

Referat

Mødetidspunkt	4. oktober 2022 kl. 14.30 - 17.00
Mødested	Hobrovej 85, 9000 Aalborg
Lokale	CHV 1.0.11 (ved siden af Servicecenteret)
Referent	Rikke Schouboe Larsen (rsl@ucn.dk)
Deltagere	Christian Warming (cw@aalkat-gym.dk) Lone Damgaard Knudsen (ldk@ah.dk) Hans Peter Wolsing (hpw@startinfo.dk) Ella Turin (1084857@ucn.dk) Torben Gregersen (tog@ucn.dk) Jens Uggerhøj (jens@uconnect.dk) Sune Andersen (suan@davafoods.com) Mads G. Ruby (mgr@jyskanalyse.dk) Mette Dietz Lilkær (mdl@portofaalborg.com) Rikke Vestergaard Matthiesen (rikkevm@mp.aau.dk) Claus Jensen (clje@ucn.dk) Karen Rubæk (kru@ucn.dk)
Fraværende	Sebastian Vaajakari (sv@ultraaqua.com) Jens Kjær Sørensen (jks@ucn.dk) Malene Gørtz Søberg Blond (mabl@ucn.dk)
Afdeling	Uddannelsesudvalget for Eksport og Markedsføringsuddannelserne

1. Godkendelse af dagsorden

2. Kort præsentation af uddannelsesudvalget

Udvalget har fået et nyt medlem, så udvalgets medlemmer lavede en kort præsentation.

Lone Damgaard Knudsen er uddannelseschef hos HHX Thurøgade. Lone er ny i udvalget.

Christian Warming – Rektor på Aalborg Katedralskole. Han er repræsentant for fødekæden.

Hans Peter Wolsing – leder hos StartInfo. Han har og arbejder med en iværksætterportal.

Ella Turin – Studerer eksport og teknologi på 5. semester

Torben Gregersen – underviser og medarbejderrepræsentant for underviserne på International Handel og Markedsføring.

Jens Uggerhøj – sidder som repræsentant for erhverv Nord Danmark. Han er professionel bestyrelsesformand.

Sune Andersen – Marketingschef hos DAVA Foods, Hadsund.

Mads G. Ruby managing director hos Jysk Analyse.

Mette Dietz Lilkær – Market Analyst and Strategic Marketer ved Port of Aalborg.

Rikke Vestergaard Matthiesen – Studienævnsformand fra Aalborg Universitet. Kommer fra institut for Materialer og Produktion

Karen Rubæk – Uddannelsesleder for markedsførings- og serviceøkonomuddannelserne

Claus Jensen – Uddannelsesleder for 5 top-up uddannelserne på UCN Business

Rikke Schouboe Larsen – Studiesekretær og koordinator for top-up uddannelserne Innovation og Entrepreneurship, International Handel og Markedsføring samt E-handel.

3. Orientering og status fra Karen

Kort update på uddannelserne Markedsføringsøkonom og Eksportbachelor

Oversigt over optag er vedlagt dagsordenen (Bilag 1 og 2)

Karen har overtaget Serviceøkonomuddannelsen efter at uddannelseslederen for uddannelsen stoppede før sommerferien. Det betyder, at Eksportbacheloruddannelsen er overgået til en anden uddannelsesleder, Malene Gørtz Søberg Blond. Malene har i forvejen Administrationsbachelor- samt Natur og Kulturbacheloruddannelserne. Dermed har UCN Business valgt at samle de 3-3½ årige bacheloruddannelserne under samme leder.

Malene, Karen og Claus er ved at finde en løsning på, hvordan de deltager i uddannelsesudvalget, så det ikke bliver for tungt.

Der har været en god drøftelse af hvorfor Markedsføringsøkonomuddannelsen og Serviceøkonomuddannelsen er blevet lagt sammen. Uddannelserne minder meget om hinanden også i forhold til optag og uddannelsernes opbygning.

Der er fuldt optag på Markedsføringsøkonomuddannelsen i Aalborg, man pga. for få ansøgere, så er der ikke startet et hold op i Thisted. For nuværende er der kun 4 studerende, som går på 3. semester i Thisted.

På Eksport og Teknologiuuddannelsen er der optaget 16 studerende, hvilket er et meget lille optag også set i forhold til at det er en 7-semester uddannelse (3½ år).

Indtil 2018 var det kun en engelsksproget uddannelse. Herefter har der været både et dansk og engelsk optag. Fra efterår 2022 har vi ikke mulighed for at optage engelske studerende, og derfor er der kun ét lille hold på uddannelsen i år.

