

Styrkelse af AMU-læreres kendskab til merkantile jobområder

Et idékatalog til øget viden

April 2009



Mærsk Nielsen HR

Jystrup Bygade 4

4174 Jystrup

Tlf. 35 13 22 77

lizzie@maersk-nielsen.dk

www.maersk-nielsen.dk

ISBN: 978-87-92324-03-0

1. Hvordan kan AMU-lærere øge deres kendskab til merkantile jobområder?	4
2. Indsamling af viden.....	6
<i>Skriftlige kilder.....</i>	<i>6</i>
<i>Dialog med virksomhederne.....</i>	<i>7</i>
3. Dialog og samarbejde med forskellige aktører.....	8
<i>Dialog og samarbejde med de faglige organisationer</i>	<i>8</i>
<i>Små og mellemstore virksomheder</i>	<i>8</i>
<i>Dialog med grupper af virksomheder.....</i>	<i>8</i>
<i>Case – konkret forløb med butikcenter.....</i>	<i>10</i>
<i>Store virksomheder.....</i>	<i>11</i>
<i>Case – forløb med en stor virksomhed</i>	<i>11</i>
4. Lærere i praktik i virksomheder.....	12
Praktikguide før-fasen.....	12
<i>Formål og mål for Praktik i discount butik</i>	<i>14</i>
<i>Model til forberedelse af praktikforløb</i>	<i>15</i>
<i>Case – observationsbesøg/"praktik" i flere virksomheder</i>	<i>16</i>
<i>Case – praktikforløb hos kursister</i>	<i>16</i>
Under praktikforløbet:.....	17
<i>Case - Styrkelse af AMU-læreres kendskab til merkantile jobområder</i>	<i>19</i>
Efter praktikforløbet – evaluering og effektmåling	21
<i>Dagbog fra praktik i discount butik.....</i>	<i>23</i>
<i>Case – praktikforløb i stor detailvirksomhed.....</i>	<i>24</i>
5. Videndeling	25
<i>Database</i>	<i>26</i>
<i>Værd at være opmærksom på</i>	<i>26</i>
<i>Videndeling eksternt mellem skoler og andre aktører</i>	<i>27</i>
6. Fra kendskab til merkantile jobområder til fagdidaktiske kompetencer	28
<i>Logbog/Læringsdagbogen.....</i>	<i>28</i>
<i>Indholdet i undervisningen (inden for AMU-målene):</i>	<i>31</i>
<i>Sammenhæng mellem mål for - og resultat af - undervisningen</i>	<i>32</i>
<i>Case – en større gruppe fra samme branche.....</i>	<i>33</i>
7. Bilag	34
<i>Bilag 7.1 Eksempler på relevante kilder.....</i>	<i>34</i>
<i>Bilag 7.2. Spørgeramme</i>	<i>40</i>
<i>Bilag 7.3. Forespørgselsbrev der sendes ud til kommende praktikvirksomheder.....</i>	<i>43</i>
<i>Bilag 7.4. Praktikftale - sendes ud når praktikforløbet er aftalt.....</i>	<i>44</i>
<i>Bilag 7.5. Brev til kollegaer.....</i>	<i>45</i>
<i>Bilag 7.6. Brev til praktikvirksomhed.....</i>	<i>46</i>
<i>Bilag 7.7. Arbejdsskema til virksomhedsbesøg.....</i>	<i>47</i>
<i>Bilag 7.8. Model for forudsætninger for læring og uddannelse</i>	<i>48</i>
<i>Bilag 7.9. Involvering og videndeling af et TUP-projekt</i>	<i>49</i>
<i>Bilag 7.10. Databasen Videndeling.....</i>	<i>51</i>

1. Hvordan kan AMU-lærere øge deres kendskab til merkantile jobområder?

For at sikre at arbejdsmarkedsuddannelserne matcher kompetenceudviklingsbehovene i virksomhederne, er det vigtigt, at AMU-lærerne har et solidt kendskab til det enkelte jobområde, som de underviser inden for.

Derfor er Tietgenskolen, Handelsskolen Minerva, Roskilde Handelsskole, Handelsskolen Sjælland Syd og Niels Brock gået sammen om dette udviklingsprojekt, hvor omdrejningspunktet har været, hvordan AMU-lærere kan styrke deres kendskab til merkantile jobområder.

Projektet er et TUP-projekt (Tværgående Udviklingspulje), der har fået økonomisk støtte af Undervisningsministeriet. Projektets formål har været at udvikle og afprøve modeller, der understøtter AMU-læreres kendskab til merkantile jobområder – f.eks. gennem praktikforløb i virksomheder. Derudover er der blevet sat fokus på mulighederne for at udvikle en model for effektmåling af praktikforløb.

Det styrkede kendskab til brancheområderne har til hensigt at opkvalificere dialogen mellem skolerne og virksomhederne om medarbejdernes kompetenceudviklingsbehov og styrke tilrettelæggelsen og gennemførelsen af praksisnær undervisning, som kan øge medarbejdernes motivation til deltagelse i arbejdsmarkedsuddannelser.

Deltagerne i projektet har som afslutning på projektet skulle bidrage til udarbejdelse af dette idékatalog med de udviklede og afprøvede modeller til styrkelse af AMU-lærers kendskab til merkantile jobområder. Idékataloget kan forhåbentlig fungere som inspiration for lærere og andre interessenter inden for området.

De udviklede og afprøvede modeller er primært eksemplificeret inden for detailhandelsområdet, men modellerne vil kunne overføres til såvel andre brancher inden for de merkantile jobområder som til helt andre brancher.

Idékataloget sætter fokus på forskellige metoder til indsamling af viden, såvel skriftlige kilder som dialog med virksomheder og andre aktører. En væsentlig del af idékataloget beskriver forskellige modeller til planlægning, gennemførelse og evaluering af praktikforløb. I kataloget er der desuden fokus på videndeling – både på skolerne og mellem skolerne samt mellem skolerne og andre aktører på de merkantile jobområder.

Det sidste kapitel i idékataloget beskriver, hvordan man kan komme fra kendskab til merkantile jobområder og til fagdidaktiske kompetencer, der kan resultere i praksisnær undervisning af AMU-kursisterne.

Bidragyderne til idékataloget er:

Annette Valløe Eriksen, Erhvervsakademiet Minerva

Mette Krog, Erhvervsakademiet Minerva

Claus Knudsen, Handelsskolen Sjælland Syd

Reidar Bargholz, Niels Brock

Ulla Byskov Kinnerup, Niels Brock

Annie Wallach, Roskilde Handelsskole

Gunnar Petersen, Roskilde Handelsskole

Tino Vincents, Roskilde Handelsskole/Business Result

Claus Koch Olesen, Tietgenskolen

Eiler Skovbjerg, Tietgenskolen

Per Hjorth Andersen, Tietgenskolen

Mette Aastradsen og Lizzie Mærsk Nielsen fra konsulentvirksomheden Mærsk Nielsen HR – der begge har fungeret som eksterne konsulenter på udviklingsprojektet – har været redaktører på idékataloget.

Som led i projektet er der udarbejdet en rapport, der mere detaljeret beskriver projektets mål, indhold og forløb. Rapporten *Styrkelse af AMU-læreres kendskab til merkantile jobområder – Rapport fra et TUP-projekt* kan hentes på www.emu.dk.

2. Indsamling af viden

Der findes en lang række skriftlige kilder, hvorfra AMU lærerne kan hente viden om de merkantile jobområder. Det kan være lige fra branchebeskrivende tidsskrifter til analyser og rapporter; der findes hjemmesider og nyhedsbreve, og desuden ligger de enkelte virksomheder inde med materiale, som kan være nyttig viden for underviseren.

Skriftlige kilder

Der findes en lang række skriftlige kilder, der kan bidrage til lærernes kendskab til de merkantile jobområder.

De fælles kompetencebeskrivelser – FKB – der er udarbejdet af efteruddannelsesudvalget HAKL, giver rigtig gode beskrivelser af de forskellige merkantile jobområder.¹

FKB'erne med beskrivelserne af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer kan især være til stor hjælp for lærere, der bevæger sig ind på merkantile jobområder, som de ikke på forhånd har indgående kendskab til. F.eks. kan en lærer, der skal undervise en gruppe kursister, der kommer fra turistbureauerne, få glæde af at læse FKB'en *Turist og rejse*. Den øgede viden om brancheområdet kan bl.a. bidrage i tilrettelæggelse af en mere praksisnær undervisning.

Hvis en lærer gerne vil øge sit kendskab til f.eks. detailhandelsområdet, findes der en række informationer i bl.a. "Dansk Handelsblad", "Super Avisen" og "Hvem er hvem i dansk detailhandel". Desuden kan butikkernes hjemmesider også indeholde mange relevante oplysninger at hente her.

¹ Efteruddannelsesudvalget Handel, Administration, Kommunikation & Ledelse (HAKL): <http://www.haklnet.dk/Default.aspx?ID=818>

Endelig vil det være helt oplagt at undersøge, hvilke markedsføringsmaterialer butikken/kæden benytter, da underviserne kan få et godt billede af sortiment og butikkens profil gennem læsning af disse materialer.

I boksen følger en række andre eksempler på skriftlige kilder, f.eks. nyhedsbreve og rapporter:

Nyhedsbreve fra brancheorganisationer, efteruddannelsesudvalget, konkrete virksomheder etc., f.eks.

- Best Travel
- HK Aktuelt
- HK Handel

Artikler, rapporter og analyser

- Assistent, sælger eller livsstilsekspert?
- Dansk turisme. Tendenser og tal
- Fra administrativ arbejdshest til merkantil multikunstner
- Fremtidens kontorarbejde
- Projekt Kompetenceløft
- Vanskelige kunder

Websider

- Modernisering.dk
- www.takeoff.dk

Andet

- Buyology

Se nærmere beskrivelse af de forskellige materialer i bilag 7.1.

i aviser, fra organisationsblade og faglige organisationer.

Lærebøger og andre tilgange til dansk detailhandel.

- Detailuddannelse i Danmark. Forlag Ludox. www.ludox-forlag.dk
- Salgsassistentuddannelsen – Grundbog. Forlaget 94
- Detailhandel, Teori og praksis. Forlaget Nelliken
- Afdækning af realkompetencer blandt butiksansatte i detailhandelen, DMUA Research,
- Detailkonference
- Detailhandelens dag i Børsen, Dansk Erhverv
- Indhentning af materialer fra kursister – info ved præsentation
- Detailhandelsmesser (fødevaremesser i Herning, modemesser i BellaCenteret)
- Kurser for undervisere rettet mod branchen
- Teamlærermøder, hvor der videndeles

Dialog med virksomhederne

I den direkte dialog med virksomhederne kan der indhentes mange informationer.

Inden for detailhandelsområdet kan læreren/skolen f.eks. have en kontaktbutik, som der kan være et tæt samarbejde med, så læreren kan indhente forskellige informationer, der kan være til hjælp i tilrettelæggelse af undervisningen. Denne kontakt kan f.eks. være til butikkens oplæringsansvarlige, som underviseren har som ”buddy” partner, hvor underviser og oplæringsansvarlig kan inspirere hinanden om nye tiltag henholdsvis i det merkantile jobområde og detailuddannelserne.

Når en lærer/skole har et godt samarbejde med en større virksomhed kan det ofte give mulighed for, læreren kan få adgang til virksomhedens interne personaleblade og andre former for informationsskrivelser. I

de større virksomheder vil samarbejdet ofte foregå med virksomhedens HR-afdeling, der kan inspirere med megen viden om de udfordringer, som medarbejderne møder i hverdagen, og som skolen kan bidrage til at kompetenceudvikle medarbejderne i forhold til. Læs mere om dialog og samarbejde med virksomhederne i kapitel 3.

Lærere kan få stor inspiration til deres undervisning ved at deltage i konferencer og brancherelaterede kurser eller seminarer. Desuden kan lærerne også hente viden gennem deltagelse i forskellige brancherelaterede messer.

Endelig kan lærerne videndele med kollegaer både på egen skole og mellem de forskellige handelsskoler. Læs mere herom i kapitel 5.

3. Dialog og samarbejde med forskellige aktører

AMU-læreres kendskab til de merkantile jobområder kan øges betragteligt gennem dialog og samarbejde med forskellige aktører, som f.eks. de faglige organisationer og virksomhederne. Især i forhold til de mindre virksomheder kan det være vanskeligt at fastholde en god dialog, da de typisk kun har få medarbejdere, der deltager i arbejdsmarkedsuddannelserne. Derfor må dialogen og samarbejdet med de små virksomheder finde andre kanaler. Billedet ser ganske anderledes ud i forhold til de store virksomheder, og i forhold til virksomheder, der indgår i kæder, da de oftest har professionelle HR-afdelinger.

