

COMPAN **YOUNG**



FLERE 23

LÆREPLADSER

April 2023 (3. udgave)

Udgivet i samarbejde mellem
CompanYoung og Edura - April 2023



Kristian Stagis
kst@edura.dk
+45 4280 3205



Jacob Friis Pedersen
jfp@companyoung.com
+45 4243 6263



Nyt katalog i 2023

Siden 2021 har vi udgivet et inspirationskatalog med trepartsindsatser, som kan bidrage til skabelsen af flere lærepladser i Danmark. Nu er vi klar med et opdateret katalog for 2023.

Vi har siden 2021 udgivet et katalog med trepartsindsatser, der blandt andet kan bidrage til at skabe flere lærepladser i Danmark. Og vi er nu klar med en opdateret udgave af vores katalog for 2023.

Vores indsatser og idéer er baseret på vores erfaring, vores igangværende projekter samt dialoger med faglige udvalg, sekretariater og erhvervsskoler. Vi har gennemført en række projekter med faglige udvalg siden 2020 og har gang i flere spændende projekter. Det placerer os i en god position, hvor vi kontinuerligt lærer af arbejdet med at skabe flere lærepladser og supportere den konstante kvalitetsudvikling, der sker i uddannelsessektoren.

Fra mangel på lærepladser til mangel på lærlinge. En af de tendenser, som pt. har vores fulde opmærksomhed er, at Danmark længe har kæmpet med mangel på lærepladser til unge, der ønsker at tage en erhvervsuddannelse. Men på rekordtid er der imidlertid sket en bemærkelsesværdig ændring, hvor udfordringen nu er mangel på lærlinge. Dette kræver en større indsats for at tiltrække og rekruttere lærlinge, som kataloget også bærer præg af.

Vores Treparts-katalog er udviklet af vores konsulenter og rådgivere, der tilsammen har over 40 års praktisk erfaring med rådgivning, digitalisering og optimering af uddannelsessektoren. Vi håber, at vores katalog kan hjælpe med at skabe flere lærepladser og understøtte den omfattende kvalitetsudvikling, der løbende sker af vores erhvervsuddannelser.

God læselyst

Vi står bag kataloget



Jacob Friis Pedersen

Ansvarlig for produkt- og forretningsudvikling i CompañYoung. Jacob var med til at grundlægge Edura, som blev solgt til CompañYoung i 2021. Jacob har arbejdet som konsulent i over 10 år og har været involveret i adskillige projekter på tværs af erhvervsskoler og faglige udvalg.



Kristian Stagis

Kristian Stagis er Seniorkonsulent i Edura. Han har over 20 års ledereerfaring i uddannelsessektoren. Først med fokus på udvikling af erhvervsuddannelser og herefter som Uddannelseschef på erhvervsskolen TEC, hvor han senest har været Udviklingsdirektør. Kristian er projektleder og ansvarlig for størstedelen af vores projekter, som involverer de faglige udvalg.



Thomas Frost Jensen

Thomas er ansvarlig for det forretningsområde, der hjælper CompañYoungs kunder med at tiltrække unge (Attraction). Med mere end 10 års erfaring inden for marketing-verdenen har Thomas en dyb indsigt i, hvilke værktøjer der kan anvendes på strategisk, operationelt og taktisk plan.

Danmark mangler 99.000 faglærte i 2030

Det anslås, at Danmark vil mangle 99.000 faglærte i 2030. Det er en bekymrende virkelighed, som også er grundstenen i trepartsaftalen mellem regeringen, Dansk Arbejdsgiverforening (DA), Fagbevægelsens Hovedorganisation (FH), Kommunernes Landsforening (KL) og Danske Regioner.

Ambitionen med trepartsaftalen er, at flere unge skal vælge og gennemføre en erhvervsuddannelse. Herudover skal henholdsvis 60% og 80% have en læreplads i 15. og 20. undervisningsuge på GF2.

Der findes ikke en simpel enkeltstående løsning, som kan realisere de samlede ambitioner for trepartsaftalen og sikre, at vi ikke mangler faglærte i fremtiden. Derfor kræver det, at der igangsættes forskelligartede indsatser, som tilsammen kan sikre, at flere starter og gennemfører en erhvervsuddannelse. Der er blandt andet behov for at:



Forbedre tiltrækningsevnen og elevtilgangen til EUD. Der er behov for at styrke tiltrækningsindsatser og rekruttering. Der er især behov for at skabe en bedre storytelling og oplysning om EUD for både unge og deres forældre. 72% af de unge valgte en gymnasial uddannelse efter folkeskolen, mens kun 20% valgte en erhvervsuddannelse i 2021, hvor det i 2001 var 32%. Herudover var det kun 11,5% af pigerne, som søgte om at starte på en erhvervsuddannelse efter folkeskolen i 2022.



Styrke trivsel og fastholdelse på erhvervsuddannelserne. Over 40% falder fra på erhvervsskolerne, og det er alt for mange, som ikke gennemfører deres erhvervsuddannelse. Der bør fortsat arbejdes målrettet med at sikre et mindre frafald på erhvervsuddannelserne ved at fokusere på kvalitet, let og fleksibel adgang til læring, øget trivsel, udvikling af sociale og faglige fællesskaber samt ved at sikre bedre overgange.



Bedre understøttelse af det lærepladsopsøgende arbejde på skolerne. Det bør sikres, at lærepladskonsulenterne på skolerne altid har de optimale arbejdsforhold, processer og værktøjer, som er afgørende for at indgå de fornødne lærepladsaftaler. Fokus bør rettes mod kompetenceudvikling af konsulenter, nudging af elever, bedre sparring og tværgående samarbejder samt en strategisk "salgsindsats" mod større virksomheder.



Flere lærepladser med afsæt i fire konkrete temaer



Tiltrækning og rekruttering

Styrkelse af tiltræknings- og rekrutteringsinitiativer mod brancher og uddannelser skal skabe en øget kendskabsgrad og sikre, at flere starter på en erhvervsuddannelse.

Herudover skal grundfortællingen om EUD forstærkes.



Trivsel og fastholdelse

Over 40% der starter på en erhvervsuddannelse falder fra – det er ALT for mange, som ikke gennemfører!

Teknologi, analyse, screening, trivsel og tidlige indsatser skal øge fastholdelsen på erhvervsuddannelser.



Øget kvalitet

Øget kvalitet på erhvervsuddannelserne, herunder let og fleksibel adgang til læring.

Skoleoplæringen (skolepraktik), skal bidrage til en bedre oplevelse og øget gennemførelse.



Læreplads-opsøgende indsatser

Direkte fokus på kvaliteten i det lærepladsunderstøttende og -opsøgende arbejde.

Nudging af elever, støtte og kompetenceudvikling af konsulenter er nøgleordene.

En øget "salgsindsats" mod virksomheder og øget fokus skal bidrage til at skabe flere aftaler tidligere!

Oversigt over koncepter

1. Digitalisering af VEU/EUD – stordrift NY	6
2. Branding og tiltrækningskampagne	7
3. Øget kendskabsgrad gennem skolebesøg og events	8
4. Tiltrækningsanalyse	9
5. Styrket fastholdelse og indsigt i trivsel	10
6. Lærepladsnudging med Studentpulse	12
7. Kompetenceudvikling af lærepladskonsulenter	14
8. Support til virksomhedernes elev/lærlingeansvarlig NY	15
9. Preboarding af elever	16
10. CRM til det lærepladsopsøgende arbejde	18
11. Digital læring	19
15. Læring via digitale og fysiske spiloplevelser	24
16. Nyt screeningsværktøj: Digitaliseringspotentialet i kursus- og uddannelsesudbudet NY	25
17. Digital løsning til håndtering af praktikmål	26
18. Øget fokus på erhvervspraktik i 8. og 9. klasse	28
19. Materialeplatform	29
20. Lanceringskampagne	31
Anbefalinger	33
Noter	35

1. Digitalisering af VEU/EUD – stordrift

Udfordring

For få undervisere har de fornødne digitaliseringskompetencer

Digitalisering af læring kræver et højt fag-fagfagligt niveau hos deltagerne, tilstrækkelig med udviklingstid, effektiv projektledelse, digitaliseringskompetencer og ikke mindst mulighed for sparring med kolleger.

Det er de færreste undervisere, der står i en situation, hvor alle forudsætninger er tilstede i en travl hverdag.

Hvis større dele af VEU/EUD-området helt eller delvist skal digitaliseres, så er det nødvendigt at supportere den digitale udvikling og styrke underviserens digitaliseringskompetencer.

Potentiale

Digitaliseringen bliver et godt didaktisk værktøj

At udvikle og anvende digitale didaktiske værktøjer i en sådan grad, at materialet kan anvendes af flere og kan anvendes i en asynkron kontekst (uden lærerstyring), er fortsat nyt for de fleste.

Ved at digitalisere flere områder på én gang, opnår man et fælles digitalt sprog, en højere grad af erfaringsudveksling/support fra kolleger og i sidste ende et bedre produkt.

Ved at have digitalt læringsmateriale til rådighed bliver faglig differentiering, og især differentiering ift. læringsstile/personlige præferencer, en helt del lettere at stille til rådighed. Også på korte og intensive forløb.

Et reelt alternativ til 100% klasserumsundervisning kan gøre forløb mere attraktive, mindske frafald og sikre at alle lærer mest muligt.

Løsning

Større udviklingsgrupper

Med afsæt i erfaringer fra + 60 større og mindre digitaliseringsprojekter på VEU/EUD-området har vi sammensat et fleksibelt forløb. Et forløb, hvor deltagerne bliver supporteret gennem hele udviklingsprocessen og fremadrettet selv vil kunne gennemføre en digitaliseringsproces. Et forløb kan typisk håndtere op til 10 korte (max. 5 dage) arbejdsmarkedsuddannelser.

Forløbet omfatter følgende:

- ✓ Udvikling (nedbrydning) af kompetencemål til læringsaktiviteter
- ✓ Udvælgelse af læringsaktiviteter, der med fordel kan digitaliseres
- ✓ Professionel produktion af digitale læringsforløb med ex. videoer, animationer, opgaver mv.
- ✓ Udarbejdelse af lærervejledninger
- ✓ Undervisning i brug af metodeværktøj til udvikling af digitale læringsforløb/materialer.

Al udvikling sker på BootCamps, hvor der skabes rum for faglig fordybelse. Deltagerne får ligeledes én til én udviklingsmøder med Eduras konsulenter. Sidst, men ikke mindst, får alle deltagende skoler udleveret Rapid Learning Planner. Et metodeværktøj til brug i egne digitaliseringsprojekter.