Der er sat gang i en optagelsesproces, hvor der bliver kigget på, hvordan man kan rekruttere flere studerende både til eksportbacheloruddannelsen men også i forhold til optag til uddannelserne i Thisted.

Markedsføringsuddannelsen er den 8 største uddannelse i Danmark. Uddannelsen bliver oftest "solgt" via nuværende eller tidligere studerende som har læst på uddannelsen og det er ikke et problem at rekruttere studerende her.

Rekruttering

UCN stod til at miste ca. 450 internationale studerende i 2022. Den virkelighed har UCN forsøgt at agere i og det svarede til ca. 16 internationale hold.

UCN har forsøgt at konvertere 16 hold til 8 nye hold i en eller anden form.

Det er lykkedes at konvertere til 7 nye hold, som alle er udbudt på dansk.

På top-up har man oprettet 3 nye hold, hvor 2 af dem er online udbud på dansk. På de forskellige onlinehold vælger de studerende at deltage, når undervisningen foregår, selv om det reelt kan vælge at se optagelsen senere. Set i forhold til GDPR, så er det sådan, at når man søger ind på en online uddannelse, så accepterer man også at deltage i en online undervisning, der bliver optaget.

Dermed er den ene del af opgaven med at konvertere til nye hold lykkedes rigtig godt.

Det er også lykkedes at ramme et fornuftigt i forhold til STÅ indberetningen og de indtægter, som man kalkulerede med. Ud af et budget på 140 mio. kr. skød man "kun" ca. 0,75 mio. kr. under.

Desuden er stort set alle uddannelser i mål med optaget på Businessuddannelserne. Det meget få uddannelser, hvor optaget har ramt ved siden af.

Ansættelse af ph.d. i salg:

Før sommerferien fortalte Karen, at UCN i samarbejde med AAU ved at ansætte en ph.d. i salg. Rikke Carlé er blevet ansat som forsker i stillingen. Rikke er ansat som adjunkt på Markedsføringsøkonomuddannelsen, og har orlov fra stillingen i perioden.

Excel kursus i forbindelse med studiestart

Markedsføringsøkonomuddannelsen har tilbudt et frivilligt 2 dages Excel-kursus umiddelbart efter opstart. Ud af 155 studerende er der ca. 140 personer som har deltaget. Uddannelsesudvalget har på et tidligere møde italesat behovet for IT-kompetencer i Excel, så der er udbredt tilfredshed med oprettelse af kurset.

4. Orientering og status Claus

Kort update på International Handel og Markedsføring

Oversigt over optag er vedlagt dagsordenen (bilag 3)

De er optaget 41 studerende på International Handel og Markedsføring. Tidligere var de studerende delt på 2 hold, men i år er de samlet på ét hold, for at prøve nogle ting af i forhold til setup og tilgang.

Torben Gregersen, som er underviser på uddannelsen, gennemgik kort opbygningen af uddannelsen, som i dag arbejder mere med temaer og emner i stedet for fag.

På den måde kan undervisning om forretningsmodeller indeholde både økonomi, supply chain osv. i samme lektion.

Herudover er der meget fokus på trivsel, da man er sikre på at trivsel skaber bedre læring. Der er stort set altid 2 undervisere på, og der kan opstå en god pingpong i forhold til de forskellige input og dialoger, som foregår. Der er en utrolig god dynamik og de studerende er trygge i at "sænke parametre".

De studerende bliver udfordret og spillet op imod virksomheder fra uddannelsens start, og på den måde håber og tror man at de studerende tager større del i undervisningen, når de har referencer til virksomhederne.

For at kvalitetssikre uddannelsen og den nye læringsform, så har teamet omkring uddannelsen kigget meget på det fag-faglige indhold holdt op mod læringsmålene. Der er som sådan ikke noget pensum, men der er en national studieordning, der sætter rammen. På ISM-uddannelsen er der læringsmål, men det er helt op til den enkelte uddannelse at beslutte, hvordan man opnår målene.

Uddannelsen arbejder også med værktøjsfag. Der er 3 forskellige outputs, som de studerende skal arbejde med inden de skal aflevere deres output. Det enkelte output taler direkte ind i det enkelte værktøj. De tre værktøjsfag er videoproduktion, pitch og præsentation samt Excel.

Generelt er det vigtigt, at uddannelsen er sikre på, at værktøjskassen er fyldt godt op, og at de studerende kan bruge dem korrekt og ikke er bange for at træde ud over kanten.

Noget andet, man også arbejder med på uddannelsen, er, at der er mulighed for at lave differentierende undervisning, ved at trække de studerende ud, som måske ønsker en lidt mere grundig gennemgang af enkelte elementer i undervisningen.