Dialog og samarbejde med de faglige organisationer

Dialog med organisationerne – HK Handel og Dansk Erhverv – kan give høj grad af inspiration til lærerne.

Lærernes deltagelse i udviklingsarbejde i forbindelse med udviklings af nye uddannelser – f.eks. omkring salgsassistentuddannelse - eller udvikling af AMU mål kan ligeledes give et stort kendskab til de merkantile jobområder.

Inden for detailhandel kan der lokalt samarbejdes med handelsstandsforeninger, cityforeninger, Industri og Handelskammer. Desuden kan de lokale HK afdelinger give megen inspiration samt indgang til brancherne, da såvel de ansatte på HK kontorerne som medlemmerne har fingeren på pulsen vedrørende viden om de merkantile områder.

Det kan f.eks. give lærerne stort udbytte at have kontakt til aktive tillidsrepræsentanter, der har fokus på uddannelse.

Små og mellemstore virksomheder

Det er ikke vanskeligt at komme i kontakt med de små og mellemstore virksomheder inden for detailhandel, men det er sjældent, at det er her, de store nye inspirationskilder ligger for undervisere, der vil have kendskab til det merkantile område. Da der imidlertid er megen politisk fokus på kompetenceudvikling i forhold til de små og mellemstore virksomheder, så skal der sættes ressourcer af, så underviserne også kan gennemføre kvalificeret uddannelse for denne gruppe, der måske har størst behov for efter- og videreuddannelse.

Dialog med grupper af virksomheder

I mange små og mellemstore virksomheder er der kun et meget begrænset kendskab til efteruddannelsesmuligheder inden for arbejdsmarkedsuddannelserne.

Det er derfor også inden for denne gruppe af virksomheder, at efteruddannelsesaktiviteterne er mindst. For at forøge efteruddannelsen i små og mellemstore virksomheder er der igangsat mange aktiviteter, der kan øge virksomhedernes kendskab til uddannelsessystemet.

Inden for detailhandlen er mange af de små og mellemstore virksomheder ofte en del af en kæde, som er mere eller mindre konceptstyrede. Flere af disse kæder har en central HR afdeling, der tager hånd om kædens formaliserede efteruddannelse. Ofte har kæderne indgået et efteruddannelsessamarbejde med en udvalgt handelsskole. Disse efteruddannelser fokuserer ofte på lederuddannelser eller produkt-/vareuddannelser.

Samarbejdet med en kæde er noget nemmere. De fleste kæder har allerede udvalgt sig en samarbejdspartner, hvilket giver den enkelte underviser en god indgang til at indhente viden om kædens profil, koncept, sortiment, teknologi m.m.

Jo tættere et samarbejde, jo flere informationer kan indhentes. Nyhedsbreve, interne blade, adgang til intranet og anden intern kommunikation kan i høj grad styrke underviserens kendskab til netop den kædes særkender, og derved inspirere og gøre undervisningen autentisk i forhold til medarbejdernes daglige arbejde.

De mere generelle uddannelser tager kæderne sig ofte ikke af. Her kan den lokale handelsskole forsøge at indgå et samarbejde med virksomhederne. Skolen kan bidrage til at danne netværk på tværs af de forskellige butikstyper og igangsætte lokale uddannelser for butikkens frontpersonale.

Underviserne på de lokale handelsskoler kan tage kontakt til handelsstandsforeninger, cityforeninger eller centerforeninger for at få kendskab til den lokale handelsstand. Hvad rører der sig i deres forening? Hvilke behov er der? Hvordan er butiksb Branchen sammensat? Denne viden kan give inspiration til underviseren, der får lokalt kendskab til detailhandelen og der-

ved kan implementere det i sin undervisning, så undervisningen bliver mere praksisnær.

For yderligere inspiration om netværksdannelse m.m.:

*Samarbejdspartner eller konkurrent
- En analyse af uddannelsesplanlægning i branchenetværk*

Teknologisk Institut, Arbejdsliv, 2003

En handelsskole har f.eks. haft gode erfaringer med at samarbejde med et stort butikscenter om kompetenceudvikling af medarbejderne (se en nærmere casebeskrivelse i boksen på følgende side)

Resultatet af samarbejdet blev, at der med stor succes blev gennemført et salgskursus for medarbejdere fra de forskellige butikker. Der er udsigt til, at der snart skal gennemføres et forløb i grundlæggende ledelse for nye og kommende ledere.

Underviserne fik øget deres kendskab til det merkantile område, fordi de selv var ude at lave undersøgelser om de behov for uddannelse, der lå latente i butikscenteret. Igennem de samtaler, som underviserne havde med butikscheferne, fik de et billede af, hvad butikkerne stod for, hvilke arbejdsrutiner, der var væsentlige, og hvad det vil sige for butikkerne at være en del af et stort butikscenter.

Kendskab til de enkelte butikker bliver ikke nær så stor ved denne model, som når der er tale om et samarbejde med en bestemt kæde, hvor underviserne har en HR afdeling, et bestemt butikskoncept og nogle udvalgte butikker at tage udgangspunkt i.

Case – konkret forløb med butikcenter

Et meget stort butikcenter ville gerne have igangsat efteruddannelse for centerets ansatte medarbejdere. Centerledelsen havde selv forsøgt at igangsætte uddannelsesaktiviteter med en privat virksomhed, men dette mislykkedes på trods af, at der i butikcenteret er ca. 1.200 medarbejdere. Det er i det hele taget vanskeligt at få gang i efteruddannelse indenfor detailhandelen på "åbne" hold.

Den lokale handelsskole tog fat i centerledelsen for at invitere til samarbejde. Centerledelsen tog imod invitationen, der mandede ud i, at handelsskolen gennemførte en undersøgelse af, hvad der kunne være relevant at tilbyde af efteruddannelser butikkerne på tværs. Mange af butikkerne er en del af et kædesamarbejde, så det var vigtigt at finde nogle fællesnævner, der kunne bære. Undersøgelsen blev gennemført som besøg i de enkelte butikker, hvor handelsskolens konsulent med udgangspunkt i et spørgeskema undersøgte behovene for uddannelse – hvilke kæderne tog sig af og hvilke de ikke tog sig af.

Undersøgelsen viste, at uddannelser indenfor generel salgsteknik, grundlæggende lederuddannelser og akademiuddannelsen AU retail kunne matche en stor gruppe af butikkerne. Endvidere viste undersøgelsen, at vi tidsmæssigt skulle lægge uddannelserne tirsdag og onsdag formiddag, da dette passede bedst ind i butikernes ugentlige rytme.

Efterfølgende udarbejdede handelsskolen markedsføringsmaterialer, der havde fokus på disse fællesnævner. For at sikre, at der kom gang i uddannelserne, blev det aftalt med centerledelsen at centeret stillede lokaler til rådighed, så kursusedtagerne havde let ved at komme til kursus og efterfølgende let ved at komme på arbejde.

Kendskabet bliver mere af generel karakter, men suppleret med de beskrivelser af detailhandlen, der fremgår af den fælles kompetencebeskrivelse, får underviseren en pæn indsigt i, hvad jobområdet indeholder. Undersøgelsen gav underviserne en rigtig god indsigt i, hvilke kompetenceudviklingsbehov der ikke blev dækket af kædernes HR afdelinger, og som det kunne være relevante at tage op lokalt.

Med udgangspunkt i undersøgelsen, den fælles kompetencebeskrivelse og underviserens egen praktiske og teoretiske baggrund i detailhandelen blev det første kursusforløb en stor succes. Undervisningen blev praksisnær og relevant for medarbej-

derne, der arbejder i det butikcenter, som de har som fælles referenceramme.

Efterfølgende tiltag

Modellen, der blev brugt i det store butikcenter, bliver nu brugt i handelsskolens lokalområder: City, andre centre, kystbyerne. Konceptet er det samme:

- Kontakt til handelsstandsforeningerne.
- Afdækning af behov for kompetenceudvikling gennem besøg i de enkelte butikker.
- Gennemførelse af uddannelsen ude i lokalområdet – evt. i stor-kommunen.

Store virksomheder

De store virksomheder og detailkæder har i adskillige år gjort brug af AMU som en del af deres medarbejderudvikling. Typisk har disse virksomheder en HR afdeling, hvor der udvikles formaliserede karriereforløb for deres medarbejdere.

Ofte har disse store virksomheder og kæder indgået et formaliseret samarbejde med en enkelt eller et par handelsskoler, der i et samarbejde står for uddannelse af medarbejderne i denne type virksomheder.

Der er typisk en tæt kontakt mellem virksomhed og handelsskole. Virksomhederne har stor viden om de muligheder, der findes i AMU og kan i samarbejde med han-

delsskolen finde de AMU mål, der tilgodeser de uddannelser, der er aktuelle for virksomheden.

Samarbejdet med en kæde er noget nemmere. De fleste kæder har allerede udvalgt sig en samarbejdspartner, hvilket giver den enkelte underviser en god indgang til at indhente viden om kædens profil, koncept, sortiment, teknologi m.m.

Jo tættere et samarbejde, der er mellem kæden og skolen, jo flere informationer kan indhentes. Nyhedsbreve, interne blade, adgang til intranet og anden intern kommunikation kan i høj grad styrke undervisernes kendskab til netop den kædes særkender, og derved inspirere og gøre undervisningen autentisk i forhold til medarbejdernes daglige arbejde.

Case – forløb med en stor virksomhed

En stor kæde havde et ønske om at gennemføre uddannelse om, hvordan man arbejder med budget og regnskab i forbindelse med et nyt regnskabs- og salgsovervågningssystem. HR afdelingen kontaktede den samarbejdende handelsskole, de gerne ville have skulle komme med et oplæg.

Handelsskolen råder over 2 medarbejdere, der i forvejen havde et vist kendskab til systemet, men på handelsskolen aftaltes det, at de 2 undervisere skulle opdatere deres viden ved at være i praktik en uge fordelt over en vis tidsmæssig periode og i forskellige butikstyper.

HR afdelingen havde en idé om, hvordan man inden for uddannelsens målbeskrivelse kunne skrue en uddannelse sammen. Underviserne ville dog gerne ud i butikkerne for at få en fornemmelse for systemet, forskellige medarbejders behov.

Der blev lavet en praktikaftale med 4 butikker, hvor underviserne var i praktik. Underviserne fik i praktikperioden større kendskab til selve systemet, men de fik i høj grad en viden om, hvilke behov de enkelte medarbejdergrupper havde. Det viste sig også at de forventninger som HR afdelingen havde og de forventninger butikkerne og medarbejderne havde ikke var 100 % identiske.

Efterfølgende fandt underviserne sammen med HR afdelingen modellen, der indenfor AMU uddannelsens mål og rammer kunne gennemføres mest optimalt.

Undervisernes kendskab til dette aktuelle merkantile område blev større både fagligt, metadisk og pædagogisk. Kursisternes målopfyldelse blev større. Underviserne mere autentiske i

4. Lærere i praktik i virksomheder

Et praktikforløb i en eller flere virksomheder kan være en meget givtig måde for underviseren til at styrke kendskabet til et givent jobområde. Gennem udviklingsprojektet er der blevet arbejdet på at udarbejde nogle modeller for strukturerede praktikforløb. Der er lagt stor vægt på, at praktiskforløbene skal være strukturerede, så de får størst mulig effekt - både for den enkelte lærer og for de øvrige involverede parter: virksomheden, kursisterne og skolen.

Praktikforløb skal struktureres i forhold til målsætningen. Skal praktikforløbet skabe et større kendskab til en hel branche, eller sektorer inden for branchen? Skal det bruges til at skabe kendskab til en gruppe kursisters hverdag for bedre at kunne tilrettelægge undervisningen, eller skal det bruges til at øge kendskabet til en enkel virksomhed/kæde med henblik på kompetenceudviklingsmuligheder. Måske skal det bruges til at opnå viden om anvendelsesområder for et nyt regnskabssystem etc. Måske til noget helt andet.

Det er vigtigt, at underviseren forbereder sig **før** opholdet både i forhold til de rent praktiske aftaler med virksomheden, men også i forhold til egne og måske sko-

lens/kollegaers målsætninger med opholdet.

På samme måde er det vigtigt, at underviseren handler efter målsætningerne **under** opholdet, og at vedkommende gør sig overvejelser af både praktisk og faglig karakter.