Udviklet materiale leveres i SCORM format til download på skolernes LMS-platforme og som HTML (til afvikling på en hjemmeside). Dokumenter leveres i Word og PDF.



2. Branding og tiltrækningskampagne

Udfordring

For få vælger en erhvervsuddannelse

Et fald i ungdomsårgangene og øget efterspørgsel på faglærte har resulteret i en virkelighed, hvor kampen om de unge er hårdere end nogensinde. Desuden står vi i en situation, hvor der historisk aldrig har været flere lønmodtagere i Danmark.

Faldet i ungdomsårgangene resulterer i en øget konkurrence, og det vurderes, at der i 2030 vil være 10% færre unge end i dag.

Samtidig kæmper erhvervsuddannelserne med både fordomme, manglende prestige og en forældet opfattelse blandt unge (og deres forældre). Især i relation til karriere- og fremtidsmulighederne med en erhvervsuddannelse. Der er derfor behov for en stærkere storytelling om erhvervsfaglige uddannelser.

Vi oplever, at mange unge ønsker én samlet fortælling eller et univers, hvorfra en given branches karriere- og uddannelsesmulighed kan profileres.

De unge savner ligeledes en platform, hvorfra de kan møde andre unge, som de kan spejle sig i og lade sig inspirere af.

Potentiale

Flere inspireres til at vælge en erhvervsuddannelse

Gennem vores årlige analyser af Unges Valg af Uddannelse har vi identificeret, at unge typisk overvejer to til tre ungdomsuddannelser.

En branding- og tiltrækningskampagne kan være et vigtigt redskab til at sikre, at unge i målgruppen ikke overser jeres branche eller uddannelser – og dermed inkluderer det i deres valgproces og søgning.

En effektiv brandingkampagne har potentialet til både at informere og inspirere de unge og deres forældre.

En kampagne bliver uddannelsens/branchens ansigt udadtil og repræsenterer den fælles fortælling, hvorfra både virksomheder og skolerne kan profilere sig selv og deres behov for fremtidens talenter.

Der er ingen kortsigtet løsning, hvorfor en brandingkampagne bør have et flerårigt fokus.

Når kendskab, image og optag skal øges, anbefales det, at man som minimum tænker det ind i et 3-årigt perspektiv.

Løsning

En fremtidssikret tiltrækningsstrategi og kampagneindsats målrettet de unge

Med afsæt i CompanYoungs forskning i Unges Valg af Uddannelse og erfaring fra mere end 300 årlige tiltrækningskampagner sammensætter CompanYoung den optimale brandingstrategi og inddrager både målgruppen og det faglige udvalg i processen.

En tiltrækningskampagne vil bl.a. kunne bestå af:

- ✓ Tiltrækningsstrategi
- ✓ En skarp visuel identitet og kernefortælling
- ✓ Fotos og filmoptagelser, der understøtter kernefortællingen
- ✓ Et inspirerende branding- og karrierewebsite
- ✓ Nem adgang til vejledning (chat)
- ✓ Ambassadørkorps på sociale medier
- ✓ Annoncering på digitale og sociale medier (Facebook, Snapchat, TikTok mv.)
- ✓ Inbound marketing (e-mail flows)
- ✓ Indhold, der taler til den unge målgruppe
- ✓ Influencer marketing
- ✓ Fysiske og virtuelle events



3. Øget kendskab gennem skolebesøg og events

Udfordring

Manglende oplysning om erhvervsuddannelser og beskæftigelsesmuligheder i grundskolen

Andelen af unge, som forventes at have taget en erhvervsuddannelse senest ti år efter 9. klasse, er faldet fra 32% i 2001 til 20% i 2021.

De unge vælger erhvervsuddannelserne fra - og det er et stort problem, da vi om 8 år vil mangle mere end 99.000 faglærte i Danmark.

For få unge motiveres simpelthen til at starte og gennemføre en erhvervsuddannelse, hvorfor alternative og langsigtede rekrutteringsindsatser bør afprøves og overvejes.

Inspiration: Skillskaravanen, LIFE Mobil Lab og Forsvaret.

Potentiale

Flere unge oplyses og inspireres om erhvervsrettede uddannelsesmuligheder

Gennem inspirerende skolebesøg og oplevelsevents kan man øge oplysningen om EUD og mulighederne med specifikke erhvervsuddannelser.

Potentialet består i at styrke interessen for EUD gennem mobile og kortvarige uddannelsevents, som afvikles lokalt på skolerne.

Disse events kan øge oplysningen om uddannelsesmulighederne og fremtidsmulighederne med en erhvervsuddannelse.

Løsning

Skolebesøg og oplevelsevents som styrker fortællingen om EUD

Afvikling af mobile uddannelsevents- og oplevelser, der afholdes lokalt på skolerne. På disse besøg kan de unge i grundskolen få en introduktion til specifikke erhvervsuddannelser, møde unge faglærte rollemodeller og få hands-on erfaring med konkrete fag og opgaver, som relaterer sig et fagområde. Herudover kan de mobile events understøttes med konkurrencer eller aktiviteter, som eksempelvis escape-rooms, digitale eller fysiske spil, interaktive quizzes mv.



Foto: LIFE Mobil Lab



Foto: Skillskaravanen (Copenhagen Skills)



4. Tiltrækningsanalyse

Udfordring

Initiativer for tiltrækning skaber ikke de forventede resultater

Tiltræknings- og rekrutteringsinitiativer udvikles og igangsættes ofte uden viden om initiativernes potentielle gennemslagskraft og indsigt i målgruppens behov, hvorfor det endelige resultat ikke nødvendigvis står på mål med forventningen eller den investerede økonomi.

For at optimere tiltrækningsinitiativerne er det nødvendigt at forstå de unges beslutningsproces, hvad der motiverer dem, og hvad de ser som USP'er (Unique Selling Points) ved det pågældende fag/branche. Nøglen er at forstå, hvad der er udslagsgivende for at få dem til at satse på en fremtid i netop jeres fag/branche – og hvad der skal til for at tiltrække deres opmærksomhed.

Potentiale

Analyse med konkrete anbefalinger

En tiltrækningsanalyse vil give et retvisende og opdateret indblik i, hvad både potentielle studerende, virksomhederne og de færdiguddannede tænker om jeres fag/branches attraktivitet og tiltrækningsparametre.

Analysen vil indeholde konkrete anbefalinger til den videre tiltræknings- og fastholdelsesstrategi af de rette unge samt give jer en opdateret temperaturmåling på tiltrækningsituationen.

Analysen vil blandt andet afdække, hvad de unge vægter højest, når de skal vælge job, uddannelse og karriere for derefter at stille det op imod deres tanker om jeres uddannelses tilbud, indhold og muligheder.

Herudover indeholder tiltrækningsanalysen input til markedsføring samt, hvilke kanaler og initiativer der vurderes effektfulde i tiltrækningsøjemed.

Løsning

Et overblik over tiltrækningsinitiativer som bør igangsættes

For at forstå de bagvedliggende årsager for at vælge jeres fag/branche til afholdes der fokusgruppeinterviews med det formål at afklare, hvorfor elever/studerende valgte uddannelsen, hvad der motiverer/motiverede dem i deres hverdag, og hvad der var særligt tiltrækkende for dem.

Foruden den kvalitative dataindsamling laves der ligeledes en kvantitativ tiltrækningsanalyse.

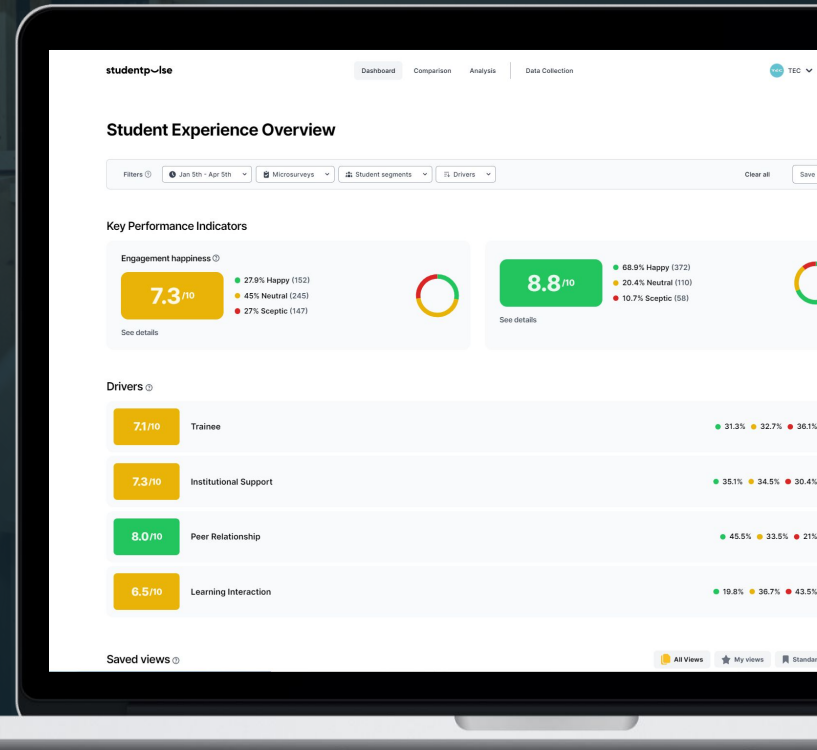
Analysen fokuserer på unge mellem 15 og 25 år – ofte opdelt mellem folkeskoleelever og de ældre unge.

Analysen vil således både berøre de nuværende unges syn på den pågældende branche/fag, herunder give et indblik i de vigtige tiltrækningsparametre og sammenholde disse med holdninger til jeres fag og uddannelser.



#5

Styrket
fastholdelse
og indsigt i
trivsel



5. Styrket fastholdelse og indsigt i trivsel

Udfordring

Manglende indsigt i trivsels- og frafaldsindikationer i realtid

Der er stadig alt for mange, der ikke får hjælp eller den rette støtte, når de har brug for det. De obligatoriske trivselsmålinger anvendes primært strategisk, og de elever som udfylder dem, oplever typisk ingen ændring på baggrund af deres feedback.

Eleverne oplever:

1. De spørgsmål, jeg besvarer i trivselsmålingerne, kommer for sent.
2. Det er svært at vide, hvor jeg skal gå hen, hvis jeg mangler hjælp.
3. Adgangen til hjælp er ikke digital.

