til en start har det primært været nyere alumner, der har taget del i interessen. Foreningen er ligeledes ved at undersøge muligheden for at samle sin kommunikation og aktivitet på Alumnet, men idet foreningen er ny, er det hele stadig under udarbejdelse.

2b) Drøftelse af alumneaktiviteterne

Uddannelsesrådet diskuterede i forlængelse af oplæggene, om IVK skal have sin egen alumneforening, samt hvorvidt Alumnet kan bruges til at etablere og samle et netværk i den forbindelse.

Det var Uddannelsesrådet samlede opfordring, at aktiviteterne målrettes dimittenderne, da det er dem, der har det største behov for en stadig kontakt til studiemiljøet og en konkrete faglig sparring.

Rådet påpegede, at der er en udfordring i at få de noget ældre alumner med, særligt fordi man senere i sit arbejdsliv ikke har brug for den samme faglige sparring, som lige da man kom ud på arbejdsmarkedet. Da man ikke uddanner sig til en konkret stilling som IVK'er, men tværtimod favner bredt, så handler det senere hen ikke så meget om, hvad man engang tog en uddannelse i, men man har en større tendens til at være med i et netværk, hvis der er en fælles interesse. Rådet tvivler derfor på, at éns IVK-uddannelse er nok til at binde folk sammen i en forening, samt at det er personbåret af FSM, og det kan et netværk ikke erstatte. Eftersom der er mange netværk at konkurrere med, og man som alumne har en sparsom tid, fremhævede rådet specielt, at det er vigtigt at tydeliggøre "what's in it for me", hvis man skal være med i en alumneforening. Hertil blev det fremlagt, at der modsat på Religionsstudier, er mange forskellige netværk, som man kan deltage i, hvis man har læst IVK. FSM fortalte ligeledes, at alumnerne tidligere spillede en stor rolle i IVK-dagen, men at den nu primært er for de nuværende studerende. Hertil diskuterede rådet, at der også skal være nogen til at drive og facilitere netværket, og det kræver ressourcer.

Rådet synes, at platformen er fin, men man skal rammesætte den dialog, der skal være, så man ikke blot stiller platformen til rådighed. Der er så man steder, som man kan være på i disse dage, så her skal der være noget, der trækker. Det er ikke nok, at platformen bliver en slags opslagstavle, hvor der ikke er nogen interaktion mellem brugerne. Platformen har dog mulighed for en chatfunktion, og man kan lave undergrupper inde på selve siden for studiet, hvis man vil.

FSM vil efter rådets diskussion og overvejelser gå videre med alumneaktiviteter i relation til studerende, der er ved at afslutte deres uddannelse, samt dimittender; herunder hvordan Alumnet kan bruges i den forbindelse.

3. Generation Z i uddannelse og job: Nye udfordringer og nye muligheder

Generation Z eller The Millennials beskrives ofte som en generation med fokus på succes og selvrealisering. De er identitetsprojekter i konkurrence med sig selv og hinanden. De er vokset op i et rigere samfund end de foregående generationer og stiller derfor større krav både til sig selv, deres uddannelse, deres arbejdsplads og til samfundet som helhed. Opvæksten har været tryk og fuld af optimisme, og familierne har brugt deres energi på at skabe de bedste betingelser for børnene. Generation Z er vant til støtte, dialog og medbestemmelse, hvilket har affødt begreber som ”trofæbørn” og ”curlingbørn”.

Det er generation Z, der nu har indtaget universitetet, og de er godt på vej ud i virksomhederne. De er en generation, som er vant til at have indflydelse hos forældre og i hjemmet. Deres skolegang har været præget af fokus på talent og den enkeltes udvikling fremfor kollektivet. De stiller derfor krav om, at universitet og arbejdsgivere tilbyder konstant feedback og mulighed for advancement på arbejdspladsen. Det betyder ikke, at de vil være i centrum, men de vil have opmærksomhed.

De stiller høje krav til universitet og deres kommende arbejdsplads, som skal gøre mere for at tilpasse sig Z'erne end omvendt. Generation Z er netværkere og bruger meget energi på at vedligeholde og udvide det, og kan derfor på kort tid aktivere og mobilisere en stor kontaktflade, hvilket kan være en enorm ressource både i et studium og på en arbejdsplads.

3a) Oplæg ved Mie Wittrup, Cand. Negot i Human Ressource Management med Spansk

Mie indledte sit oplæg med at fortælle, at dét at lede Generation Z (herfra z'er) er ligesom at afholde 100 meterløb for folk uden retningsans. I 2023 vil hver fjerde medarbejder være en z'er, hvorfor det er relevant og aktuelt at tale nærmere om netop deres plads på arbejdsmarkedet.

Z'erne er født fra 1995 til starten af 00'erne, og omtales ofte som værende digitalt indfødte, da de er født ind i en tid med internet, mobiler, sociale medier osv. Den fysiske tilstedeværelse er ikke vigtigere end den virtuelle for en z'er, og de er mere omstillingsvante end omstillingsparate, eftersom de er vant til at forandringens vinde blæser med orkanstyrke (der sker forandringer hele tiden).

Mie slog derefter ned på fire centrale punkter i relation til de ledelsesudfordringer man kan stå med:

En mig-mig-mig generation eller en vi-vi-vi generation?

Z'erne er sociale og fællesskabsorienterede individer, hvilket nok skyldes de digitale medier, eftersom der har altid været nogen i den virtuelle verden. På arbejdsmarkedet vil de også gerne være en del af fællesskabet, både fagligt og socialt. Lederen må meget gerne være en facilitator for fællesskabet, og sikre, at z'erne bliver en del af fællesskabet på arbejdsmarkedet. Z'erne er i høj grad en vi-generation med individualistiske træk indover, da det handler om, at arbejdet skal give mening for den enkelte.