Det er vigtigt, at resultaterne af opholdet bruges optimalt, at der evalueres og effektmåles **efter** opholdet - i forhold til egen målsætning, og at der foretages en evaluering med virksomheden og videndeles på skolen. Endelig er det vigtigt at gøre sig nogle tanker omkring, hvordan den ny erhvervede viden kan omsættes til fagdidaktiske overvejelser til brug i undervisningen.

Praktikguide før-fasen

Fase 1 – Det aftales på skolen, at underviseren skal i praktik

Behovet for målrettet at arbejde med etablering af praktikophold som udgangspunkt for styrkelse af AMU lærerens kendskab til merkantile jobområder, kan udspringe fra f.eks. underviserens MUS-samtale, uddannelsesinstitutionens strategiske satsning på nye kundesegmenter mv. Nogle uddannelsesinstitutioner har udarbejdet en egentlig strategi for læring via praktikophold i virksomheder. Som led i udmøntningen af denne strategi er der fastlagt ressourcer til

praktikophold, fx 1 uge pr. underviser pr. år.

Hvis udgangspunktet for fastlæggelse af vidensgab er afledt af gennemført MUS-samtale, eller en ny kunde der udtrykker behov for, at underviseren tilegner sig viden om virksomhedens kultur, teknologi, opgaver, kunder mv., kan underviserens vidensgab med fordel indtastes i et HR system – f.eks. SUM-IT.

Der kan være tale om vidensbehov, der kan understøtte AMU-lærerens kendskab til

merkantile behov med flere indfaldsvinkler. Den ene indgangsvinkel kan være, at vidensbehovet opstår, fordi en ny eller eksisterende kunde udtrykker behov for, at underviseren opholder sig fysisk i virksomheden for at få indblik i virksomhedsinterne forhold. Den anden indgangsvinkel kan udspringe af et erkendt behov på uddannelsesinstitutionen for intern kompetenceudvikling via praktikophold.

Fase 2 – Den rette virksomhed findes

Den første overvejelse går på at identificere den branche/virksomhed, der kan være ramme om den læring der efterspørges. Her er forhold som opgavesammensætning, IT- & teknologianvendelse, kunder, størrelse mv. væsentlige parametre.

Efter valg af relevant branche/virksomhed kontaktes denne og drøftelsen omkring muligheden for praktik, herunder formål, mål, gensidig forventningsafklaring og resourceforbrug indledes.

Som udgangspunkt for dataindsamling, genereret i interviewform hos virksomheden, kan anvendes en spørgeramme. Se eksempel i bilag 7.2. Spørgsmålenes relevans afhænger naturligvis af underviserens målsætning med opholdet, så det er vigtigt at plukke de spørgsmål, som er relevante og slette/tilføje andre selv. Spørgsmålene til virksomheden skal være af generel karakter. De skal belyse, om virksomheden er den rette til det ønskede formål; hvor mange ansatte er der? Hvordan er organisationen; findes den afdeling, som er relevant? etc. Efter interviewet er gennemført kan de indhøstede data med fordel lægges ind i uddannelsesinstitutionens CRM system.

Når virksomheden er fundet, skal der indgås en praktikaftale. Naturlige emner, der bør være indeholdt i praktikaftalen, er en beskrivelse af formål, mål, en plan for praktikopholdet, møde- og arbejdstider, adgangsforhold, forventningsafstemning, etiske spilleregler, forsikringsforhold m.m.

I forhold til underviserens egen arbejdsplads skal det synliggøres, at der foreligger en plan for underviserens praktikophold – se udkast til brev bilag 7.5.

Tilsvarende skal virksomhedens ledere og medarbejdere have kendskab til praktikan- tens plan for praktikopholdet i virksomheden. Se udkast til brev bilag 7.6. Herefter udarbejdes en praktikplan indeholdende oplysninger om mødetider, påklædning, adgangsforhold, nøglepersoner m.m. Se model side 16. Det kan være en god idé allerede tidligt i forløbet at få en mailadresse på den/de personer i virksomheden, som man skal følge, så man sikrer sig, at vedkommende er orienteret.

3 Gode råd til praktikmål:

1. Fokus er, at det er dig, der skal lære i praktikken
2. Praktikmålet skal være realistisk, målbart og evaluerbart
3. Målet er *ikke* at sælge kurser

Fase 3 – Underviserens målsætninger formuleres

For at få det mest optimale ud af praktikopholdet er det vigtigt, at AMU-læreren gør sig klart, hvad han/hun gerne vil opnå i praktikperioden.

Til dette formål kan det være en god idé at formulere en række mere specifikke spørgsmål/temaer, som ønskes belyst i løbet af opholdet. Et eksempel ses i nedenstående boks. Et andet arbejdsredskab kan være et skema med konkrete emner, som man ønsker viden om, og som udfyldes under praktikopholdet – se eksempel i Bilag 7.7.

Det er vigtigt i forhold til den efterfølgende effektmåling også at gøre sig klart, hvilken viden man allerede ligger inde med, og hvor man kan opnå større kendskab. – læs mere i afsnittet om effektmåling s. 22.

Formål og mål for Praktik i discount butik

Antal dage: 2

Formål: At få en butiksdagligdag genopfrisket. Det er ca. 15 år siden, jeg sidst har arbejdet i en butik.

Dag 1:

Mit ønske er at se, hvordan man i dag håndterer lager, og opsætning af varer. Desuden vil jeg gerne i forbindelse med markedsføring se, hvordan man får den eksterne markedsføring gennemført i butikken. Reklameskilte, opsætning, osv.

Hvordan arbejdes der med conceptplanen i butikken?

Dag 2:

En dag sammen med Chefen: Regnskaber, varebestillinger, personalepleje

Jeg ønsker at deltage i det praktiske arbejde, så meget som det er muligt.

Ting til overvejelse

Forsikring: Hvad hvis jeg ødelægger noget under mit praktikophold? Hvad hvis jeg kommer til skade under praktikken?

Mulige datoer: 20. og 26. januar.

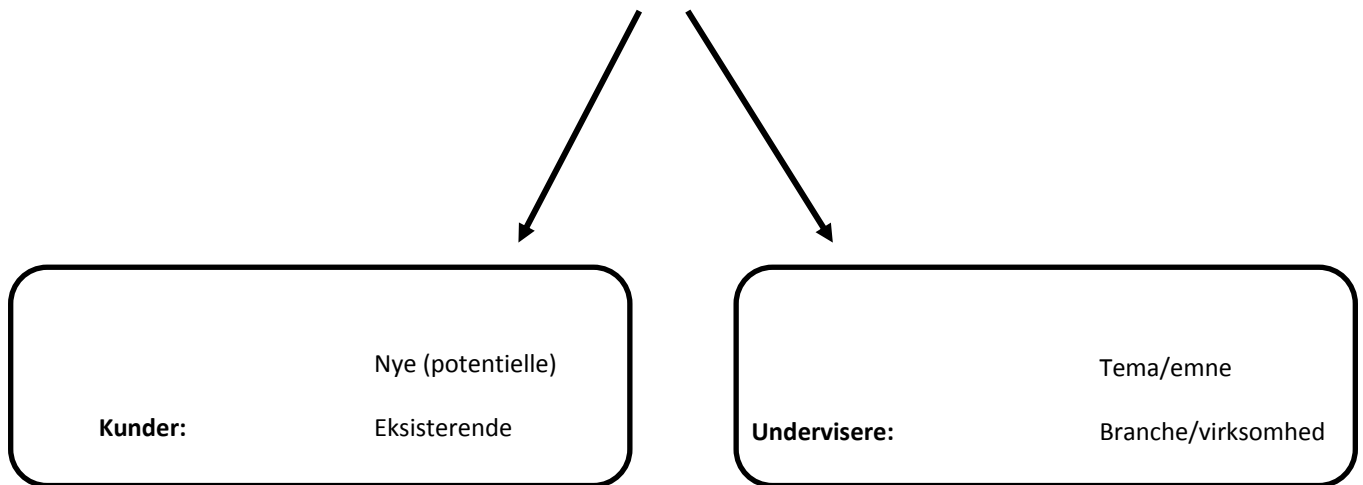
Sted: En discountbutik

Butikkens leder har accepteret de 2 dage, men datoer er ikke endelig fastsat.

Mål: At få kendskab til butikkens dagligdag og dens bestillingssystem.

At lave en kampagneopstilling

Model til forberedelse af praktikforløb



Udvælg relevant virksomhed

- Hvilke kriterier skal være opfyldt (størrelse, igangværende opgaver mv) (se eksempel på skema)
- Kontakt til virksomhed (se forslag til brev)

Gennemfør spørgeguide (se eksempel)

- Resultat indtastes i CRM – videndeling
- Primær fokus på data i "før" fasen

Udarbejd praktikaftale

- Formål
- Mål
- Indhold/ form/tid
- Ressourcer afklares, intern/ekstern
- Forventningsafstemning/ hvad skal der måles på
- "etiske spilleregler" – fortrolighed/ tavshedserklæring
- Forsikringsforhold

Skab åbenhed

- Gør opmærksom på at du skal i praktik over for dine kollegaer (se forslag til brev)
- Gør opmærksom på at du kommer i praktik over for virksomhedens ansatte (se forslag til brev)

Udarbejd praktikplan

- Mødetider
- Påklædning/dresskode
- Nøgle/adgangskode
- Kontaktpersoner

Case – observationsbesøg/"praktik" i flere virksomheder

I forbindelse med et AMU kursus i personligt salg skulle en underviser have 18 kursister fra forskellige butikker/brancher. På grund af den store spredning i brancher og butikstyper besluttede underviseren, at han ville deltage i "praktik" i alle butikkerne. Praktikken bestod i, at underviseren foretog et observationsbesøg i alle butikkerne. Underviseren optrådte som kunde for at se, hvordan butikkerne håndterede service og det personlige salg.

Effekten af besøgene var, at kursisterne oplevede en underviser, som direkte kunne henvise til præcise situationer fra alle butikkerne. Alle kursisterne var alle enige om, at dette var en optimal forberedelse til kurset.

Case – praktikforløb hos kursister

En underviser skulle gennemføre fire AMU kurser for en virksomhed. Efter gennemførelse af det første kursus observerede underviserne, at kursisterne ikke var helt tilfredse med kursusflowet. Derfor besluttede underviseren, at han ville i praktik i virksomheden, for at kunne tilpasse undervisningen og kursusmaterialet til kursisters behov.

Praktikken bestod i at følge medarbejderne i deres daglige rutiner for efterfølgende at kunne lave den praksisnære undervisning. Efter denne praktik var underviserens egen opfattelse, at de næste kurser forløb klart bedre, og at underviserens troværdighed var hævet meget i forhold til første forløb.

Under praktikforløbet:

Når alle forberedelserne til praktikken er opfyldt, er det vigtigt, at underviseren tænker på de praktiske og faglige udfordringer, som kan vise sig under selve opholdet. Når de faglige målsætninger er sat op, skal man overveje, hvordan man rent faktisk får indfriet dem. Her er det vigtigt at overholde virksomhedens spilleregler.

Der er en lang række praktiske overvejelser, man skal gøre sig i forbindelse med et praktikophold i en virksomhed. Herunder følger en opstilling af nogle af disse overvejelser:

Det praktiske:

- **Empati**
At man sætter sig ind i medarbejderens - og virksomhedens situation.
- **Fortrolighed**
At alt, hvad man hører og ser i virksomheden, ikke bliver brugt i andre virksomheder.
- **Situationsfornemmelse**
At man forstår, hvornår man skal trække sig lidt tilbage i forhold til den daglige drift.
- **Falde ind i kulturen**
At man går ind og afspejler virksomheden i væremåde og omgangstone.
- **Dresscode**
At man følger den dresscode, der er sat op for den enkelte afdeling i virksomheden.
- **Mødetid**
Mødetiden skal være den samme som medarbejdernes. Man kommer ikke til direktørtid, hvis resten af den afdeling man følger møder tidligt. Man kommer på samme tid.

- **Adgangskort/navneskilt**

Man følger de krav, der skal være omkring adgangskort eller navneskilt og sørger for at få afklaret med virksomheden, hvad reglerne er.

- **Sikkerhedsregler/spilleregler**

Man følger de sikkerhedsregler, som virksomheden har, og man sætter sig grundigt ind i dem, inden man ankommer til virksomheden.

- **Tavshedserklæring**

Sørger for at der bliver lavet en tavshedserklæring mellem parterne.

- **Ambassadør**

Man skal sørge for at være en god ambassadør både for sin egen virksomhed (altså den man er ansat i) og for den virksomhed, man kommer i praktik i.