For at øge og optimere unges trivsel på uddannelser kræver det indsigt i trivselsindikationer i realtid, der kan handles efter.

Trivsel kræver konstante justeringer - i og uden for klasserummet.

Potentiale

Bedre forståelse af årsager og løsninger på frafaldsproblematikker

Vi oplever, at der ofte er manglende kongruens mellem de unges forventninger til branchen/uddannelsen og den oplevede virkelighed. Der ligger derfor et uforløst potentiale i at dykke ned i denne manglende forventningsafstemning og årsagerne til frafald samt at forstå, hvilke perioder på GF2 der er større sandsynlighed for, at elever falder fra.

Herudover viser forskningsprojekter, at løbende mikromålinger, helt ned på ugentlig basis, har stor betydning for frafaldet hos elever, som oplever mistrivsel ("FAST" og "At blive på sporet").

StudentPulse, som er et danskejet selskab, har udviklet en platform, som gennem målrettede spørgsmål kan identificere frafaldstruede elever i tide og give ledelsen og underviserne indsigt i, hvor de bør forbedre sig.

Løsning

Konkrete anbefalinger og indsatser som styrker fastholdelsen

At identificere ambassadører, mistrivsel og frafaldstruende adfærd så tidligt som muligt er et vigtigt parameter i skoles fastholdelsesstrategi.

Eleverne svarer digitalt hver anden uge på 5-10 spørgsmål, som giver:

1. eleven mulighed for at række ud efter hjælp, hvis systemet vurderer, eleven kunne have glæde af støtte.
2. ledelsen mulighed for at se, hvor der er god social og faglig trivsel, og hvor det halter.
3. konsulenterne mulighed for at se, hvordan det går med lærepladsøgningen.

Mikromålingerne gennemføres via StudentPulse, som er en danskudviklet trivselsløsning for studerende. Løsningen anvendes af skoler i både Danmark og udlandet.



6. Lærepladsnudging med Studentpulse

Udfordring

Lærepladssøgningen starter for sent

De unge kommer ofte sent i gang med lærepladssøgningen. Konsulenter og undervisere forsøger at være aktive i undervisningen, men der stilles store faglige krav, som oftest betyder, at lærepladssøgningen starter sent.

Samtidig er der mange af de unge, som ikke aktivt og rettidigt søger hjælp hos en konsulent på trods af manglende læreplads.

Herudover mangler institutionerne overblik over, hvilke indsatser der reelt virker, og hvad der bør fokuseres på.

Der er med afsæt i trepartsaftalen opsat følgende måltal for indgåelse af lærepladser:

- ✓ Der skal ved 15. undervisningsuge i grundforløbet 2. del være indgået aftale for 60% af eleverne
- ✓ Der skal ved 20. undervisningsuge i grundforløbet 2. del være indgået aftale for 80% af eleverne

Potentiale

Nudging og vejledning kan sikre, at flere indgår aftale om læreplads tidligere

Muligheden og potentialet ligger i, at de unge tidligere kommer i gang, fordi de kan nudges gennem deres brug af digitale platforme. Systematiske nedslag og interaktioner over de 20 GF2-uger har påvist, at de unge selv kan blive mere aktive i deres søgen efter læreplads.

Samtidig giver løsningen mulighed for at lave en aftale direkte med en konsulent, hvis eleven mangler hjælp. Flere beder om hjælp, når de blot skal anmode om det igennem en IT-løsning.

Ved at bruge lærepladsnudging kan man løbende få indsigt i:

1. Hvilke indsatser der virker, og hvad de unge mener kunne være bedre.
2. Hvor godt det går med lærepladssituationen på skolen.
3. Hvor aktive de unge er i deres søgen.
4. Overblik over hvem der har brug for hjælp.
5. Overblik over hvad der er svært for de unge.
6. Indblik i generel trivsel i opstarten.

Løsning

Lærepladsnudging baseret på Studentpulse (platform)

Der gennemføres ti mikromålinger/nudges over de 20 første uger på GF2, som i samarbejde med skolen tilpasses deres årshjul og ansvarsmodel mellem konsulenter, vejlederteam og undervisere.

Der bliver sat strøm til lærepladssøgningen. De unge bliver automatisk mindet om, at de skal søge læreplads via løsningen, og at de kan få hjælp, hvis de enten kommer tæt på de to milepæle i uge 15/20 eller blot ønsker hjælp.

Samtidig giver det konsulenter og ledelse et tydeligt billede af, hvad der virker og ikke virker, så trepartsindsatserne hurtigt kan evalueres.

Løsningen der er implementeret er vel-afprøvet hos bl.a.

1. Mercantec
2. TEC
3. College 360
4. Region midtjylland (70 % af alle erhvervsskoleelever)



Erhvervsskole fordobler antallet af uddannelsesaftaler (IU.dk)

På erhvervsskolen Mercantec har de på datateknikeruddannelsen i år fordoblet antallet af elever, som indgår en uddannelsesaftale. Trepartsmidler fra Metalindustriens Uddannelsesudvalg har gjort det muligt for Mercantec at tracke elevernes trivsel og få overblik over, hvem af eleverne der har fundet en læreplads.

I 2022 fandt over 80 pct. af Mercantecs elever på datateknikeruddannelsen en læreplads og indgik dermed en uddannelsesaftale med en virksomhed. Det er en fordobling sammenlignet med året før, hvor tallet lå på knap 40 pct. Ifølge Mercantec ligger forklaringen i, at de i september 2022 begyndte at tracke elevernes trivsel, og hvor langt de var kommet med at finde en læreplads med websløsningen StudentPulse.

Det er trepartsmidler, der har gjort det muligt for Mercantec at komme i gang med at bruge StudentPulse, så det glæder Signe Tychsen Philip, at det har en synlig effekt.

- Det er fantastisk at se, hvordan midlerne fra trepartsaftalen sammen med en intensiv skoleindsats kan skabe stor effekt. It-medarbejdere er en mangelvare for rigtig mange virksomheder, så det er vigtigt, at vi får fastholdt de personer, som viser interesse for området og får dem ud i virksomhederne, siger Signe Tychsen Philip, formand for Metalindustriens Uddannelsesudvalg og underdirektør i DI.

Trivsel hænger sammen med læreplads

Med jævne mellemrum sender Mercantec et spørgeskema ud, hvor de bl.a. spørger, om eleverne har fundet en læreplads, hvilke udfordringer de har ved at finde en, og hvordan de trives i klassen.

- Når vi stiller spørgsmålene via StudentPulse, får vi et resultat vist på et dashboard, hvor vi kan se status på klassen og lærepladser. På den måde får vi et real-time indblik i, hvordan "pulsene" er i klassen. Vi kan på baggrund af data beslutte, hvad vi nu stiller op for klassen, siger John Hansen, uddannelseschef på Mercantec.

StudentPulse giver også eleverne mulighed for at skrive direkte til skolen, hvis de fx mangler hjælp til at skrive ansøgninger.

Med en svarprocent på over 90 pct. på spørgeskemaerne har Mercantec fået et unikt indblik i elevernes trivsel og et meget bedre udgangspunkt for at reagere hurtigt og sætte ind med hjælp til eleverne, konstaterer John Hansen.

Og netop den hjælp er der brug for på data- og kommunikationsuddannelsen.

- Mange lærlinge på data- og kommunikationsuddannelsen har desværre udfordringer med at finde praktikpladser, fordi der på it-området ikke er en stærk tradition for oplæring af lærlinge. Det er sådan et projekt her med til at rykke ved, og jeg håber, det vil inspirere andre erhvervsskoler, der står med de samme udfordringer, lyder det fra Kasper Palm næstformand for Metalindustriens Uddannelsesudvalg og forbundssekretær i Dansk Metal.

Den nye måde at tracke på er ét blandt flere projekter, som skolen har søsat med Metalindustriens Uddannelsesudvalgs trepartsmidler fra Trepartsaftalen om flere lærepladser og entydigt ansvar. Fælles for projekterne er, at de sigter mod at reducere elevfrafald på en række udvalgte uddannelser i metalindustrien bl.a. data- og kommunikationsuddannelsen.

Industriens Uddannelser (IU) har hjulpet skolerne i gang, faciliteret vidensdeling på tværs af projekterne undervejs, og når de resterende projekter slutter sidst på året, samler IU op og udbreder viden om erfaringer fra projekterne.

Hvad er StudentPulse?

StudentPulse er en webbaseret løsning, hvor eleverne har mulighed for at svare på, hvordan det står til med trivslen, og om de har fundet en læreplads. Løsningen er udviklet af konsulentvirksomheden CompanYoung. Mercantec er i løbende dialog med CompanYoung, så spørgsmålene kan justeres undervejs. På den måde sikrer erhvervsskolen, at eleverne altid bliver spurgt om noget, som er aktuelt.

7. Support til lærepladskonsulenter – Kompetenceudvikling

Udfordring

Lærepladskonsulenterne har brug for support

En lærepladskonsulents opgaver kan spænde bredt og stiller mange krav til detail- og fagviden – ofte på flere uddannelsesområder og særligt hos nye lærepladskonsulenter kan det skabe udfordringer.

Mange medarbejdere er blevet udpeget eller ansat som læreplads-/virksomhedskonsulenter uden nødvendigvis at have stor erfaring fra salgsopsøgende jobs eller indgående indsigt i uddannelsernes struktur.

Samtidig har mange ytret, at de savner erfaringsudveksling og nye input til deres arbejde. Dette har særligt været begrundet i, at STIL ikke længere faciliterer den årlige konference og det regionale netværk for skolernes brugere af EASY-P, hvor der blev delt informationer om ændringer og nye tiltag inden for det praktikpladsopsøgende arbejde – og ikke mindst vidensdelt på tværs af konsulenter.

Derudover kræves der en stor indsats, hvis tallene i trepartsaftalen kontinuerligt skal realiseres, herunder at skabe en øget synlighed og samarbejde med virksomhederne.

Potentiale

Bedre forståelse for de unges behov og styrkede salgskompetencer

Ved at give lærepladskonsulenterne en større indsigt i de unges behov, stærkere salgskompetencer og ikke mindst en effektiv introduktion (for nye konsulenter) i det enkelte uddannelsesområde kan der efter vores vurdering indgås flere uddannelsesaftaler.

Vi ser følgende potentialer:

Basisviden til nye lærepladskonsulenter. Konsulenternes arbejdsområde er bredt og stiller mange krav til deres indsigt i bla. lovgivning og regler, den enkelte branches kultur, systemforståelse, uddannelsernes opbygning etc.