Feedback, anerkendelse og likes:

Feedbacken skal være konstant og øjeblik, da det er det som man er vant til i form af likes på de sociale medier, og i skolen får de en hurtig og individuel feedback. Feedbacken skal desuden være frekvent: Det er f.eks. ikke nok for en z'er kun at få feedback årligt til en MUS-samtale. Hertil skal feedbacken være konkret, håndgribelig og så opgavenær som muligt, samtidig med at den hjælper til udvikling af den enkelte.

Hvad kan I tilbyde mig?

Flere af z'erne har denne attitude, og siger det til jobsamtalen. Virksomhederne skal gøre sig attraktive over for dem – førhen var det omvendt. Z'erne har ikke blot et arbejde, men er et arbejde, og grænsen mellem privat- og arbejdsliv eksisterer derfor ikke. De vægter det fleksible arbejdsliv, og udfordringer og udvikling inden for trygge rammer er en nødvendighed. De vil altså udfordres på tilstrækkeligvis, men ikke for meget. Kommer man for langt ud på dybt vand, er det vigtigt at lederen er der for dem og med dem. Det er derfor en vekselvirkning mellem rammer og fleksibilitet. Det er essentielt at finde ud af, hvad virksomheden kan bidrage med af udfordringer og udvikling. Z'erne udfordrer enormt gerne virksomhedernes praksisser, og stiller sig kritisk overfor dem. Deres arbejde skal gerne bidrage til en større samfundsmæssig kontekst, eller i hvert fald give mening for den enkelte.

Forholdet til lederen

Z'erne søger respekt i deres forhold til lederen – ikke autoritet og hierarki. Dette vindes gennem troværdighed, ved at være til stede, og ved at gå forrest samt vise en oprigtig interesse i medarbejderen. Z'eren har et ønske om et tæt forhold med tillid, troværdighed og tilnærmelsesvis venskab med lederen.

3b) Dialog om de udfordringer og muligheder Generation Z stiller universitetet og arbejdspladserne overfor

Rådet spurgte ind til, hvordan forholdet til kollegaerne er på arbejdspladsen. Mie fortalte, at idet fællesskabet betyder rigtigt meget, så er forholdet til kollegaerne også vigtigt. Men de har måske brug for lidt træning i at indgå i fællesskaberne, og det er her lederen skal gå forrest. Z'erne søger desuden meningen fra starten i deres job, og det er også derfor man oplever kortere ansættelsesperioder.

Endvidere interesserede rådet sig for, om virksomhederne bør tage højde for alle disse forhold.

På den ene side er man nødt til at imødekomme nogle af disse ønsker, særligt når z'erne om fire år udgør en fjerdedel af al arbejdskraften, men omvendt skal z'erne også lære at tilpasse sig arbejdsmarkedet.

Rådet påpegede, at sandheden er, at 90% af éns arbejde er almindelige driftsopgaver, og ikke udviklingsopgaver, så det interessante bliver, hvordan adaptationen til de uundgåelige driftsopgaver forløber. Mie understregede, at man i så fald kan arbejde med individuelle planer for at motivere z'eren.

Rådets kan nikke genkendende til flere ting ud fra sine egne erfaringer med z'ere på arbejdspladsen. F.eks. kan det være nødvendigt at forklare dem, at der er et mødetidspunkt, og man ikke kan melde sig syg fordi man har en off-dag. De forstår det dog ofte med en forklaring, men man skal forklare mere end man skal med de tidligere generationer. Hvad der er commonsense for en garvet medarbejder, er nødvendigvis ikke commonsense for en nyuddannet z'er. En fast mødetid er i strid med fleksibiliteten, hvorfor z'eren netop har brug for en forklaring, for at se meningen i dette. En anden at rådets medlemmer oplevede under corona, at det var z'erne, der blev mest ramt, fordi de i højere grad savnede det sociale fællesskab. Rådet diskuterede, at det i høj grad handler om at rammesætte forventningerne, og skabe gode relationer på tværs af generationerne. Det blev bl.a. forslået, at man kan arbejde med en mentorordning mellem den ældre og yngre generation, som flere har haft gode erfaringer med. Herudover oplever flere også, at z'erne bringer mange nuancer i spil, når de er på arbejde, hvilket kan være en styrke for arbejdspladsen, men at de netop derfor har brug for mere vejledning.

Mie forklarede, at for en z'er er universitetet meget struktureret og systematiseret, og flere ønsker fleksibiliteten i hverdagen. Man kan føle sig som én blandt flokken, men nogle føler, at de forsvinder, hvis de ikke ses som individ – og det relaterer tilbage til behovet for feedback.

Som praktikvejleder oplever FSM misforståelserne mellem arbejdsstederne og praktikanterne, som ofte bunder i den manglende feedback. Der er ikke en ordentlig forventningsafstemning omkring, hvad der er af tid og muligheder for feedback, og dermed føler praktikanten (z'eren) sig ikke set af praktikstedet.

Mie har desuden udviklet et online kursus bestående af to moduler om at lede z'erne. Hvis man er interesseret, kan Mie kontaktes her: miewittrup@hotmail.com

Mødet sluttede kl. 17.32.

Næste møde vil blive afholdt i februar – dato følger.

Flemming Smedegaard
Studieleder

Isa Egholm Christensen
Studienævnssekretær