For at sikre et godt fagligt udbytte af praktikopholdet, er det vigtigt, at man er målrettet under praktikken. Det handler f.eks. om, at man sikrer, at man får besvaret de spørgsmål, man har formuleret, og som man gerne vil have besvaret under praktikopholdet:

Det faglige:

- **Formulere spørgeramme**

Finde ud af hvad det er, man gerne vil have ud af sit praktikophold. Hvilke ting er det, man gerne vil

lære, og hvilke spørgsmål vil man gerne have belyst.

- **Opfølgning af delmål i forhold til spørgeramme**

Sørge for at der bliver sat nogle delmål i praktikforløbet, så det ikke bliver for uoverskueligt.

- **Ombook aftaler i forhold til delmål ved ændringer i praktik mål**

Være i stand til at kunne vurdere om de delmål man har sat bliver opfyldt og være i stand til at revurdere dem undervejs.

- **360° analyse af problemstilling/formål**

De spørgsmål, som man gerne vil have besvaret uden praktikopholdet, kan være på flere niveauer. Det kan være lige fra nogle helt overordnede spørgsmål om virksomheden og til nogle meget specifikke

spørgsmål, der vedrører specifikke jobfunktioner:

Spørgerammen kan indeholde:

- **Generelt for virksomheden**

Hvad er det, man vil vide om virksomheden, det kunne f.eks. være, hvordan kulturen er i de forskellige afdelinger?

- **Overordnet for branchen**

Hvad er der specielt ved den branche, man vil i praktik i, og hvad gør den branche speciel?

- **Specifikt på jobområde**

Er der et specifikt jobområde, man gerne vil i praktik i, og hvad vil man gerne vide om det jobområde?

- **Specifikt på jobfunktion.**

Hvad er det for en jobfunktion inden for jobområdet, man gerne vil undersøge?

Case - Styrkelse af AMU-læreres kendskab til merkantile jobområder

En landsdækkende virksomhed har besluttet sig for at gennemføre førlederuddannelse for 80 medarbejdere om året fordelt på 4 hold. Virksomheden har foretaget valg af uddannelsesinstitutionen til gennemførelse af dels den Grundlæggende lederuddannelse og dels akademifaget ledelse i praksis. Uddannelsesaktiviteterne skal gennemføres på uddannelsesinstitutionen der ligger centralt placeret i Danmark. Gennemførelsen af hvert hold må højst vare 1 år.

Virksomheden og uddannelsesinstitutionen bliver enige om fordelene ved at lade de involverede undervisere lære virksomheden bedre at kende via praktikophold i virksomheden. Formålet beskrives som:

"at sikre at undervisere/udviklere har det nødvendige kendskab til virksomheden (begreber, opgaver, kultur o.lign.)"

Der udpeges en tovholder fra uddannelsesinstitutionen, der er fagansvarlig og som løbende er i kontakt med kundens HR-funktion. Endvidere er der tilknyttet to undervisere til opgaven. Der er således tre personer, der skal deltage i praktikken.

Der bliver udarbejdet en praktikplan for et 5 dages praktikophold i virksomheden. Samtidig udveksles der materialer, WEB sites mm. omkring virksomhedsspecifikke forhold, således at undviserne har haft mulighed for at opnå stort generelt kendskab til virksomheden inden opstarten på praktikopholdet. Hermed er der også grundlag for at

få formuleret uafklarede spørgsmål som indgangsvinkel til praktikopholdet.

Praktikplanen

1. og 2. dag:

- Generel introduktion til virksomheden
- Ledelsesværktøjer
- Koncepter
- Procedurer
- Sygefravær
- Arbejdsorganisering
- MUS/TUS
- Arbejdsmiljø
- Målstyring

3. dag:

Ophold i produktions- og logistikcenter, indblik i produktionsflow og logistik

4. dag:

Følge medarbejder i den daglige produktion

5. dag:

Indsamling af konkret viden til udarbejdelse af cases til brug i undervisningen, med baggrund i ønske om at gøre undervisningen praksisnær, relevant og vedkommende. Viden til case-udarbejdelse er indhentet via interviews af førledere, møde med decentral HR-konsulent samt opsamlingsmøde om casematerialet.

Under ovenstående praktikforløbs første 4 dage var der endvidere planlagt interviews med chefer, ledere og medarbejdere med det formål at få indblik i strategier, udviklings-muligheder, ud-

fordringer, kompetenceudviklingsbehov, barrierer for læring, individuelle læringsstile mv. Under den 5. dag blev der udarbejdet casemateriale med udgangspunkt i virksomhedens dagligdag, problemstillinger, udfordringer mv. Casematerialet blev clearet af med repræsentanter fra virksomheden med det formål at sikre "træfsikkerhed".

Udbyttet af praktikopholdet i virksomheden vurderes af underviserne/udviklerne umiddelbart således:

- Har fået opdateret viden om kundens behov, krav og ønsker
- Forudsætninger for at forstå deltagerens univers, sprog og begrebsapparat
- Grundlag for gennemførelse af praksisnær undervisning
- Indblik i virksomhedens vision, strategi og ledelsesmæssige udfordringer

- Indblik i hvilke læringsstile undervisningen kan tilrettelægges ud fra

- Indblik i barrierer for læring

- Kvalificeret grundlag at udarbejde praksisnære cases på

- Anledning til forventningsafstemning mhp. læring imellem de enkelte UV-moduler

Set i bakspejlet vurderes det, at 4. dagen, hvor læreren skulle følge en produktionsmedarbejder, var for omfangsrig. Som underviser er det tilstrækkeligt på et par timer at opnå kendskab til de enkelte opgaver. Det har virket godt, at forløbet har været nøje planlagt af virksomheden, og at der har været en kobling imellem HR, ledelsessystemet, medarbejderniveauet og opgavebilledet.

Forudsætninger for læring og uddannelse

En samlet konklusion på fordelene ved at arbejde med praktik som indfaldsvinkel på underviserens kompetenceudvikling – og som udgangspunkt for facilitering af praksisnær læring er, at der kan tages relativt præcist højde for nedenstående forudsætninger for læring og uddannelse (jævnfør model i bilag 7.8.)

De jobmæssige forudsætninger er der taget højde for idet der er aftalt "handlingsrum" og opfølgning på udfoldelsen af de erhvervede kvalifikationer med deltagerens nærmeste leder og HR-funktionen. Afprøvningen er planlagt til at finde sted i umiddelbar forlængelse af kursusaktiviteten.

Deltagerforudsætningerne er på plads. Der er blandt deltagerne i høj grad en erkendelse af behovet for at gennemføre den grundlæggende lederuddannelse og ledelsen er taget i ed som understøttende forudsætning for at kunne udfolde de erhvervede kvalifikationer. Deltagerens motivation kan dog være forstyrret af reminiscenser fra tidligere skolegang.

Pædagogiske forudsætninger Praktikopholdet har givet indblik i deltagere i bevægelse – deltagere der ikke er vant til at sidde stille. Dette skal der tages højde for i de didaktiske overvejelser.

De organisatoriske forudsætninger er til stede via involvering af central HR og ledelsessystemet som en del af praktikforløbet. Samtidig har involvering af deltagerens nærmeste leder bidraget til at sikre relevans og rum til udfoldelse af de erhvervede kvalifikationer.

Efter praktikforløbet – evaluering og effektmåling

Efter praktikforløbets afslutning foretages evaluering på forskellige niveauer. Det må nødvendigvis i første række blive en selvvurdering af udbyttet af praktikforløbet, men der bør også inddrages andre aktører i evalueringen. Det kan også overvejes at gennemføre effektmålinger af praktikforløbet.

Såvel under som efter et praktikophold vil underviseren gøre sig en række overvejelser om, hvorvidt hun/han efter egen bedømmelse har opnået et øget kendskab til branchen, jobområdet og/eller jobfunktionen i forhold til de mål og delmål, der var opstillet forud for praktikopholdet.

Det vil også være naturligt, at underviseren evaluerer praktikopholdet med sin leder og eller sine kollegaer. Evalueringen kan evt. tage form af en faglig/personlig coaching.

Efterbehandling med virksomheden

Det vil være naturligt, at underviseren efterbehandler og evaluerer praktikopholdet med virksomheden. De opnåede resultater og effekter skal holdes op imod de forventninger, der var til praktikopholdet fra begge sider.

Evaluering med virksomheden vil typisk både tage udgangspunkt i den praktiske gennemførelse af evalueringen og i det faglige udbytte.

Det er vigtigt, at der også sættes fokus på, hvordan virksomheden har oplevet praktikforløbet – dette ikke mindst af hensyn til at få tilrettet eventuelle fremtidige praktikforløb, som skolen gerne vil have virksomheden til at 'lægge hus til'.

Videndeling på skolen

Det er naturligt at inddrage kollegaerne i evalueringen af praktikforløb. Dette kan for

eksempel ske i forbindelse med faggruppemøder på skolen, hvor kolleger informeres grundigt om de indhøstede erfaringer, og hvor der kan gennemføres en generel evaluering af udbyttet.

Praktikanten og kollegerne i faggruppen kunne ligeledes overveje, hvordan den nyerhvervede viden kan omsættes til fagdidaktiske overvejelser til brug i undervisningen. Læs mere om videndeling på skolen i kapitel 5.

Effektmåling

En ting er, at såvel praktikanten som virksomheden kan være tilfredse med praktikforløbet, men noget andet er, om det har haft en effekt i forhold til det, der var målet for praktikken.

Det vil ofte være meget vanskeligt at opstille en række kriterier eller faktorer, hvorpå det konkret kan måles, om der har været en effekt af et praktikforløb.

Der kan måles på, om en lærer har fået en større viden om en branche, hvis der gennemføres en førmåling og en eftermåling. Dermed kan man sandsynliggøre en effekt på viden af et praktiskforløb.

Men hvis man mere bredt vil måle effekten af et praktikforløb i forhold til, at praktikforløbet giver bedre og mere praksisnær undervisning bliver det sværere.

Man kan lade læreren deltage i en selvvurdering før og efter praktikforløbet i forhold

til de opstillede mål og delmål for praktikforløbet. En sådan effektmåling vil dog i sagens natur være meget subjektiv.

Lærerens selv vurdering kan på sigt kobles med kursisternes evalueringer af de kurser, som lærerne underviser på. I Viskvalitet.dk er der en række tilfredshedsspørgsmål, og ved at sammenligne evalueringsskemaerne på lærerens kurser før og efter praktikforløbet, kan det i større eller mindre grad sandsynliggøres, om praktikforløbet har haft en positiv effekt på deltagernes tilfredshed.

Spørgsmålene fra Undervisningsministeriet og efteruddannelsesudvalget er dog af ret generel karakter, og besvarelsene giver mest et billede af kursisternes mere overordnede tilfredshed med kurset og med lærerens tilrettelæggelse af undervisningen.

Hvis man som lærer/skole specifikt ønsker at undersøge effekten af lærerens deltagelse i praktik, vil det være nødvendigt at stille nogle mere specifikke spørgsmål, som fokuserer på kursisternes tilfredshed med lærerens indsigt i branchespecifikke forhold, læreren evne til at relatere kursets temaer til kursisternes arbejdshverdag etc.

Denne type af spørgsmål kan skolen oprette som spørgsmål i Viskvalitet.dk, og spørgsmålene kan kobles på evalueringsskemaerne til kurser på helt specifikke hold eller kurser.

Skolen kan også vælge, at spørgsmålene skal indgå i alle evalueringsskemaerne på skolen, så skolen løbende kan følge kursisterne tilfredshed med lærernes evne til at gennemføre praksisnær undervisning.

Lærerens selv vurdering og kursisternes tilfredshedsmålinger kan sammen bidrage til et billede af en eventuel effekt af praktikforløbet. Det kan også overvejes, i hvilken grad andre aktører kan inddrages i effektmålingen. Det kunne f.eks. være virksomhedsrepræsentanter og lærerens kollegaer samt leder.

Effektmåling af praktikophold

Før:

- Opsætning af mål og delmål
- Førmåling

Under:

- Navigere i forhold til mål og delmål

Efter:

- Umiddelbar vurdering i forhold til mål og delmål – eftermåling
- Eftermåling 3 mdr. senere, både generelt og konkret i forhold til undervisning

Uanset hvilke metoder og hvilke personer man inddrager i en effektmåling, vil der dog være en vis usikkerhed i forhold til, hvilke andre faktorer end lærerens praktikophold, der spiller ind på resultaterne.

Hvordan kan man effektmåle på praktikforløb?

- Hvad kan der måles på?
- Hvad skal der måles på?
- Hvordan skal der måles?
- Hvem skal vurdere effekten? Lærerne, deres ledere, deres kursister, virksomhederne...?
- Hvornår skal der måles?
- Hvilke spørgsmål skal der stilles – og til hvem?
- Hvilke handlinger skal vurderes – og af hvem?
- I hvilken grad kan Viskvalitet.dk anvendes til at vurdere effekten af praktikforløb?