Viden om de unge giver mulighed for at arbejde mere effektivt med, hvad de unge har brug for, og hvordan de bedst kan hjælpes. Indsigt i de unge og deres forventninger giver et bedre match med virksomhederne.

Salgsfokus gør konsulenterne mere effektive i arbejdet med virksomhederne. Både i det opsøgende salg, partnerskabsmuligheder og anvendelsen af sociale medier – især LinkedIn!

Teknisk viden giver mulighed for, at konsulenterne får struktureret deres hverdag med f.eks. lærepladsen.dk og bliver mere effektive i arbejdet med virksomhederne.

Løsning

Kompetenceforløb baseret på viden, sparring og styrkede salgskompetencer

CompanYoung foretager Danmarks største årlige undersøgelse om unge og deres valg af uddannelse og lærepladser. Baseret på vores mangeårige indsigt i det lærepladsopsøgende arbejde har vi sammensat en udviklingsproces, hvor der udvikles et digitalt læringsforløb. Et forløb, der kan tilpasses en eller flere uddannelser.

Kompetenceforløbet kan eksempelvis sammensættes med indhold som:

1. Måltrettet læring om specifikke uddannelsers struktur, kultur, lovgivning og regler mv. for både nye og/eller erfarne konsulenter
2. Afholdelse af en årlig konference om nyeste viden og erfaring inden for lærepladsområdet
3. Professionelle webinarer og adgang til digital læring og efteruddannelse for konsulenterne
4. Viden om de unge (Foredrag)
5. Salg og partnerskaber (Coaching)
6. Lanceringskampagne, der sikrer, at målgruppen kender læringsforløbet/konferencer mv.

Vi har desuden også gennemført uddannelsesforløb og deltaget i afholdelse af konferencer om lærepladsarbejde for flere af landets erhvervsskoler og faglige udvalg.

Se eksempel her.



8. Support til virksomhedernes elev/lærlingeansvarlig

Udfordring

Virksomhedernes elev/lærlingeansvarlig har brug for support

Langt de fleste faglige udvalg, har strømlinet godkendelsesprocesserne og gjort det let at indgå en uddannelsesaftale. På trods af dette, så kan det for nogle opleves uoverskueligt at skulle ansætte en elev/lærling.

I mange små og mellemstore virksomheder er opgaven som lærlinge/elev ansvarlig ofte en mindre del af en større opgaveportefølje. Opgaven kan også skifte hænder og uerfarne kommer til.

Dette sammenholdt med at rekrutterings- og ansættelsesprocessen måske kun gennemføres 1 til 2 gange om året kan besværliggøre opgaven unødigt og udfordre interessen for at ansætte elever/lærlinge.

Når eleven/lærlingen er ansat, skal det også sikres, at målene for praktiktiden nås. Det betyder, at der skal gennemføres en struktureret planlægning og opfølgning. Hertil kommer behovet en løbende fokus på elevens/lærlingens gode trivsel, så fravær og frafald reduceres.

Potentiale

Bedre forståelse for de unges behov og en solid basisviden

Ved at supportere virksomhedernes elev/lærlingeansvarlige, og stille en lettilgængelig basisviden til rådighed for dem, vil det motivere flere til at tage elever/lærlinge.

Vi ser følgende potentialer:

Basisviden til nye elev/lærlingeansvarlig. At løse opgaven som elev/lærlingeansvarlig, stiller krav til deres indsigt i de enkelte uddannelsers opbygning, godkendelsesprocesser, lovgivning og regler etc.

Viden om de unge giver mulighed for at kommunikationen kan ske så hensigtsmæssigt som muligt, og der skabes et arbejdsmiljø hvor eleven/lærlingen trives. Denne viden giver ligeledes indsigt i, hvilke digitale platforme de unge kan findes på og dermed bedre forudsætninger for at rekruttere de rette til virksomheden.

Teknisk viden giver mulighed for, at den elev/lærlingeansvarlig bliver superbruger på ex. lærepladsen.dk, så det praktiske arbejde effektiviseres.

Løsning

Kompetenceforløb baseret på viden og sparring

CompanYoung foretager Danmarks største årlige undersøgelse om unge og deres valg af uddannelse og lærepladser. Baseret på vores mangeårige indsigt i det lærepladsopsøgende arbejde har vi sammensat en udviklingsproces, hvor der udvikles et digitalt læringsforløb. Et forløb, der kan tilpasses en eller flere uddannelser.

Kompetenceforløbet kan eksempelvis sammensættes med indhold som:

- specifikke uddannelsers struktur
- godkendelsesprocesser
- rekrutteringsprocesser
- hvem er de unge?
- lovgivning og regler mv. for både nye og/eller erfarne elev/lærlingeansvarlige
- Professionelle webinarer for elev/lærlinge ansvarlige
- Viden om de unge (Foredrag)
- Lanceringkampagne der sikrer, at målgruppen kender læringsforløbet/konferencer mv.

Supporten til de elev/lærlingeansvarlige bør være uddannelsesrettet, da der kan være store forskelle på uddannelsernes struktur/kultur. Der vil naturligvis være en del information og viden, der kan anvendes på tværs af flere fag (genbrugelighed).



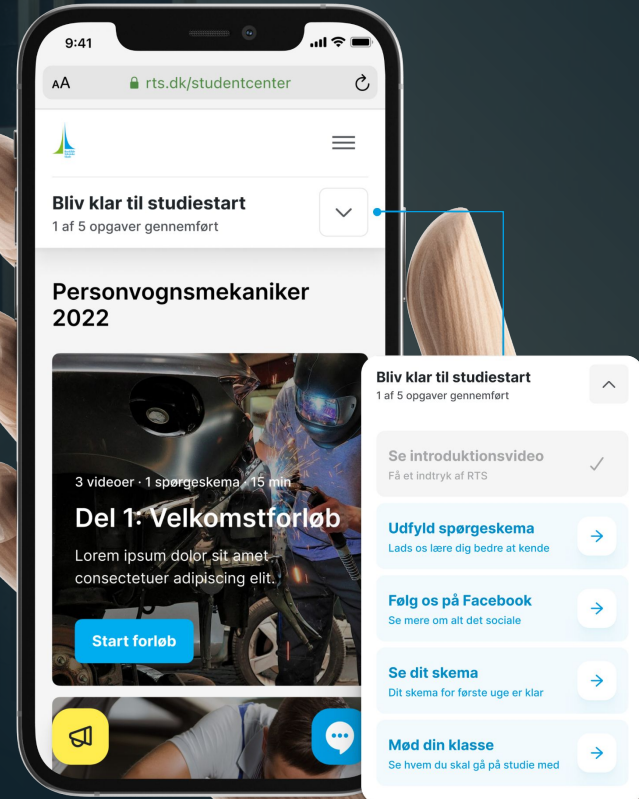
#9

Preboarding

CompanYoung har i samarbejde med flere erhvervsskoler udviklet produktet Studentcenter, som er en digital platform til preboarding af elever på erhvervsuddannelser.

Løsningen kan bl.a. sikre:

- ✓ En styrkelse af kommunikation om specifikke uddannelser fra optag til opstart
- ✓ Et reduceret frafald i onboardingen
- ✓ Fastholdelse af de unges interesse og øget engagement frem mod opstart
- ✓ En bedre totaloplevelse på uddannelsen
- ✓ Mere motiverede, bedre afklarede og forberedte elever
- ✓ Bedre introduktion til de erhvervsfaglige uddannelser



9. Preboarding af elever

Udfordring

Mange falder fra fra optag til opstart grundet mistet interesse eller andre omstændigheder

“Den første dag på skolen er den første dag i branchen. Dette princip skal give eleverne konkrete erfaringer med et arbejdsliv i branchen, idet de gør, prøver og ser livet og hverdagen på arbejdspladser i branchen allerede fra den første dag på grundforløbet. Arbejdspladserne er aktive medspillere i aktiviteterne og indgår i et tæt samarbejde med erhvervsskolen og eleverne.” Citat fra Rockwool Fonden*

Fra tilmeldingstidspunktet til opstart på en erhvervsskole går der ofte lang tid, og mange mister interessen, får job eller føler, at velkomsten er for “skole-agtig”.

Som resultat af dette er der mange unge, som enten falder fra mellem optag og opstart eller møder uengagerede op og frafalder tidligt på uddannelsen.

Idag får de kommende elever typisk et brev i e-Boks, og herefter er der begrænset, hvis ingen, kommunikation frem mod skolestart.

Trivsel og fastholdelse



Potentiale

Øget motivation og engagement frem mod opstart

Erfaringer fra både erhvervsskoler og private virksomheder viser, at frafaldet kan reduceres betydeligt gennem god pre-boarding (fra tilmelding til start) og onboarding (første periode af uddannelsen).

Der foreligger således et kæmpe potentiale i at fokusere på at give den kommende elev en fed oplevelse i perioden fra optag til opstart.

Færre falder fra fordi:

1. I hurtigt finder ud af, hvad der virker ved at få deres feedback inden opstart
2. De møder faget hurtigere, og derfor er de mere begejstrede for uddannelsen
3. De unge bliver bekræftet i deres uddannelsesvalg og ved, hvad de kan forvente, når de starter på skolen
4. I kan gribe dem, som mangler uddannelsesmål eller er frafaldstruede til en personlig samtale.

Løsning

Den rette information om opstart, når det er relevant

Eleverne bliver mødt af en digital platform med inspirationsvideo, program for start, gamification, chat og mikromålinger, som giver dem den nødvendige information på det tidspunkt, de skal bruge det.

StudentCenter er lavet som en del af skolens digitale univers. De møder faget, virksomheder og inspireres af andre unge, som gør ventetiden værd og gør dem bedre forberede på uddannelsen.

Samtidig giver løsningen mulighed for at screene de elever, som potentielt er frafaldstruede fra start – og samler dem op allerede inden skolestart.



* https://www.rockwoolfonden.dk/app/uploads/2021/10/RFI-indsigt_OSIBRANCHEN_OKT2021_V10_Pages.pdf

10. CRM til det lærepladsopsøgende arbejde

Udfordring

Lærepladskonsulenterne udnytter ikke de digitale muligheder og misser oplagte salgsmuligheder

For at skabe de bedste rammer for indgåelsen af uddannelsesaftaler med virksomheder skal erhvervsskoler agere yderst professionelt i salgsarbejdet i den eksterne kommunikation og sikre, at alle aftaleudløb bliver fornyet.