Adgangsgivende uddannelser

Claus arbejder med at bryde op med, at det kun er enkelte uddannelser, som skal være adgangsgivende til bestemte top-up uddannelser.

Det er ønsket og håbet, at der på sigt bliver åbnet for, at alle merkantile grunduddannelser kan søge ind på bl.a. International Handel og Markedsføring (i dag er det kun markedsføringsøkonomuddannelsen som er direkte adgangsgivende)

5. TEMA: Hvorledes skaber vi viden og udvikling sammen?

På baggrund af en kort indflyvning om Strategi 2030 og UCN's mission om at udvikle Nordjylland, ønsker vi en drøftelse af, hvordan vi sammen kan skabe den viden og udvikling, der er nødvendig.

Temaet er tilrettelagt som en workshop, der tager udgangspunkt i nedenstående spørgsmål.

- 1) Hvordan arbejder I med udvikling i jeres virksomhed?

Hjælpe spørgsmål:

Opstår udviklingsopgaver styret, spontant, tilfældigt eller af nød?

Er udvikling en opgave placeret i en særlig afdeling?

Hvem sætter udviklingsopgaver i gang?

Hvordan er processen fra idé til udvikling og endelig drift?

- 2) Hvordan finder I samarbejdspartnere til udviklingsprojekter?

Hjælpe spørgsmål:

Finder I dem, eller finder de jer?

Tilfældigt eller systematisk?

- 3) Hvordan bliver vidensudvikling til værdiskabelse i jeres virksomhed?

Hjælpe spørgsmål:

Hvad betyder det, at noget skaber værdi?

Hvor kobler ny viden til forretningsudvikling og forretningsforståelse?

Udvalget gik ud i 3 grupper og drøftede ovenstående spørgsmål

Kort opsummering fra grupperne:

Udgangspunktet for arbejdet er virksomhedens vision.

Der bliver sat nogle overordnede mål op for, hvad man vil (strategi).

På af det overordnede mål bliver der sat nogle delmål. Det kunne være økonomi, marketing osv. som leder hen mod de overordnede mål. Der vil typisk være en tidsramme, delmål osv.

Ad hoc udvikling: Basis skal være i orden for at man kan drive udvikling. Hvis ikke fundamentet er på plads, så skal der ske en justering, for at der kan ske en udvikling.

"Tvang" er også en del af det at sikre viden (så det ikke kun er én som ved noget). Der skal være flere som ved noget om forskellige områder.

En mulighed er at nedsætte et "Innovationsboard" – hvor der er personer, som er med til at udvælge hvilke områder, der skal udvikles på, da det er umuligt at nå alle ideer. Her kan man rangere de forskellige ideer ud fra nogle kriterier, og udvælge det der er allerbedst. Nogle gange kan det også være en ide at udarbejde en risikovurdering og/eller en værdivurdering set i forhold til virksomheden.

Som virksomhed skal man være opmærksom på, at det tager tid at sætte nye tiltag i gang og få det implementeret.

Generelt skal UCN sætte en målsætning op for, hvad man vil. Dette ender ud i en strategi. Sæt jer nogle delmål, og sørg for at være synlige i de forskellige netværk.

Når man har sat et mål, skal man gå direkte efter det for at sikre, at arbejdet bliver bedst muligt.

I en større organisation (personalemæssigt set) er det vigtigt, at man har nogle elementer, der er styret – men samtidig er det også vigtigt, at der er plads til de forskellige ildsjæle, som brænder for at sætte i gang og udvikle.

Det er vigtigt at man også kigger på at finde de "rigtige samarbejdspartnere", få defineret hvem de er og hvordan kan de hjælpe.

Samarbejdspartnere er essentielle på alle niveauer, og det vidensudvikling i virksomheder sker ofte gennem partnerskaber. Invitationer til partnerskaber sker på baggrund af performance, og man skal blive "et navn" i branchen, for at man bliver inviteret ind. Det samme gælder for UCN – UCN skal fastslå sin position, så skal virksomhederne nok selv invitere til samarbejde.

I forlængelse heraf påpeger udvalget, at det er svært for dem at vide, hvad man på UCN er gode til, og hvad man gerne vil samarbejde om.

6. Mødekalender 2023 (16.40 – 16.50)

Planlægning af møder for 2023

Tirsdag d. 20. juni kl. 14.30 – 17.00 og tirsdag d. 19. september kl. 14.30 – 17.00

Rikke indkalder via Outlook.

7. Næste møde 1. marts 2023 kl. 14.30 – 17.00

Lokation er endnu ikke fastlagt, men har du/din virksomhed lyst til at lægge lokaler til, så tager vi meget gerne imod.

8. Eventuelt