Dagbog fra praktik i discount butik

26/1 kl. 7.30-15.30

7.30-10.00

Jeg bliver budt velkommen og præsenteret for souschefen, som jeg skal følges med. Vi går i gang med at kontrollere frugten. Dårlig frugt skal være væk inden åbningstid kl. 8. Det når vi næsten, men der er en del frugt, der skal gennemgås. Så fylder vi op med det nye frugt, der er kommet i løbet af natten. Vi er færdige med frugten ca. kl. 10.

10.00-11.00

Vi pakker paller ud. Der er ikke kommet så mange paller, kun 4 stk. Der er meget der skal sættes op på hylder, og der er mange forskellige kolli på pallerne.

11.00- 12.30

Mælken ankommer, så vi går i kølerummet og fylder mælk op. Derefter fortsætter jeg med at tømme de nye paller.

12.30

Kl. 12.30 går vi ned og kontrollerer, om der er frugt, der skal fyldes op.

Resten af dagen

Resten af dagen går med tømning af paller

19/2 kl. 15-19

Der er nogle få paller tilbage, som ikke er blevet tømt i løbet af formiddagen. Dem tømmer jeg. Derefter tager jeg de vin rester, der ligger på lageret og fylder op ude i butikken.

20/2 kl. 7.30-17.30

Formiddag

Formiddagen går lige som den 1. dag med at kontrollere og fylde frugt op, samt sætte mælk på plads og tømme paller

Eftermiddag

Over middag hjælper jeg med at bestille varer, får en kort gennemgang af deres bestillingssystem, og hvilke statistikker de kan trække ud af systemet. Og tømmer resten af pallerne.

Det har jeg lært:

- Det er tungt arbejde
- Der er meget at lave
- Det kræver et stort overblik
- Det er svært at kontrollere, om alle varerne er kommet, da pallerne er pakket meget uoverskueligt, og de enkelte ting er meget svære at finde på følgesedlerne
- Den enkelte butik har ikke meget at bestemme mht. placering af varer og opsætning af nye tilbud. Man følger en koncept-plan, men ved ikke så meget om hvorfor
- Der er en negativ avance på flere af varerne
- Der er mange kunder i butikken, men som ansat på gulvet har du ikke meget kontakt med kunderne

Case – praktikforløb i stor detailvirksomhed

Første step var besøg på hovedkontoret for at afklare hvilke kompetencer medarbejderne allerede havde, og afklaring af HR afdelingens forventninger til skolen som uddannelsesinstitution. Flowet i uddannelsen blev tilrettelagt efter AMU mål og virksomhedens ønsker.

Efterfølgende var underviseren i praktik i to af virksomhedens butikker for at forbedre sine kvalifikationer og kendskab til arbejdsgangen og derigennem at gøre undervisningen mere praksisnær. Praktikken foregik på tre niveauer: chef, mellemlider og på gulvniveau. Under praktikken blev det tydeligt, at hovedkontorets forventninger til kursets indhold ikke var i overensstemmelse med de praktiske arbejdsrutiner i butikken. Efter praktikperioden blev evt. ændringer af kurset diskuteret med medarbejderne. Disse ændringsforslag blev efterfølgende fremlagt på hovedkontoret for at tilpasse flowet til medarbejdernes forventninger og ønsker. Efter en dialog omkring indholdet blev materialet udarbejdet og første kursus aftalt.

Ved hjælp af dette grundige forarbejde blev kursusmateriale og kursusforløb justeret ud fra praktikperiodens observationer. Kursisterne vurderede efterfølgende, at underviseren havde et meget stort kendskab til deres hverdag, og de vurderede underviseren som meget kompetent. Underviseren kunne netop på baggrund af egne observationer i praktikken komme med konkrete eksempler på hverdagens arbejdsrutiner og problemstillinger og derigennem sikre relevant kompetenceudvikling for virksomhedens medarbejdere.

5. Videndeling

Viden, der kun holdes hos den, der har indhentet den, har meget lidt værdi. Alligevel er det ikke nogen selvfølge at videndele. Deler man ud af sin viden, vil man også gerne have noget igen. Hvis ikke man på skolen har tradition/kultur i forhold til videndeling, er der heller ikke nødvendigvis incitamenter for den enkelte til at dele ud af viden. Skolen kan derfor med fordel skabe platforme for videndeling i form af databaser, intranet, punkt på møder etc.

Det er vigtigt at videndele med kollegaer for at:

- Højne undervisningsniveauet og forståelsesniveauet for kursisterne
- Forstå og relatere undervisning til kursisternes hverdag
- Forbedre kursisternes muligheder for læring
- Udnytte de ressourcer der er på uddannelsesstedet bedst mulig, sådan at vi ikke alle sammen behøver at "opfinde den dybe tallerken" igen.

Den videndeling, som vi har fået, kan bl.a. bruges til at:

- Udvikle cases hvor arbejdsopgaver og problematikker indgår (f.eks. konflikt-håndtering, kommunikation m.m.)
- Udvikle opgaver med situationer fra hverdagen (f.eks. kundebetjening, servicesituationer)

Eksempel på videndeling og lærerinvolvering af et TUP-projekt

En af skolerne har i forbindelse med TUP-projektet afholdt et møde for skolens øvrige lærere, hvor projektdeltagerne fremlagde projektets omdrejningspunkter og problemstillinger. Læs mere i bilag 7.8.

Videndeling internt på skolen kan ske på mange måder:

- Faggruppemøder/teammøder hvor man går i en nærmere diskussion om hvad man har oplevet
- informationsmøder, hvor man tager til efterretning
- På seminarer
- Ved kollegial "small talk"
- Ved at fortælle om egne erfaringer fra tidligere arbejdspladser
- Hvis man har været i praktik, kan dagbogen fra praktikopholdet være tilgængelig for alle på intranettet (kan styres ved en database løsning se nedenfor)
- Et praktikophold kan visualiseres ved hjælp af billeder eller video.
- Ved at de informationer man har indhentet i form af rapporter, eksterne nyhedsbreve, analyser, egne refleksioner ligger til rådighed for alle på intranettet (kan styres ved en database løsning se nedenfor)
- Ved hjælp af nyhedsbreve. Det kan være nyhedsbreve man enten selv skriver, eller som man modtager fra forskellige organisationer, brancheklubber osv. (kan styres ved en database løsning se nedenfor)

Database

Mange skoler har allerede en kompetence-database, hvorfra man kan hente oplysninger om, hvilken kompetencer den enkelte underviser har. Det er dog ikke alle steder, at alle har adgang til databasen. Desuden kan databasen også være meget omfattende og informationstung.

Her er et konkret eksempel på en lille simpel database, der holder styr på, hvilke undervisere der har skrevet indlæg, nyhedsbreve, været i praktik eller har andre bemærkninger om forskellige emner. Databasen er delt op sådan, at man kan søge på kategori (eks. detail, kommunikation,

sprog, it osv.) eller på initialer, sådan at man kan se, hvad den enkelte underviser kan og har viden om. Denne lille database kan hjælpe skolen med at holde styr på, hvor dagbogen fra praktikken ligger, hvor den orientering man skrev, da man havde besøgt praktikvirksomheden, er, hvad kursisterne fortalte under den indledende præsentation, og som man mener andre bør have orientering om. Hvad man skal huske, inden man går i praktik osv. Databasen er ikke fuldt udbygget, men et forslag til hvordan man på en meget simpel måde kan styre oplysningerne. Dog skal man huske, at skal en database være en god databaseløsning, skal den altid være opdateret, og der kræves en ret streng disciplin mht. indtastninger.

Initialer	Fornavn	Efternavn	Titel	Beskrivelse	Link
mek	Mette	Krog	Praktik i detailhandel	4 dages praktik i en discountbutik. Dagbog	
mek	Mette	Krog	Målbekræftelse for praktik	Hvad vil jeg gerne opnå med mine 2 dages praktik i en discountbutik	Praktik i detailbutik.doc
mek	Mette	Krog	Gode råd før praktikken	Det bør du overveje	

Se flere skærbilleder af databasen i Bilag 7.10.

Værd at være opmærksom på

- Videndeling er mest relevant, hvis man kan få den rigtige viden på det rigtige tidspunkt.
- For mange undervisere kræver det nok en holdningsændring for at blive gode til at videndele. Mange har den opfattelse, at det jeg har lavet/fundet, det er mit.
- Lederne er ikke altid opmærksomme på, at nogle undervisere besidder en viden, som andre kunne have glæde af.
- Undervisere ved ofte ikke hvem, de skal dele viden med, eller hvordan de kan gøre det
- Hvis man lever i en stresset hverdag, kan videndeling være svært, både for dem, der har viden, og for dem der gerne vil modtage.

Videndeling eksternt mellem skoler og andre aktører

En tæt kontakt til andre aktører gennem netværksmøder, udsendelse af nyhedsbreve, seminarer med indlæg af forskellige branchefolk. Læs mere om de forskellige muligheder under punktet indsamling af viden.

I forbindelse med videndeling med andre skoler og aktører er det vigtigt at være opmærksom på, at der kan være nogle konkurrenceforhold, der kan gøre videndeling lidt besværlig, men der findes også mange gode eksempler på, at videndeling fungerer.

Eksempel på videndeling

På handelsskolerne i det nordlige Jylland har man i mange år haft et netværk blandt it-administrationerne. Man har holdt møde på de forskellige skoler en til to gange om året, og har udvekslet erfaringer om installation af programmer, server løsninger, netværks løsninger osv. Møderne har bl.a. betydet, at man har kontaktet andre system administrations folk, hvis det på et senere tidspunkt har vist sig, at man er kommet i problemer

6. Fra kendskab til merkantile jobområder til fagdidaktiske kompetencer

Ud over de nødvendige faglige kompetencer, hvad skal en underviser så besidde af kompetencer for at kunne undervise?

Ét svar kunne være at: En underviser skal kunne planlægge undervisning, kunne gennemføre den planlagte undervisning, kunne foretage didaktiske overvejelser over sin egen undervisning samt kunne forklare og argumentere for sine didaktiske overvejelser og valg.

Ifølge dette består pædagogikkens natur således af to sider – en teoretisk og en praktisk. Den pædagogiske praksis må nødvendigvis relatere sig til den pædagogiske teori, hvis ikke praksis skal resultere i en formålløshed, hvor man famler i blinde for at få undervisningen til at fungere. Den pædagogiske teori må nødvendigvis knytte an til praksis, ellers vil teorien ofte komme til at virke virkelighedsfjern.

Samfundet ændrer sig hele tiden, og det betyder, at praksisfeltet og de refleksioner, der skal foretages, også ændrer sig. Det er farligt for al undervisning, hvis den bliver en ureflekteret vane, for det kan ende med, at undervisningen bliver en sovepude eller i værste fald en anakronisme for både underviser og kursist. Det er her, at kendskabet til det merkantile område bl.a. gennem praktik kommer ind.

Didaktik handler om, hvilke mål der opstilles for undervisningen. Kort fortalt kan det sættes op som følgende spørgsmål:

- Hvad gør jeg?
- Hvorfor gør jeg som jeg gør?

- Hvordan vil jeg gøre det?

Enhver underviser må have et mål med undervisningen samt nogle forestillinger om, hvad der vil føre frem til målet. Pædagogikkens problem er, at uanset hvad vi vælger, kunne vi have gjort noget andet. Men samtidig er det langt fra ligegyldigt, hvad vi vælger at gøre. Dette gør de didaktiske overvejelser nødvendige og vigtige, fordi de forskellige beslutninger bør bygges på åbne og bevidste begrundelser. Det følgende indeholder nogle indfaldsvinkler til dette arbejde:

Logbog/Læringsdagbogen

Logbogen skrives hver dag i løbet af praktikken og indeholder de observationer, som ”praktikanten” foretager. Logbogen og læringsdagbogen er kendetegnet ved, at der ikke er sorteret i de oplysninger, der skrives ned. ”Hovedet tømmes” ned i logbogen:

- Arbejdet med egne læringsmål
- Anvender og reflekterer over oplevelser fra praktikken
- Arbejder uddybende med udvalgte områder
- Noterer tanker, ideer, overvejelser. (blok i lommen)
- Forbereder tilbagemelding

- Overvejelser over anvendelse af observationer i undervisningen
- Spørgsmål der ønskes drøftet med praktikstedet, ens kollegaer mv.