Mange erhvervsskoler udnytter i dag ikke mulighederne, der foreligger i et professionelt CRM-setup.

Dermed mister skolerne mulighederne, der ligger i blandt andet:

- Automatisering af kampagner, herunder målrettet information til interesserede unge og deres forældre (Marketing Automation)
- Registrering og tilmelding til besøgsdage, åbent-hus og events
- Automatisk registrering af virksomhedsaktiviteter (SMS, mails, opkald, mødeaktivitet)
- Automatisk henvendelse til virksomheder ved aftaleudløb (Lærepladsrobot)

Potentiale

Systematisk bearbejdning af virksomheder skaber flere lærepladser og styrker kommunikation med virksomhederne

Anvendelsen af CRM Education 365 som salgsværktøj vil styrke og professionalisere det generelle salgsarbejde markant, særligt i det opsøgende virksomhedsarbejde. Erfaringsmæssigt går både viden, historik og salgsmuligheder tabt, da de ikke registreres i en central løsning i dag.

Ved at give lærepladskonsulenterne de rette værktøjer og kompetencer i et CRM-system øges sandsynligheden for den gode virksomhedskontakt og flere indgåede lærepladser.

Mulighederne, der skabes ved at automatisere og målrette store dele af kommunikationen, sparer ikke kun tid, men øger direkte succesraten med det lærepladsopsøgende arbejde.

Et samlet CRM-system kan:

1. Bidrage til at tiltrække flere elever til uddannelserne
2. Skabe flere lærepladsmuligheder
3. Hurtigere indgå nye lærepladsaftaler med virksomheder med kommende aftaleudløb
4. Professionalisere kommunikation til eksterne (elever, forældre, virksomheder)

Løsning

En CRM løsning udviklet specifikt til erhvervsskoler

CRM Education 365 er specialudviklet løsning, som kan automatisere og effektivisere store dele af uddannelsesinstitutionernes arbejde med rekruttering af elever, håndtering af events, leadindsamling og det opsøgende virksomhedsarbejde, herunder salg af efteruddannelse/kurser samt særligt det praktikpladsopsøgende arbejde.

CRM Education 365 indeholder et modul til automatisering af arbejdsgange på skolen, som sikrer, at flere studerende/elever får en praktikplads. Løsningen kan anvendes både på erhvervsskoler og akademiuddannelser, hvor praktikforløb er en del af uddannelsen.

Løsningen er udviklet i samarbejde med flere af landets største uddannelsesinstitutioner. Teknologien er baseret på ClickDimensions og Microsoft Dynamics 365

Løsningen anvendes i dag af NEXT Education Copenhagen, TEC, Rybners, Viden Djurs og TECHCOLLEGE Aalborg.



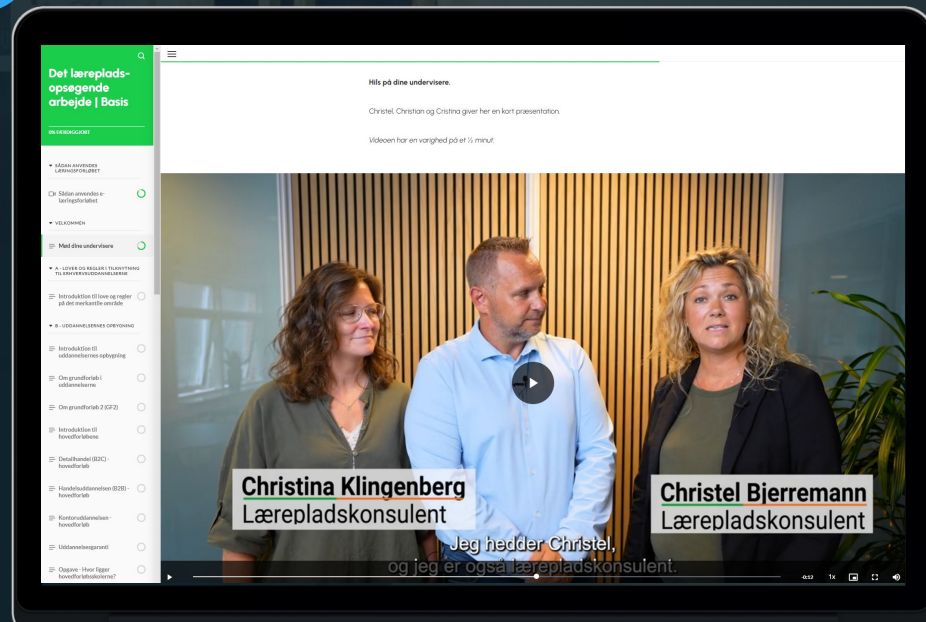
#11-15

Digital læring

Edura by CompanYoung har i samarbejde med faglige udvalg og uddannelsesinstitutioner udviklet over 60 digitale læringsprojekter.

Digital læring skaber øget læring hos en række elever, giver underviserne et stærkt værktøj til at skabe fleksibilitet og gør det let at repetere.

De digitale forløb anvendes på tværs uddannelser og niveauer og har et naturligt stort anvendelsesområde.



11. Digital læring – styrket uddannelsestilbud

Udfordring

Behov for en fleksibel tilgang til læring

En forholdsvis stor gruppe af elever trives bedst ved at kunne fordybe sig i eget selskab og er stærkt udfordret ved de forstyrrelser, der naturligt opstår ved traditionel klasserumsundervisning.

Det er muligt at nå disse elever ved at skabe et stærkt supplerende læringstilbud, hvor eleven kan få repeteret teorien digitalt – hvor og hvornår de vil.

Bliver disse elever ikke tilgodeset, er der en øget risiko for frafald og mistrivsel.

En del af frafaldet sker ligeledes ved afslutningen af et forløb inden svendepreven/eksamen. Der har måske været sygdom, manglende notater eller blot glemsomhed undervejs. Der bruges derfor mange lærerressourcer til at genbesøge teori fra tidligere forløb. Disse lærerressourcer kan i teorien anvendes til mere kvalitet og fastholdelse.

Øget tilgængelighed

En del uddannelser har specialer/forløb, der kun udbydes på enkelte skoler i Danmark. Dette afholder nogle elever fra at vælge disse tilbud, da de ikke ønsker at skulle rejse langt eller bo på skolehjem.

Ved at digitalisere hele eller dele af disse forløb kan behovet for at være fysisk tilstede reduceres eller fjernes helt.

Trivsel og fastholdelse



Øget kvalitet



Potentiale

Øget engagement og reduceret frafald

1. Ved at give eleverne mulighed for at tilgå supplerende digitale læringselementer, når det passer dem, og når de har behovet, kan det styrke deres læring og udvikling.
2. Digitale læringselementer gør det lettere at følge med og få genopfrisket viden. Derved fjernes den bekymring og det pres, som skaber frafald.
3. Underviserne får et nyt værktøj, som kan anvendes i den kontekst, de måtte ønske. Det giver dem mulighed for at anvende deres tid på den enkelte elevs behov og styrke deres egen undervisning med "specialister" på særlige områder.

Løsning

Et fleksibelt læringstilbud

De digitale læringselementer/-forløb udvikles i tæt samarbejde med faglærerne, så der opnås et bredt ejerskab og sikres, at både sprog og fokus rammer plet.

Som procesværktøj til udvikling af digital læring anvendes Rapid Learning Planner (RLP). RLP er inddelt i tre stadier, der understøtter samskabelsen, når der foretages nedbrydning, didaktiske overvejelser og udvikling af digitale læringsforløb.

RLP inspirerer således deltagerne til at vidensdele, diskutere, samarbejde og til at innovere på eksisterende læringsforløb eller helt nye.

Læringsforløb udvikles i SCORM-format, der kan downloades og afvikles på skolernes eget Learning Management System (f.eks. Moodle). Herudover leveres videoer, animationer, opgaver, quizzier mv. i selvstændige produkter. Det giver den størst mulige fleksibilitet i anvendelsen for den enkelte skole.

Alle læringsforløb nedbrydes og udbydes som "microlæring". Det vil sige, at det digitale læringsforløb bliver let tilgængeligt at anvende bredt og let at vedligeholde (bæredygtigt).

Læringsforløbene kan ligeledes anvendes i forbindelse med synkron, asynkron og blended learning.



12. Digital Læring – Få succes med at tiltrække elever

Udfordring

Behov for en fleksibel tilgang til læring

Mange virksomheder er uvante med rekrutteringsprocessen, når der skal ansættes elever eller lærlinge.

Samtidig har de oftest svært ved at få virksomheden til at fremstå attraktiv, så de kan tiltrække de rigtige lærlinge eller faglært arbejdskraft.

Det kommer især til udtryk på Lærepladsen.dk, som er fyldt med dårlige og kortfattede jobannoncer fra virksomheder, som søger lærlinge. Samtidig udnytter de færreste virksomheder potentialet ved platformen.

Virksomhederne bør aktivt understøttes i at anvende lærepladsen.dk (tidligere praktikpladsen.dk) og informationsplatforme hos de faglige udvalg for at kunne styrke deres tiltrækningsevne og rekruttere de rigtige lærlinge, som er passende for deres virksomhed.

Potentiale

Bedre overblik over rekrutteringsprocessen hos virksomhederne

Ved at understøtte virksomhederne bedre og gøre rekrutteringen overskuelig og effektiv vil flere virksomheder søge og finde den rette elev/lærling.

Det skal gøres ved, at rekrutteringen tager udgangspunkt i de unges informationsbehov, og at virksomhederne får en let og praktisk indsigt i anvendelsen af lærepladsen.dk samt screening af de rette kandidater til virksomheden.

Platform til afvikling af digitale læringsforløb og adgang til vejledning

Ved at etablere en intuitiv og grafisk inspirerende digital platform vil det inspirere virksomhederne til at anvende læringsforløbet og få let adgang til relevant materiale og information.

En platform vil bl.a. indeholde:

- Adgang til læringsforløb og videoer
- Adgang til quick guides (sådan gør du)
- FAQ mv.
- Viden om de unge i målgruppen

Løsning

Digitalt læringsforløb som styrker virksomhedernes tiltrækningsevne

Det skal være let at rekruttere en elev/lærling, som matcher virksomhedens behov og kultur.

Er det nyt for virksomheden at tage en elev/lærling, skal det være uproblematisk at få det nødvendige overblik over og indsigt i ansættelsesprocessen.