Logbogens indhold danner grundlaget for fremtidens arbejde med at forbedre undervisningen og undervisningsmaterialet, men også til videndeling i egen organisation.

Eksempel på læringsdagbog:

MÅL	Konkretiserede mål	Læringsstrategi	Evaluerings/læringspotentiale
At få et øget kendskab til det merkantile område	Kendskab til hvordan medarbejdere anvender xx-program	Indgå som "ny medarbejder" (spørge, afprøve, dialog)	Undrer mig over at xx-systemet ikke bliver anvendt i ww-systemet Overvejer om ww-systemet kan samkøres med xx-systemet og yy-systemet
	Viden om produktionsflowet	Tidsmåling, samtale om tidsmåling, Gentages om 2 dage	Kan se at tidsmålingen stresser de personer, der ikke har fået oplyst, at det er en del af min egen plan og ikke noget som lederen har bedt om.

Cases som undervisningsmateriale:

For at skabe en fælles historie om kursisternes virkelighed eller virkelighedsopfattelse, kan casebeskrivelser være anvendelige. Udformningen og anvendelsen af case beskrivelser skaber stor mulighed for at gøre undervisningen mere "virkelighedsnær", når der tages udgangspunkt i den aktuelle virkelighed fra underviserens praktikforløb.

Cases kan anvendes på forskellige måder. Én måde at bruge cases på i undervisningen er f.eks., hvor en lærer i form af forelæsninger og litteraturstudier m.v. først underviser i teorier og metoder og dernæst gennemgår, hvordan disse teorier og metoder kan bringes i anvendelse på den situation, som casen beskriver.

En anden måde at bruge cases på er, hvor kursisten først undervises i teorier og metoder, og derefter selv får lejlighed til at indøve brugen på en case – "learning by doing".

Underviseren skal sikre sig, at det casemateriale, der anvendes er:

- Relevant i forhold til AMU-målene og kursisterne
- Tidstypisk – det vil sige opdateret
- Korrekt (korrekte systembetegnelser, stillingsbetegnelser mv.)

Der er en række litteratur på markedet, der beskriver cases og deres anvendelse i undervisningen.

Rammerne (almindeligt undervisningslokale, 'værksted', på arbejdspladsen etc.)

Ved at tilrettelægge undervisningen så praksisnært som muligt, kan man skabe en sammenhæng, der giver mere mening for kursisterne. Derved øges sandsynligheden også for, at det lærte vil blive anvendt efterfølgende.

Under selve kurset kan nedenstående metoder med fordel anvendes:

Observationer i praksis. Hvis det er muligt kan det være en god ide at tage kursisterne med ud og foretage observationer. Et eksempel kan være undervisningen i personlig salg. Her kan opgaven være at kursisterne skal finde gode og dårlige eksempler ved at observere i et større supermarked eller indkøbscenter.

Rollespil i undervisningen kan være en måde at udfordre kursisterne. Undervisningslokalet ændres til et kontor eller en butik. Rollespillet indeholder en case fra den "virkelige verden".

Undervisningen foregår i virksomheden. Denne mulighed findes primært, når der er tale om virksomhedshold. Udfordringen her er at få koblet teorien sammen med kursisters hverdag og samtidig udfordre dem på "en ny tankegang".

Undervisningsmetoder

En meget væsentlig del af underviserens overvejelser bør være, hvordan den viden som kursisten allerede besidder kobles sammen med "den nye viden" og de nye teoretiske begreber OG den hverdagspraksis, som kursisten kommer fra.

Underviseren skal have fokus på, hvorvidt formålet med undervisningen er at opnå transformation til kursisters hverdag, eller om der skal ske en egentlig transformativ læring.

Det afhænger dels af målet med det enkelte kursus, og dels indholdet i det enkelte AMU kursus. På de kurser, hvor målet er at give kursisterne konkrete færdigheder, som kan overføres til praksis, vil det f.eks. ikke være relevant at tilrettelægge kurser-

ne med transformativ læring for øje men i stedet skal fokus være på at sikre den optimale transformation.

En anden problemstilling er i forhold til de åbne kurser, hvor underviseren ikke kan være sikker på, hvorvidt kursisterne allerede har en viden og/eller et arbejde, de kan overføre den nye viden til. Hvis der er tale om en form for "omskoling", vil betingelserne for transformation være vanskelige.

På de kurser, hvor målet er transformation, handler det med andre ord om at sikre, at *transformationen* får de bedste betingelser.

Inddrage reflektive læringsprocesser med fokus på refleksion over egen praksis i undervisningen. Her kan der henvises til Stephen Brookfields hjemmeside, hvor der findes en række værktøjer, som kan anvendes. www.stephenbrookfield.com

For yderligere inspiration kan anbefales:

Knud Illeris m.fl.: *Læring i arbejdslivet*, 2004

Hvad indebærer læring i arbejdslivet i praksis? Hvad kan man lære på sit arbejde, hvad kan man ikke lære, hvad lærer man bedre uden for arbejdet i kursus- og skoleforløb, hvordan kan man få det hele til at hænge sammen, hvem har ansvaret, og hvem skal betale regningen?

Projekt og problemorienterede arbejdsformer kan være gode valg, hvor det ikke er muligt at komme ud i den enkelte situation. Derved får kursisterne mulighed for at være med til at reflektere over egne oplevelser, og resultatet af arbejdet kan være, at kursisterne skal lave et rollespil eller på andet måde visualisere resultatet.

Transformationen sker i samspillet mellem underviserne, kursisterne og kursisternes organisation/branche/stillingsbeskrivelse.

Transformationen sikres bedst ved, at der er forudsætninger til stede som:

- Forståelse
- Sammenhæng
- Motivation/vilje
- "Forstyrrelse"

Er disse elementer ikke til stede, vil kursisten blive negativt forstyrret og have fokus på andre ting. Et eksempel: I forbindelse med en undervisningssituation omtaler underviseren en stillingsbetegnelse ud fra en gammel betegnelse (fængselsbetjent i stedet for den korrekte fængselsfunktionær). Pågældende kursist blev negativt forstyrret, fordi hendes fagidentitet blev omtalt med en forkert betegnelse.

Det er endvidere vigtigt, at underviseren i praktikken eller ved hjælp af fokusgruppe-interview har øje for de barrierer, der måtte være for at det lærte overføres til kursisternes dagligdag. Når underviseren kender disse kan det inddrages i undervisningen. Hvis underviseren f.eks. er blevet opmærksom på problemer med kommunikationen mellem forskellige faggrupper eller afdelinger eller har oplevet, at bestemte kundegrupper kræver en bestemt tilgang kan disse observationer drages med ind i undervisningen, og kursisterne kan selv være med til at finde mulige løsninger eller handleplaner.

5 bud på den gode AMU-undervisning

1. Der anvendes en blanding af varierede og aktiverende undervisningsmetoder under hensyntagen til mål, deltagere og antal
2. Undervisningen udformes på en sådan måde, at det sætter kursisterne i stand til at udøve et medansvar for egen læring
3. Uddannelserne er praksisrelaterede og problemorienterede
4. Al undervisning og alle læringsaktiviteter er relevante og opdaterede
5. Underviseren er opdateret og kvalificeret

Indholdet i undervisningen (inden for AMU-målene):

Ved tilrettelæggelsen af undervisningen skal underviseren huske at holde fokus på de mål, der er med de enkelte kurser og vælge de observationer fra praktikken, der passer til det enkelte kursus. Hvis man skal undervise i regnskabsfag vil det f.eks. ikke være relevant at inddrage kommunikationsforhold i undervisningen.

I forbindelse med eller kort efter praktikken kan det være en fordel at opdele det man har lært eller observeret i forskellige kategorier, således at det passer til de forskellige mål. Derved kan det observerede/lærte også anvendes til at lave autentiske eksempler, materialer og evt. skaffe nyt udstyr. Ved regnskabskurser er det f.eks. ikke uden betydning, om der anvendes det ERP-system kursisterne kender fra egen dagligdag eller, hvis det ikke kan lade sig

gøre, at underviser kender til ERP-systemet og derved kan henvise til forskelle/ligheder.

Sammenhæng mellem mål for - og resultat af - undervisningen

Ved tilrettelæggelsen af kurset og sammenhængen mellem målet og resultatet af undervisningen har det betydning, om der er tale om enkeltstående, sammenhængende eller split kurser. De enkeltstående kurser består af alt fra en til flere dages undervisning. Hvis der kun er tale om én dag er det nødvendigt at holde fokus på, at det materiale, der skal gennemgås også bliver gennemgået. Når der er tale om kurser over flere dage, er det muligt at være mere fleksibel ved afholdelsen af kurserne. Splitkurserne giver så yderligere andre muligheder for tilrettelæggelsen og opfølgningen.

Nedenstående muligheder kan med fordel anvendes:

Udarbejde handlingsplan for anvendelsen af det lærte. Kursist og underviser udarbejder denne handlingsplan sammen. Ved splitkurser er det muligt at samle op på næste mødegang. Er det nået og hvad gav det er erfaringer og tanker om andre handlinger?

Opfølgningsaktiviteter er kun mulige ved længere forløb, splitkurser eller hvis der er en aftale med kursist eller arbejdsgiver om at foretage opfølgning efter en nærmere fastlagt tidsperiode.

Udarbejdelse af læringsmål og læringskontrakt med den enkelte og evt. organisationen. Det er med til at gøre det synligt for kursisten, hvad målet med kurset er og derved øge motivationen.

Mentorordning kan være en rigtig god mulighed, når der deltager flere kursister fra samme virksomhed, og hvis der er forskel på kursisternes erfaring. Det er vigtigt at være opmærksom på, at mentoren kun kan give det videre vedkommende selv ved.

På mere tekniske/færdighedskurser kan underviseren sikre sig, at kursisterne har lært det, der var målet for kurset udelukkende ved at observere på de færdigheder kursisterne udviser, når de f.eks. arbejder med opgaverne i Excel eller ERP-system. Ved mere "bløde" kurser kan der opstilles cases, som kursisterne skal lave en vurdering af og derved vise, at de kan finde ind til problemstillingen og derefter vise, at de kan reflektere og finde løsninger, som er relevante i den enkelte situation. Det er vigtigt, at disse cases er placeret så tidligt i kurset, at der er tid til at tage emnerne op igen.

Forventning og evaluering. Ved præsentationen nævner deltageren deres forventning til kurset/forløbet. Disse forventninger skrives ned og gemmes. Ved kursus afslutning bliver kursisterne opfordret til at formulere en sætning, der starter med: "Det tager jeg med mig hjem fra kurset..." Dette sammenlignes med forventningerne.

Resultater af evalueringer med Viskvalitet.dk kan anvendes til, at læreren justere sit undervisningsmateriale eller sin undervisning. Det er muligt for skolen at sætte ekstra spørgsmål ind i evalueringsskemaet fra Viskvalitet.dk, så læreren/skolen f.eks. får svar på spørgsmål, der specifikt vedrører det enkelte kursus eller evt. alle gennemførte kurser på en konkret uddannelsesmaal.

Case – en større gruppe fra samme branche

Undervisners kendskab til det jobområde, som kursisterne kommer fra, har stor betydning for kursisternes motivation og engagement.

I forbindelse med afholdelsen af kurser for en større gruppe fra samme branche blev der inden afholdelsen udvalgt undervisere, som havde været ansat inden for branchen og der blev afholdt fokusgruppeinterviews med de kommende deltagere. Ved kursets start gav flere kursister udtryk for, at de udelukkende deltog fordi deres ledere havde sagt de skulle. Ved den endelige evaluering fremgik det dels af kursisternes bemærkninger fra evalueringen med Viskvalitet.dk og af det, kursisterne sagde ved den mundtlige evaluering, at det at undervise kendte til branchen både havde været med til at gøre undervisningen nærværende og motiverende. Flere af de kursister, som vi interviewet havde givet udtryk for, at de ikke mente, de kunne få noget ud af undervisningen, sagde ved evalueringen, at de klart havde fået noget med de kunne arbejde videre med derhjemme.

Afslutningsvis beretter nedenstående boks om en lille undersøgelse omkring udbytte af uddannelse/kurser:

Ford Hill Company har spurgt 200 ledere om, hvor problemet er, når det forventede udbytte af uddannelse/kurser ikke slår igennem på arbejdspladsen:

- Kun 10 % mente, at kurserne eller uddannelserne ikke var gode nok. Gennemførelsen af undervisningen er med andre ord i langt overvejende grad i orden, så en forbedringsindsats her vil ikke have den store effekt. Den skal dog forbedres i netop de 10 % af tilfældene!
- 20 % mente, at forberedelsen ikke var god nok, så en forbedring her ville have en vis betydning.
- 60 % mente, at opfølgningen langt fra var god nok, så en forbedringsindsats på dette område vil virkelig være værdiskabende. Her er det ikke mindst medarbejdernes nærmeste ledere, der skal tage opgaven alvorligt, men naturligvis også virksomhedernes uddannelsesafdelinger, der også bør tage denne opgave på sig.
- 10 % havde en række andre forklaringer.

Når medarbejderuddannelse fejler, skyldes det med andre ord især dårlig opfølgning og i nogen grad forberedelsesfasen.

Hvis vi vil sikre en transformation til daglig praksis skal fokus således rettes mod virksomheden/branchen og samspillet med denne.

7. Bilag

Bilag 7.1 Eksempler på relevante kilder

Titel:	Fælles Kompetencebeskrivelser inden for det merkantile område
Udgiver:	HAKL og Undervisningsministeriet
Årstal:	Bliver jævnligt opdateret
Link:	http://www.haklnet.dk/Default.aspx?ID=818
Andet:	FKB'erne kan også findes via Undervisningsministeriets hjemmeside www.uvm.dk eller via www.efteruddannelse.dk
Indhold:	FKB'erne giver mange relevante informationer om det merkantile arbejdsmarked.

Nyhedsbreve m.m.:

Titel:	Nyhedsbrev
Udgiver:	Best Travel
Årstal:	Løbende
Link:	www.besttravel.dk
Indhold:	Nyhedsinformationer om nye destinationer Tilbud på rejser

Titel:	HK-handel
Udgiver:	HK Danmark
Årstal:	Løbende
Link:	www.hk.dk/handel/nyhedsbrev/
Indhold:	Nyhedsbrev med aktuelle historier fra handelsområdet

Titel:	HK-aktuelt
Udgiver:	HK Danmark
Årstal:	Løbende
Link:	www.hk.dk/www/aktuelt/nyhedsmagasinet
Indhold:	HK's nyhedsmagasin

Titel:	Ivækst
Udgiver:	Ivækst
Årstal:	Løbende
Link:	www.ivaekst.dk/nyhedsbrev150109.php
Indhold:	Nyhedsbrev omkring salg og marketing

Artikler, rapporter og analyser

Titel:	Assistent, sælger eller livsstilsekspert?
Udgiver:	Teknologisk Institut, Arbejdsliv
Årstal:	2005
Link:	Rapport: http://www.teknologisk.dk/root/media/18208_677968_rapport_afsluttende_detail.pdf Jobprofiler: http://www.teknologisk.dk/root/media/18209_680712_NY_jobprofilkatalog_070705.pdf
Indhold:	Jobprofiler på detailhandelsområdet i Storstrøms Amt. Analyse af udviklingstendenser i jobindhold og kvalifikationskrav Arbejdsmarkedet på detailhandelsområdet er under forandring som følge af ændringer i markedet, teknologiske fornyelser samt organisatoriske ændringer. Ændringerne skærper kravene til medarbejdere og ledere i branchen. Derfor har HK og Arbejdsmarkedsrådet i Storstrøms Amt ønsket at gennemføre et analyseprojekt med fokus på fremtidens jobprofiler og kvalifikationskrav på detailhandelsområdet i regionen. Der var to mål med projektet: At få udarbejdet et materiale til vejledning af beskæftigede og jobsøgende personer og dermed synliggøre mulighederne for beskæftigelse og karriereudvikling i branchen, samt at kvalificere baggrunden for at igangsætte regionale aktiviteter, der kan nedbryde barriererne for job- og kompetenceudvikling på detailhandelsområdet og dermed medvirke til at hæve uddannelsesniveaue i branchen. Udover analyserapporten blev udarbejdet et jobprofilkatalog, der er baseret på interview med medarbejdere og ledere i detailhandelsbutikker samt ressourcepersoner.

Titel:	Dansk turisme tendenser og tal
Udgiver:	Visitdenmark
Årstal:	2007/2008
Link:	www.visitdenmark.dk
Indhold:	Analyser af nærmarkeder Analyser om overnatningstal i turistbranchen

Titel:	Fra administrativ arbejdshest til merkantil multikunster - udviklingstendenser på det merkantile arbejdsmarked
Udgiver:	Teknologisk Institut, Arbejdsliv
Årstal:	Årstal:
Link:	http://www.teknologisk.dk/root/media/19956_753765_Rapport%20201205.pdf
Andet:	
Indhold:	Analysereport udført for Efteruddannelsesudvalget for Handel, Administration, Kommunikation & Ledelse (HAKL) vedrørende det merkantile arbejdsmarked. Analysen havde til opgave dels at afdække og beskrive jobfunktioner og kompetenceudviklingsbehov på det merkantile arbejdsmarked, dels at præsentere forskellige estimater vedrørende baggrundsdata på de personer, der er tilknyttet denne del af arbejdsmarkedet. Analysen skulle bidrage til at give HAKL større indsigt i hele det merkantile arbejdsmarked og derigennem danne grundlag for, at jobfunktioner og kvalifikationer modsvarer af udvikling af nye, relevante uddannelsesmål og fælles kompetencebeskrivelser - og dermed bidrage til at dokumentere nye uddannelsesbehov for målgruppen på det merkantile arbejdsmarked.

Titel:	Fremtidens kontorarbejde
Udgiver:	Teknologisk Institut, Arbejdsliv
Årstal:	2003
Link:	Jobprofilkatalog: http://www.teknologisk.dk/root/media/9744_167851_Jobprofil%20katalog.pdf Rapport: http://www.teknologisk.dk/root/media/9958_174439_Rapport.pdf
Andet:	Består af en rapport og et jobprofilkatalog.
Indhold:	Arbejdsmarkedet på handels- og kontorområdet er under stor forandring som følge af teknologiske fornyelser og organisatoriske ændringer, og kravene til de ansatte vil blive skærpet. Lidt under 1/3 af de ansatte skønnes at være dårligt eller endog meget dårligt rustede til denne fremtid. Teknologisk Institut har gennemført et projekt, der har til formål at modvirke denne udvikling: I forbindelse med projektet er der udarbejdet et <i>jobprofilkatalog</i>, der kan bruges som led i vejledningen af og dialogen med beskæftigede og jobsøgende personer. Der er ligeledes gennemført en <i>undersøgelse</i>, som opsummerer og analyserer udviklingstendenserne på kontorområdet, og som herudover drøfter perspektiver og anbefalinger for regionale tiltag, der kan ruste kontomedarbejderne til fremtidens kvalifikationskrav.

Titel:	Vanskelige kunder
Udgiver:	HK Danmark
Årstal:	2008
Link:	http://www.hk.dk/handel/vanskelige_kunder
Andet:	
Indhold:	Artiklen omhandler VILKÅR for ansatte inden for handelsområdet. Det er relevant for projektet at kende de vilkår som den enkelte medarbejder arbejder under. Ca. hver anden ansat føler sig utryk ved kunder, der reagerer negativt bl.a. ved at tale uforskammet og nedladende til de ansatte, ved at true med at klage over ansatte til chefen mv. Ofte har årsagen til klagerne kun indirekte noget med den ansatte at gøre. Ofte handler det om underbemanding i forretningen, mangel på varer el. lign. Artiklen henviser til konflikttrappen ud fra en kunde-vinkel og ud fra en ansat-vinkel.

Titel:	Projekt Kompetenceløft DK
Udgiver:	Undervisningsministeriet
Årstal:	2007
Link:	http://www.lederne.dk/NR/ronlyres/4BDD102E-7E59-4B3F-B37B-079AEA5C6958/0/Rapporteringogid%C3%A9katalog.pdf
Indhold:	Lederens egen uddannelsesmæssige baggrund har betydning for medarbejdernes kompetenceudvikling og når lederen ikke selv ser et behov for at lære noget nyt, kan det være en blokerende faktor for medarbejdernes kompetenceudvikling. Nærmeste leder har stor indflydelse på medarbejdernes motivation for deltagelse i voksen- og efteruddannelser. Barrierer og hovedudfordringer for lederens kompetencemuligheder: • De kortuddannedes manglende tro på sig selv – derfor foretrækkes praksisnær kompetenceudvikling internt i egen virksomhed • Manglende tid understreger betydningen af ledelsesmæssig focus og aktiviteter forlagt til egen virksomhed • Mus foregår i mindre omfang for ufaglærte end øvrige medarbejdergrupper – 27 % gennemfører ikke medarbejdersamtaler – 4 gange så mange som faglærte medarbejdere. • Lederne ser en klar sammenhæng imellem egen kompetenceudvikling og skærpet bevidsthed om betydningen af medarbejdernes kompetenceudvikling • Meget indikerer at uddannelsessystemerne skal tænke i udvikling af nye værktøjer og ydelser, der i højere grad foregår internt i virksomheden. • Lederne kan understøttes med metoder og kompetencer, der gør dem i stand til at afdække realkompetencer og i højere grad arbejde systematisk og opfølgende med mus For at styrke efteruddannelsesindsatsen for kortuddannede angiver rapporten, via fokusgruppeinterviews, følgende anbefalinger til lederne: • Den største barriere er de kortuddannedes manglende tro på sig selv. De har dårlige erfaringer med skole, uddannelse og kurser hvilket betyder at

	lederne må "oversætte" kursuskoderne for disse medarbejdere. • Lederen må skabe læringskultur og selv være i læring, reflekterende og ude på gulvet. • Lederen må motivere til, at det er interessant at lære og at lære andre. • Lederen må organisere arbejdet så det skaber tid og plads til refleksion og gensidig inspiration. • Lederen må balancere mellem at presse og ikke presse hver enkelt medarbejder, så timingen er rigtig. • Lederen må have intuition og blik for hvornår hver enkelt medarbejder er parat til at løftes. • Lederen må være empatisk, lyttende, anerkendende og kunne føre dialog med hver enkelt for at kunne motivere til et kompetenceløft på det rette tidspunkt – udvise rettidig omhu. • Lederen skal kunne forstå betydningen af kompetenceløft af de kortuddannede i et større samfundsmæssigt perspektiv. • Lederen skal kunne fastlægge overkommelige og synlige mål og små konkrete læreprocesser. • Tid og tryghed er nøgleord – mangel herpå bliver nemt barrieren for at løfte kortuddannede, og dermed sårbare, medarbejdere til kompetente medarbejdere. Generelt er konklusionen, at lederne mener at deres egen kompetenceudvikling har skærpet deres bevidsthed og dermed deres opmærksomhed mod kompetenceudvikling af medarbejderne. Lederne peger på en ledelseskompetence, som både er en personlig kompetence og en kvalifikation erhvervet gennem uddannelse til leder. Dette understøttes af et markant højere niveau for kompetenceudvikling af medarbejdere, der kan registreres blandt ledere, der selv har gennemført lederuddannelse. Der eksisterer i dag en række efteruddannelsestilbud til lederne, f.eks. diplom i ledelse, akademi-uddannelserne og den grundlæggende lederuddannelse. Disse efteruddannelsestilbud giver lederne nogle af de kvalifikationer der skal til for at løfte nogle af ovenstående ledelses-mæssige udfordringer for at kompetenceudvikle især de kortuddannede medarbejdere. Herudover er der behov for at udvikle helt nye målrettede uddannelser, så focus på kompetenceudvikling for særligt de kortuddannede, og de særlige betingelser der gør sig gældende for denne gruppe medarbejdere, skærpes. Et forslag kunne være at supplere den grundlæggende lederuddannelse, der består af 5 AMU-uddannelsesmål, med et ekstra modul med et indhold der fokuserer på kompetenceudvikling af medarbejdere, specielt orienteret mod kortuddannede. Et andet forslag kunne være at udvikle en særlig uddannelse der udvikler 1. linie lederne til uddannelsesambassadører.
--	--

Websider

Titel:	Modernisering.dk
Udgiver:	Administrationspolitisk Center (APC)/Den digitale Taskforce
Årstal:	Løbende
Link:	http://modernisering.dk/da/
Andet:	
Indhold:	Alt om digitalisering (digital forvaltning) – tidligere, nuværende og planlagte projekter inden for det offentlige. Disse projekter vedrører borgere såvel som virksomheder og ikke mindst medarbejderne inden for det offentlige. Specielt interessant er de igangværende og planlagte projekter i indeværende periode: Digitaliseringsstrategien 2007-2010

Titel:	Take Off
Udgiver:	Take Off København
Årstal:	Løbende
Link:	www.takeoff.dk
Indhold:	Daglige nyheder om Rejsebranchen Stillingsannoncer i Rejsebranchen Nye ansættelser

Andet:

Titel:	Buyology
Udgiver:	Børsen
Årstal:	2008
Link:	www.buyologyweb.dk
Andet:	Forfatter Martin Lindstrom
Indhold:	Med udgangspunkt i den største neuromarketing-undersøgelse nogensinde, baseret på tre års videnskabeligt gennemførte hjernescanninger af mere end 2000 deltagere fordelt på forskellige aldersgrupper og nationaliteter, gør forfatteren op med vore vaneforestillinger om, hvorfor vi som forbrugere handler, som vi gør. Bogen er relevant i forhold til salg og marketing. <i>"Det samme gælder neuromarketing. Det er ganske enkelt et instrument, der bruges til at hjælpe os til at afkode det, vi som forbrugere allerede overvejer, når vi bliver konfronteret med et produkt eller et mærke – og somme tider endda til at hjælpe os med at afdække de hemmelige metoder, markedsførere bruger til at forføre og forråde os, uden at vi overhovedet ved det."</i> - Citat fra bogens indledning

Bilag 7.2. Spørgeramme

Spørgsmål til afdækning af virksomhedens relevans for praktikophold		
Registreringsoplysninger		
A	Dato	
B	Virksomhed (navn)	
C	Kontaktperson (er) og funktion	
D	Uddannelsesansvarlig (navn)	
Om virksomhedens beskæftigelsessituation		
1.	Hvor mange ansatte har virksomheden? Angiv antallet af ansatte fordelt på medarbejderkategorier til højre – giv dit bedste bud	a. Ufaglært b. Faglært c. Funktionærer d. Ledere
2.	Angiv om antallet forventes at være større, mindre eller uændret om seks måneder for hver af de fire medarbejderkategorier. Giv dit bedste bud.	Større – uændret – mindre a. Ufaglært b. Faglært c. Funktionærer d. Ledere
Om virksomheden og brugen af efteruddannelse		
3.		