I samarbejde med branchen og specialister fra skolerne udvikles et læringsforløb målrettet den enkelte uddannelse.

Der fokuseres på:

- ✓ Hvad appellerer til den målgruppe, man gerne vil tiltrække?
- ✓ Et koncept for, hvordan man kan udarbejde det gode stillingsopslag og optager en god videopræsentation af virksomheden.
- ✓ Quick guides mv.
- ✓ Det vigtige indhold på virksomhedens hjemmeside

Læringsforløbet placeres på en online platform uden krav til login. Det kan også downloades til virksomhedens eget LMS.

Platformen giver adgang til læringsforløbet, quick guides og øvrige informationer, som er relevante for virksomhederne, herunder linksamling til f.eks. lærepladsen.dk, det faglige udvalgs infosider for virksomheder, FAQ etc.



13. Understøttelse af de digitale kompetencer på uddannelserne

Udfordring

Digitalisering i undervisningen – et krav!

Hovedbehovet for at understøtte de digitale kompetencer og didaktikken, er at imødekomme den stigende efterspørgsel fra uddannelsesinstitutioner og elever om at tilpasse sig det skiftende uddannelseslandskab, som stadig bliver mere digitaliseret. Med den udbredte tilgængelighed af teknologi ændres måden, hvorpå vi lærer. Lærere, udviklingskonsulenter og VEU/EUD-sektoren skal være rustet med færdighederne til at bruge disse teknologier effektivt til at støtte deres elever og kursisters læring.

Desuden har COVID-19-pandemien lært mange uddannelsesinstitutioner at skifte til fjern- og hybrid-læringsmodeller, som kræver endnu flere digitale og teknologiske færdigheder fra undervisere. Uden disse færdigheder kan undervisere have svært ved at engagere deres studerende og give effektiv undervisning i disse nye læringsmiljøer.

Det er en udfordring for skolerne at håndtere dette digitale kompetenceløft og tilbyde tiden til organisatorisk opkvalificering af teknologiforståelse.

Bedre udnyttelse af ressourcer



Øget kvalitet på VEU og EUD



Potentiale

Øget engagement og reduceret frafald

Behovet for et kompetenceudviklende kursusforløb ligger i det faktum, at sektoren skal følge med de nyeste teknologier og undervisningsmetoder for at levere kvalitetsuddannelse i en hurtigt skiftende verden.

Dette kursus ville ruste dem med de færdigheder og den viden, de har brug for til at integrere teknologi og digitalisering i deres undervisning, forbedre målgruppens engagement og forbedre læringsudbyttet, samtidig med at det gør EUD-sektorens undervisning mere konkurrencedygtig og i overensstemmelse med efterspørgslen.

Deltagerne kan forvente at opnå praktisk viden og færdigheder inden for en række områder, herunder men ikke begrænset til:

- ✓ Forståelse af fordelene og udfordringerne ved at bruge teknologi i uddannelse
- ✓ Identificering af de mest effektive digitale værktøjer og platforme til forskellige læringsbehov
- ✓ Design og levering af engagerende og effektive online og hybride læringsoplevelser
- ✓ Integration af teknologi i vurderings- og feedbackpraksis
- ✓ Oprettelse af multimedia- og interaktive læringsmaterialer
- ✓ Udvikling af strategier til understøttelse af et digitalt læringsmiljø
- ✓ Håndtering af digitale klasseværelser og undervisningssituationer

Løsning

Et fag-/uddannelsesrettet og fleksibel kompetenceforløb

Der skal udbydes i fagligt (uddannelses)rettet kompetenceforløb, der giver en mulighed for at håndtere det stigende krav om digitale og teknologiske kompetencer indenfor uddannelse, så institutionerne og sektoren er bedre klædt på til den digitale transformation i og af undervisningen. Både for at kunne navigere i og varetage udviklingen af digital læring.

Måden at sikre ensartethed i de digitale kompetencer er ved at udbyde kompetenceløft fra centralt og tværinstitutionelt hold. Hertil tilbydes, at der tilrettelægges fagligt relevant og unikke kursusforløb for faggruppen, som tilbydes ved kursuspladser gennem det faglige udvalg.

Kurset er designet til at ruste deltagerne med den viden og de færdigheder, de har brug for, for at integrere teknologi effektivt i deres undervisnings- og læringspraksis. Gennem kurset vil deltagerne lære om de nyeste trends inden for uddannelsesteknologi, herunder digitale værktøjer, AI i undervisningen, software og platforme, der kan forbedre elevengagement og forbedre læringsresultater.

Ved kursets afslutning vil deltagerne have de nødvendige færdigheder og selvtilid til at anvende digitalisering og teknologi til at understøtte deres og institutionernes undervisningspraksis og forbedre læringsresultaterne for deres fagområde og målgruppe.

14. Digital Læring – Få hjælp til at finde læreplads

Udfordring

Eleverne er utrænede i at søge læreplads, når de starter på en erhvervsuddannelse

Det er besluttet, at der ved 15. undervisningsuge i grundforløbets 2. del er indgået uddannelsesaftaler for 60% af de aktive elever i grundforløbets 2. del på hver enkelt uddannelse. Og at der ved afslutningen af grundforløbets 2. del er indgået uddannelsesaftaler for 80%.

Herudover, opleves der en stor forskel på, hvilken support de unge får ift. at finde den rette elev-/læreplads, hvordan man forbereder sig til samtalen, og ikke mindst hvordan der udarbejdes et godt CV og en god ansøgning.

Samtidig er der på tværs af brancher/fag kulturelle forskelle i, hvordan lærepladssøgningen bedst imødekommer virksomhedernes forventninger.

Potentiale

Eleverne tager aktiv del i at finde læreplads fra skolestart

Ved at kvalificere og supportere elev-/lærepladssøgningen vil det understøtte en tidligere søgning og dermed understøtte trepartsaftalens mål for tidligere indgåelse af uddannelsesaftaler.

En større opmærksomhed på ansøgningsprocessen og elevens egne ønsker til en elev-/læreplads vil styrke det gode match mellem elev/lærling og virksomheden. Dette vil reducere antallet af ophævelser af uddannelsesaftaler og styrke virksomhedernes lyst til at tage flere lærlinge ind.

Løsning

Digitalt læringsforløb som klæder eleverne godt på til at søge læreplads

Løsningen er at udvikle et uddannelsesrettet digitalt læringsforløb, som kan understøtte og supportere elevernes lærepladssøgning.

Vi har, med udgangspunkt i CompanYoungs viden om unges valg af elev- og læreplads, lagt vægt på, at værktøjet er digitalt og udvikles med fokus på:

- ✓ At eleverne møder forskellige typer af virksomheder inden for branchen
- ✓ At der inddrages repræsentanter fra branchen og specialister fra skolerne i udviklingen af værktøjet
- ✓ At udviklingsprocessen tager udgangspunkt i velafprøvede og veldokumenterede udviklingsmetoder fra lignende projekter i uddannelsessektoren
- ✓ At trepartsaftalens mål for tidligere indgåelse af uddannelsesaftaler indtænkes som en del af løsningen
- ✓ At læringsforløbet er selvforklarende og kan anvendes direkte i den almindelige undervisning

Læringsforløbet placeres på en online platform uden krav til login og kan downloades til skolens eget LMS. Platformen giver adgang til læringsforløbet, link til f.eks. lærepladsen.dk og andre relevante sider, inspirationsmateriale, FAQ mm.



15. Læring via digitale og fysiske spiloplevelser

Beskrivelse

Gamification og spilbaseret læring

Den største fordel ved at anvende Gamification til læringsformål er, at metoden er sjov og gør læring til en leg.

Det underholdningsmæssige aspekt gør, at der ofte er et højt engagement og stor motivation fra brugerne.

Med gamification kan der opnås en motiverende og sjov læringsituation, da spilelementet i sig selv gør læringen interessant.

Gamification er særligt anvendeligt på områder, hvor det kan være svært at motivere målgruppen til at dykke ned i stoffet, fastholde dem, eller hvor emnerne kan være svære at drøfte.

Øget kvalitet



Potentiale

Forstærket læring i alsidige læringsituationer

Foruden en større motivation og engagement er der en række fordele ved gamification og spilbaseret læring, som også ses ved andre digitale læringsmetoder:

- Læringen er individualiseret
- Læringen er hurtig, effektiv og vedvarende
- Læringen er interaktiv
- Mulighed for øjeblikkelig feedback

Herudover er knyttet fire friheder til gamification:

- Frihed til at lave fejl – uden yderligere konsekvenser
- Frihed til at eksperimentere – at prøve forskellige metoder, strategier mv.
- Identitetsfrihed – Avatars eller individuelle profiler kan give folk en ny identitet og
- Frihed til at præstere – man vælger selv hvor meget man vil bestræbe sig
- Mulighed for at skabe et ufarligt konkurrenceelement mellem elever

Igangværende cases

Ergonomi – BFA og Uddannelsesnævnet
Kemi – BFA og Uddannelsesnævnet



16. Nyt screeningsværktøj: Digitaliseringspotentialiet i kursus- og uddannelsesudbuddet

Udfordring

Screening for digitaliseringspotentiale: En grundsten i digital transformation af læring

Digitalisering af et læringsforløb kan være en betydelig investering i form af tid, økonomi og andre ressourcer. Det kan være en udfordring at identificere, hvilke forløb der er mest tilbøjelige til at være succesfulde i et helt eller delvist digitalt format. Nogle af de områder, som der skal tages højde for og inddrages er derfor:

- ✓ **Engagementet:** Identifikation af digitale undervisningsmetoder for øget elev-engagement
- ✓ **Pædagogiske overvejelser:** Effektiv digital undervisning kræver en anderledes tilgang til pædagogiske strategier end traditionel klasseundervisning.
- ✓ **Teknologiske overvejelser:** Identifikation af teknologiske krav til digitalisering af kurser
- ✓ **Kvalitetssikring:** At transformere traditionel undervisning til online læring kræver omhyggelig planlægning, design og implementering. Det skal sikres, at digitale læringsforløb er af høj kvalitet, imødekommer behovene hos målgruppen og er i overensstemmelse med læringsmålene.

Ikke alle læringsforløb er lige egnede til digitalisering. Nogle kan kræve betydelige teknologiske kompetencer og tilpasninger, som afgør om digitaliseringen er gennemførlig.

Potentiale

En vejledning til at sikre høj kvalitet af digital læring og undervisning

En screeningsproces kan hjælpe med at sikre, at de digitale kurser er af høj kvalitet, opfylder elevernes behov og stemmer overens med uddannelsesmålene. Hertil kan det også give en tidlig indikation på, hvordan det digitale kursus eller uddannelse kan udbydes (eks. som blended learning).

Udfordringerne understreger vigtigheden af at screene kurser og uddannelser for digitaliseringspotentiale, inden man investerer tid, penge og andre ressourcer på digitaliseringen. På denne måde kan institutioner, faglige udvalg og undervisere identificere, hvilke kurser der er mest sandsynlige for at lykkes i et digitalt format baseret på faktorer som elevengagement, pædagogiske og teknologiske overvejelser samt kvalitetssikring.

I bund og grund kan (næsten) alt digitaliseres, men screeningsværktøjet giver mulighed for at starte det rigtige sted.

Løsning

Afprøvet og virkningsfuldt screeningsværktøj af digitaliseringspotentiale

Løsningen er at screene for digitaliseringspotentiale, før traditionel uddannelsesformer kan transformeres. Dette gøres for at maksimere fordelene og optimere ressourceudbyttet ved digitalt læringsudbud gennem effektiv digitaliseringscreening.

Vi har, med udgangspunkt i Eduras viden og mangeårige erfaring fra digitalisering af en lang række læringsforløb og uddannelser, lagt vægt på, at screeningsværktøjet er digitalt anvendeligt, og udviklet med fokus på at skabe et overblik, som både med grafik og tal viser, hvilket fokus der bør være. Dertil inddrager screeningsprocessen- og værktøjet relevante fokusområder (her et uddrag):

- ✓ Teoretisk omfang og kompleksitet
- ✓ Genbrugelighed og skalerbarhed
- ✓ Graden og indholdet af praksis fysisk undervisning
- ✓ Undervisernes egne anbefalinger for digitalisering
- ✓ Målgruppens digitale modenhed
- ✓ Strukturen af læringsindhold og -mål
- ✓ ... blandt flere

Kriterierne for screeningen udvælges blandt en længere række kriterier, med afsæt i målgruppen, undervisernes kendskabsgrad og det faglige område.

Screeningen udmøntes i en rapport med dertilhørende digitale og fagligt didaktiske anbefalinger til digitaliseringsprocessen.

Bedre udnyttelse af ressourcer



Anvendeligt, flerårigt overblik over digitale indsatsområder



Øget kvalitet



#17

Praktikmål

CompanYoung har i samarbejde med faglige udvalg udviklet løsningen Praktikmål.dk, som gør det let at skabe overblik over elevens/lærlingens praktikmål og udvikling i praktiktiden. Formålet er at styrke den faglige dialog til gavn for både eleven/lærlingen og virksomheden.

Praktikmål.dk består af tre brugerflader. En for eleven/lærlingen, en for virksomheden og en for skolen, hvis det ønskes. Det er let at oprette sig og koble eleven/lærlingen sammen med virksomhedens profil for herefter at kunne tilgå praktikmålene digitalt.

Læs mere om Praktikmål her

Praktikmål.dk

Tillykke! Du har gennemført alle dine praktikmål!
Print din praktikerklæring/diplom eller download som en PDF.

Print diplom Download PDF

100%

Sådan forstås tabellen Vis

Praktikmål for Hovedforløb 1

Varekendskab

Min vurdering Mesters vurdering

Jeg kan anvende korrekt råvarer til en given opgave. >

17. Digital løsning til håndtering af praktikmål

Udfordring

Analoge processer og manglende kompetencer forud for svendepreve

For at sikre at alle lærlinge tilegner sig de rette kompetencer i løbet af deres praktik på uddannelsen, skal de gennemføre en række praktikmål, som er defineret og målrettet uddannelsen af de faglige udvalg.

Indfrielsen af praktikmål er i de fleste tilfælde en forudsætning for at kunne indstille en lærling til svendepreven.

Vi erfarer, at flere faglige udvalg oplever, at de har svært ved at sikre forankringen hos lærlinge og mestrene, da praktikmålene i dag oftest håndholdes via offline/analoge logbøger, som mester og lærling løbende selv skal udfylde.

Mester og lærling mister selv overblikket over praktikmålene til tider, og det kan i værste tilfælde betyde, at virksomheder sender lærlinge til svendepreven, uden at de har de rette kompetencer til at kunne bestå en svendepreve, eller at vi uddanner faglærte, som ikke kan deres håndværk ordentligt.

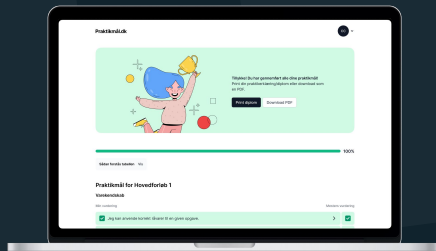
Potentiale

Effektivisering og øget kvalitet

Ved at udskifte de i dag offline logbøger med et digitalt format vil ikke blot tilgængeligheden af praktikmål men også overblikket herover blive langt bedre, end hvad vi oplever i dag.

En digital platform, som både lærling og mester kan tilgå, vil give et fælles udgangspunkt for, hvad lærlingen skal igennem i løbet af sin praktik. Dermed kan lærlingen også højere grad være med til at sikre, at alle praktikmål bliver opfyldt.

Med mulighed for også at udfylde praktikmålene via platformen vil også det faglige udvalg samt skolerne kunne følge med i den løbende progression.



Løsning

En moderne og digital logbog

CompanYoung har i samarbejde med Slagterfagets fællesudvalg og det faglige fællesudvalg for bager- og konditorfagene udviklet løsningen Praktikmål.dk.

Praktikmål.dk er en webapplikation, som giver skoler og de faglige udvalg mulighed for at digitalisere logbøgerne.

Både mester og lærling opretter sig på Praktikmål.dk og kobler i den proces sine profiler sammen. Herefter vil begge parter kunne tilgå lærlingens praktikmål digitalt via PC og mobil (cross-platform) og kan hver især via platformen udfylde praktikmålene, som de løbende bliver indfriet.

Platformen forsøger at inddrage gamification og progression i form af intuitive check-bokse og en procesbar, der angiver andelen af de fuldførte praktikmål.

Systemet sørger for at kommunikere med både mester og lærling løbende og udsender blandt andet reminders ud på e-mail/SMS, der skal minde dem om løbende at få opdateret deres praktikmål.

Når alle praktikmål er udfyldt af både mester og lærling, vil platformen automatisk generere og sende den afsluttende praktikerklæring til både mester og lærling.

Når mester har udfyldt og underskrevet erklæringen, kan denne sendes til det faglige udvalg som bevis på, at alle praktikmål er udført.



18. Øget fokus på erhvervspraktik i 8. og 9. klasse

Udfordring

Erhvervspraktikken i folkeskolen er ikke systematisk udbredt til praktiske og håndværksmæssige fag

Elever i 8. og 9. klasse i folkeskolen har krav på at kunne komme i praktik, hvis de ønsker dette. Tal fra 2015 viser på baggrund af en spørgeskemaundersøgelse blandt undervisere, at erhvervspraktik bliver anvendt i et forskelligt omfang i folkeskolen. I undersøgelsen svarede 51% af lærerne, at deres elever ikke var i praktik, mens 18% svarede, at alle deres elever var i praktik.

Erhvervspraktikken kan være med til at styrke de langsigtede rekrutterings- og tiltrækningsaktiviteter samt give de unge en god fornemmelse af, hvordan en arbejdsplads fungerer, og at der er forskellige arbejdsfunktioner og uddannelsesbaggrunde i en virksomhed.

Kun 20% vælger en erhvervsuddannelse efter folkeskolen, hvorfor det synes oplagt at fokusere på målrettede indsats, som skal styrke virksomhedernes engagement og indsats omkring erhvervspraktik for unge i 8. og 9. klasse.

Potentiale

Flere folkeskoleelever kommer i praktik i håndværksmæssige fag og får en forsmag til livet som lærling

En fokuseret indsats mod at få flere folkeskoleelever til at ville i praktik i fagspecifikke virksomheder, som eventuelt også søger lærlinge kan medføre, at flere får interesse for at blive lærling eller vælge en erhvervsrettet uddannelse.

Herudover, kan de positive oplevelser være med til langsomt at ændre den generelle opfattelse i samfundet og sikre en bedre oplysning til forældre og unge om beskæftigelses- og uddannelsesmulighederne med en erhvervsuddannelse.

Løsning

En målrettet indsats mod erhvervspraktik

Vi kender ikke alle løsningerne, og det kræver en langsigtet indsats at aktivere erhvervspraktikken som en del af de langsigtede rekrutteringsindsatser. Vi har for nuværende identificeret følgende muligheder:

✓ **Digitalt læringsforløb til 8. og 9. klasser der skal i praktik**

Et digitalt læringsforløb målrettet de unge i folkeskolen kan skabe interesse for erhvervspraktik, og samtidig kan læringsforløbet være med til at hjælpe de unge med at identificere mulige praktiksteder og guide/hudge dem til at tage kontakt til disse. Der kan med fordel også udvikles et læringsforløb målrettet undervisere.

✓ **Virksomhedsrettet læringsforløb om mulighederne med erhvervspraktik – og design af det gode forløb**

Hvis flere skal vælge en erhvervsuddannelse med afsæt i deres oplevelser med erhvervspraktik, kræver det, at virksomhederne skaber nogle gode rammer for erhvervspraktikken for de unge.

✓ **Praktikmatch.dk**

Udvikling af en online platform med adgang til relevante virksomheder, som er klar på at tage unge i praktik.

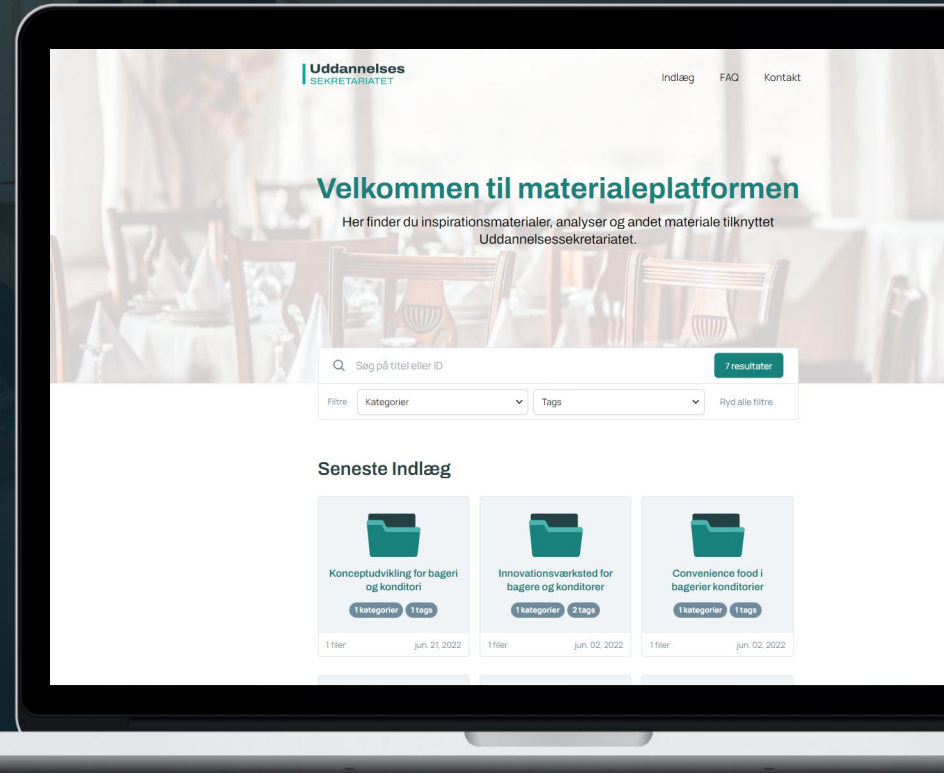
(Idéen omkring Praktikmatch.dk er beskrevet på næste side)



#19

Materialeplatform

En dedikeret online platform hvorfra alle udviklede undervisningsmaterialer, læringsforløb, faglærerseminarer, analyseprojekter mv. kan gøres let tilgængelige i én samlet og overskuelig løsning for undervisere, kursister og virksomheder



19. Materialeplatform til faglige udvalg/sekretariater

Udfordring

De faglige udvalg og sekretariater mangler en god løsning til hosting og deling af filer

De faglige udvalg og sekretariater er forpligtede til at kunne give adgang til filer og materialer, som er udviklet som del af projekter med tilskud fra ministeriet.

Materialeplatformen.dk giver for nuværende ikke mulighed for at uploade filer, hvorfor disse skal hostes på egen hjemmeside eller på eget fildrev såsom fx. Sharepoint, Dropbox eller Google Drive.

Flere uddannelsessekretariater ønskede derfor en intuitiv og let anvendelig platform, hvorfra alle udviklede undervisningsmaterialer, læringsforløb, faglærerseminarer, analyseprojekter mv. kunne gøres let tilgængelige i én samlet og overskuelig løsning, som der kunne linkes til fra bl.a. materialeplatformen.dk og sekretariatets egen hjemmeside.

Potentiale

Bedre fildeling og brugeroplevelse for elever/kursister, undervisere og virksomheder

For at sikre en bedre brugeroplevelse og lette arbejdsopgaverne i forbindelse med administration og vedligehold af filer/materialer, etableres et online filarkiv med en brugervenlig grænseflade, hvorfra filer og materialer let kan fremsøges ved hjælp af søgning på relevante kategorier, tags og FKB-numre.

Som supplement kan produkterne gøres aktive, så de kan anvendes direkte on demand på platformen.

Potentialet består i tidsbesparelser samt i at kunne tilbyde en bedre og mere overskuelig brugeroplevelse for materialernes målgruppe.

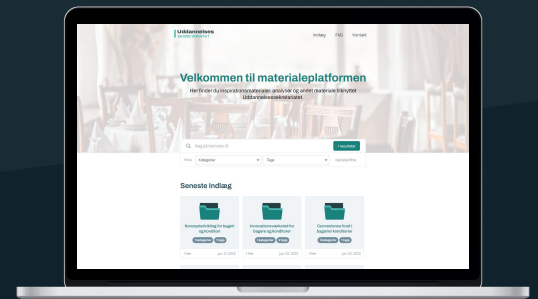
Løsning

En standardiseret materialeplatform

Materialeplatformen er udviklet målrettet de faglige udvalg/sekretariater og indeholder bl.a. følgende funktioner:

1. Forside med introduktion til materialeplatform
2. Søgefunktion i realtid på tags, kategorier og eksempelvis FKB-numre
3. Dedikeret side med beskrivelse af hvert materiale, herunder mulighed for download af samtlige eller enkelte filer
4. Mulighed for afvikling af videoer, læringsforløb mv.
5. Adgang til FAQ
6. Adgang til kontaktpersoner i det faglige udvalg/sekretariatet

Herudover, har løsningen en simpel backend, som gør det muligt for det faglige udvalg/sekretariat selv at tilføje, redigere og slette materialer fra platformen.



#20

Lancerings kampagne

En lanceringskampagne bør indtænkes som en del af alle projekter.

Kampagnen skal sikre, at alle relevante parter har kendskab til de udviklede initiativer, koncepter og produkter, som skal sikre flere lærepladser – og ikke mindst at de hurtigt tages i anvendelse.



20. Lanceringskampagne

Format

Marketingskampagne ved lancering af projekt

Der igangsættes en marketing- og salgskampagne, som skal informere og sælge idéen om det pågældende projekt eller koncept til målgruppen.

Oplysningskampagnen har til formål at oplyse og inspirere de relevante parter (vejledere, konsulenter, undervisere, virksomheder etc.) om det nye initiativ, event, platform eller projekt samt, hvordan initiativet kan bidrage til skabelsen af flere lærepladser.

For at sikre, at projektets potentiale indfries, igangsættes en oplysningskampagne, som skal sikre, at projektet bliver bæredygtigt og tages i anvendelse på skolerne eller i virksomhederne hurtigt.

Indsatsen er et godt supplement til det faglige udvalgs egen indsats med at promovere projektet, men det har til formål at sikre endnu højere adoption og kendskabsgrad blandt målgruppen for projektet.

Metode

Gennemførelse af marketingkampagne om projektaktiviteter mod nøglepersoner

Med afsæt i traditionelle marketing- og salgsaktiviteter gennemføres en oplysningskampagne mod produktets målgruppe.

Oplysningskampagnen består typisk af følgende leverancer:

1. Udarbejdelse af oplysningsmaterialer
2. Udarbejdelse af kontakliste
3. Telefonisk kontakt til målgruppen med oplysninger om det nye projekt og invitation til webinar
4. Opfølgingsmail med tilmeldingslink til webinar
5. Kontakt via e-mail til alle som vi ikke er kommet i kontakt med telefonisk
6. Afholdelse af webinar for målgruppen

Output

Høj adoption blandt produkternes målgrupper

En oplysningskampagne skal sikre, at alle relevante parter har kendskab til de udviklede initiativer, koncepter og produkter, som skal sikre flere lærepladser - og ikke mindst at de hurtigt tages i anvendelse.





Anbefalinger

Som tillæg til kataloget har vi samlet en række anbefalinger og opmærksomhedspunkter, som vi mener, de faglige udvalg bør forholde sig til i forbindelse med igangsætning af fremtidige projekter.



Anbefalinger og opmærksomhedspunkter

Opmærksomhedspunkt

Manglende synergi på tværs af projekter, som kan resultere i dobbeltudvikling.

De faglige udvalg er som en del af trepartsaftalen sat i en position, hvor digitaliseringen øges markant. Flere faglige udvalg mangler digitale platforme og værktøjer til at understøtte udviklingsbehov og projektindsatser, særligt i relation til digital læring.

Det kan være en stor udfordring, at få adgang til relevante udviklere på skolerne. Skolernes planlægningshorisont matcher sjældent projektets deadlines.

Hosting af online spil, hjemmesider, digitale læringsforløb eller andre digitale produkter er oftest ikke tænkt ind i projektoplæg.

De faglige udvalg bør stille systemkrav til leverandørerne i tilbudsprocessen.

Mange gode trepartsprojekter eller initiativer realiserer ikke deres fulde potentiale. Det skyldes som udgangspunkt ikke, at projekterne eller initiativerne var dårlige, men skyldes udelukkende en mangel på vedholdende kommunikation og starthjælp til de interessenter, som var den primære målgruppe.

Anbefaling

Der igangsættes mange projekter samtidig – og vi oplever af og til et overlap i projektaktiviteter. Det bør overvejes inden projekter igangsættes, om der er et synergipotential, og om hvorvidt flere projekter kan tænkes mere sammen. Hvis man forventer at igangsætte et initiativ på tværs af flere uddannelser, bør man ligeledes overveje, om det skal inkluderes i rammesætningen for projektet fra start.

Der er behov for en digital strategi hos de faglige udvalg samt, at der **vælges, indkøbes og implementeres et Learning Management System (LMS)**, som kan håndtere afvikling af digitale læringsforløb. Pt. hostes mange udviklede projektinitiativer hos leverandørerne, da de faglige udvalg ikke selv har de fornødne digitale værktøjer og platforme til rådighed.

Involvér skolerne allerede i projektets opstartsfasen og afsæt udviklingsdage min. fire til seks måneder frem i tiden.

Når der udvikles digitale løsninger er hosting oftest en udfordring, da udviklingsomkostningerne oftest er rammesat til x-antal år. Der er behov for at tydeliggøre forventninger til hosting i projekterne – og der bør ligeledes stilles krav om, at leverandørerne synliggøre dette for at skabe overblik over de fremtidige driftsomkostninger ved digitale platforme etc.

Som følge af igangsættelsen af flere projekter bør de faglige udvalg definere rammer og standarder for udviklingsprojekter, som leverandørerne skal overholde – særligt når der er tale om digitale indsatser såsom digital læring. Dette er især væsentligt, hvis de faglige udvalg ønsker at stille digital læring til rådighed for skoler, virksomheder eller andre. Det skal sikres, at de udviklede læringsforløb understøtter eksisterende standarder, så de også kan udvikles på skolernes egne LMS-systemer (såfremt det er et krav)

Hvordan et projekt distribueres til målgruppen bør indtænkes som en del af projekterne, og der bør afsættes økonomi til dette. Vi opfordrer til, at der ved alle trepartsinitiativer afsættes økonomi til en lanceringskampagne om initiativerne, så de ikke drukner i mængden og ikke tages i anvendelse.

Noter

Skriv dine noter til koncepterne her

Skal vi tage en uforpligtende samtale om jeres muligheder?



Kristian Stagis

kst@edura.dk
+45 4280 3205



Jacob Friis Pedersen

jfp@companyoung.com
+45 4243 6263