	Hvad er virksomhedens mål & strategier ? Har virksomheden en kompetencestrategi ? Hvilke trends påvirker branchen ? Hvad er fremtidens hovedudfordringer for virksomheden?	
4.	Hvilke uddannelsesaktiviteter har virksomheden gennemført inden for de seneste år?	
5.	Har virksomheden overblik over medarbejdernes kompetencebehov? Hvilke behov er aktuelle indenfor det næste år ? Uddybende spørgsmål: F.eks. forretningsplan, job- og personprofiler, MUS mv.	
6.	Hvilke succeskriterier er gældende for en vellykket kursusaktivitet?	a. Undervisere b. Indhold / form c. Før / under / efter gennemførelsen d. Andet
Om motivation og barrierer		

7.	Hvilke forhold hhv. fremmer / hæmmer efteruddannelse af medarbejdere? Nævn de tre vigtigste forhold, der hhv. fremmer / hæmmer efteruddannelsesindsatsen.	a. Medarbejdernes motivation b. Virksomhedens motivation c. Kursets varighed og gennemførelsestidspunkt d. Økonomiske årsager e. Kursets relevans og kvalitet f. Medarbejderens ansættelsesperiode g. Geografi h. Andet
Om efteruddannelse og praktik		
8.	Hvilke fagspecifikke kompetencer er væsentlige for praktikanten at få indblik i ? (IT-systemer, regnskabssystemer, arbejdsorganisering, opgaver, administrative udfordringer mm.)	
9.	Hvilke fordele ser virksomheden af uddannelsesinstitutionens praktikophold i virksomheden ?	
10.	Hvilke forhold er væsentlige for at få et godt udbytte af praktikopholdet i virksomheden ?	

Bilag 7.3. Forespørgselsbrev der sendes ud til kommende praktik-virksomheder

Til Horlev vindue og rammefabrik

Vedrørende praktikperiode i jeres virksomhed

Som en vigtig del af Roskilde Handelsskoles strategisk kompetenceudvikling af vores undervisere, deltager alle vores undervisere i et praktikforløb på mellem 1 – 8 dage, hvert år.

Praktikken er medvirkende til at øge undervisernes kendskab til praksis – der hvor vores kursister er. Gennem denne viden er det vores mål, at vores undervisere bliver endnu bedre undervisere til gavn for alle parter.

Formålet er, at praktikanten kan få suppleret sin teoretiske viden med erfaringer fra en arbejdsplads, hvor der i forvejen er én eller flere ansatte, der arbejder med produktionsstyring

På nuværende tidspunkt har vi en underviser, der skal udvikle kurser inden for effektiv produktionsstyring - herunder LEAN. Det er vores opfattelse, at netop jeres virksomhed vil kunne bidrage til at vores underviser får en øget forståelse for produktionsflow, anvendes af teknologi til styring af processer mv.

Det er derfor vores håb, at I vil være imødekommende for at have en praktikant, som I kan være med til at gøre til en endnu bedre underviser

For at gøre arbejdssituationen realistisk bør det tilstræbes, at praktikanten arbejder mindst 8 timer.

Praktikken er uden lønomkostninger for jer, og handelsskolen påtager sig forsikringsansvaret.

Vi vil i løbet af næste uge tage telefonisk kontakt til jer, for drøftelse af eventuelt uafklarende spørgsmål

Med venlig hilsen

Skolens ledelse

Bilag 7.4. Praktikaf tale - sendes ud når praktikforløbet er aftalt

Vindues og rammefabrikken

Horlev

Praktikaf tale.

Roskilde Handelsskole bekræfter hermed, at Jens Jensen har aftalt praktikperiode fra den xx til den xx 20xx.

Praktikaf talem vil Jens Jensen gerne bruge til at: Indsæt mål.

De nærmere forhold omkring praktikopholdet fremgår af vedlagte mødeskema.

Praktikken er uden lønomkostninger for jer, og Roskilde Handelsskole påtager sig selv forsikringsansvaret.

Vi er opmærksomme på, at der pålægger os en tavshedspligt i forhold til oplysninger, vi måtte få i praktikperioden og bekræfter dette med nedenstående underskrift.

Vi håber at praktikperioden vil blive til gavn for begge parter, og ser frem til samarbejdet.

Med venlig hilsen

Leder af undervisningsinstitution

Vedlagt:

Mødeskema

Praktikmål

Bilag 7.5. Brev til kollegaer

Dette brev sendes til underviserens kollegaer inden praktikforløbet.

Kære alle,

I de næste 2 uger er jeg i praktik hos Vindues- og ramme fabrikken i Horlev. Målet for praktikken er at blive klogere på det produktions flow, som virksomheden har samt at få indblik i det IT-styresystem, som virksomheden har investeret i.

Praktikken er en del af min forberedelse til efterårets kursusudbud i LEAN og effektive styresystemer. Jeg har lagt mine praktikmål på intranettet. I er velkomne til at kommentere dem til mig.

Praktikken er uden lønomkostninger for virksomheden.

Jeg vil efterfølgende udarbejde en praktikevaluering samt fremlægge mine observationer, overvejelser og case materiale på næstkommende supervisorsmøde.

Med venlig hilsen

Jens Jensen

Bilag 7.6. Brev til praktikvirksomhed

Dette brev sendes til den kommende praktikvirksomhed ca. 1 uge før praktikstart

Til "PraktikVirksomhed"

Praktikant i jeres afdeling

Jeg hedder Jens Jensen og arbejder til dagligt på handelsskolen. I de kommende 2 uger er det mig, der er på "skolebænken" her hos jer.

Som en del af min forberedelse til min undervisning, skal jeg deltage i de daglige opgaver i jeres afdeling. Målet er, at jeg i løbet af de næste 2 uger opnår et kendskab til de produktionsopgaver, som I varetager. Jeg ønsker også et kendskab til jeres IT-systemer, og vil i den forbindelse skulle deltage i supportfunktionens opgaver.

Det kan nok ikke undgås, at jeg kommer til at "gå i vejen", "stille indlysende spørgsmål" osv. Mit overordnede mål er at blive klogere. Jeg håber for jeres forståelse for dette og ser frem til at møde jer.

Praktikken er ulønnet.

Jeg har printet mine mål for praktikken ud og vil hænge dem på opslagstavlen.

Med venlig hilsen

Jens Jensen

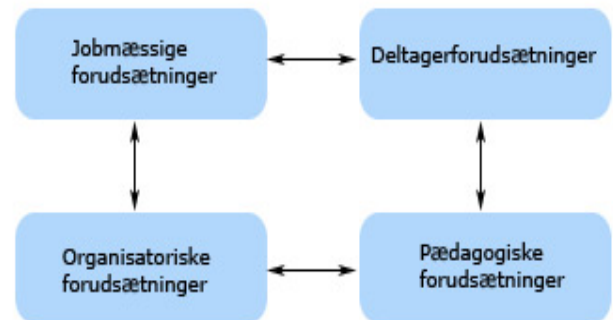
Bilag 7.7. Arbejdsskema til virksomhedsbesøg

Besøgsdato: _____

Virksomhed	Status elever	Status Rejselivsskolen
Navn	Arbejdsopgaver nu	Orientering
Adresse tlf. mail	Nye arbejdsopgaver	Tilfredshed elev/virksomhed
Kontaktperson Elever	Evt.	Evt. nye tiltag

Bilag 7.8. Model for forudsætninger for læring og uddannelse

Jobmæssige forudsætninger er knyttet til det forhold, at uddannelse kun kan have en effekt, hvis det man har lært efterfølgende anvendes. Samtidig skal der være en nær tidsmæssig sammenhæng mellem uddannelsesaktiviteten og anvendelsen. Hvis det ikke er tilfældet, vil meget af det deltagerne har lært være glemt, når det skal anvendes, og læringen må starte forfra.



Deltagerforudsætninger er et spørgsmål om motivation. "Du kan trække en hest til truget, men du kan ikke tvinge den til at drikke". Billedlig talt gælder ordsproget også for uddannelse. Hvis ikke hver enkelt deltager i uddannelsesforløbet er motiveret for at gå konstruktivt ind i uddannelsesaktiviteten, vil effekten være begrænset uanset hvor meget der er taget højde for de øvrige forudsætninger. For at uddannelse kan have en effekt, skal deltagerne have et erkendt udviklingsbehov, et forhold der stiller store krav til omgivelserne og ikke mindst til ledelsen.

Pædagogiske forudsætninger er primært et spørgsmål om at skabe sammenhæng mellem målet med uddannelsen og de undervisningsmetoder, der tages i anvendelse.

Organisatoriske forudsætninger for effekt af uddannelse handler om at implementering skal ske i organisationen. Det betyder at ledelse, kultur og struktur i organisationen skal være parat til at medarbejderne anvender det lærte. De organisatoriske og jobmæssige forudsætninger er til sammen de ledelsesmæssige forudsætninger der sikrer effekt af uddannelse. Det er en ledelsesmæssig opgave at sikre at uddannelsesindsatsen rettes mod forhold, der er afgørende for organisationens succes nu og i fremtiden ligesom det er en ledelsesmæssig opgave at efterspørge det, der formidles gennem uddannelsen. Og det er en ledelsesmæssig opgave at eliminere de barrierer, der måtte være for anvendelsen af uddannelsen. Det er en ledelsesmæssig opgave at sikre implementering af uddannelse.

Bilag 7.9. Involvering og videndeling af et TUP-projekt

Beskrivelse af et forløb og en proces:

Som en del af Roskilde Handelsskoles beskrevne målsætning i handleplanen om involvering af nuværende og kommende AMU-undervisere, blev der afholdt møde med de involverede undervisere.

Målet for mødet var at fremlægge TUP- projektets overordnede målsætning samt sætte en involverende proces i gang blandt AMU- underviserne internt på Handelsskolen.

Forløbet og processen kan muligvis i tilrettet form, inspirere andre erhvervsskoler til at gennemføre lignende møder.

Der blev afsat 2 timer til mødet inkl. Pause.

Indbydelse til møde samt og procesbeskrivelse:

.....

Kære nuværende og kommende AMU- undervisere

I indkaldelse hermed til møde den 17. december 2008 kl. 14 – 16.00 i lokale xxx.

Formålet med mødet er at involvere jer i et TUP- projekt, der omhandler AMU-underviseres kendskab til virksomhedernes jobområder.

Lidt om projektet:

Roskilde Handelsskole har sammen med TietgenSkolen (projektansøger og -ansvarlig) Erhvervsakademiet Minerva, Handelsskolen, Sjælland Syd og Niels Brock ansøgt midler til at udvikle og afprøve modeller, der understøtter AMU-lærernes kendskab til merkantile jobområder.

Merkantile jobområder omfatter administrativt arbejde, handel og detail. Herudover vil dele af grafisk kommunikation være omfattet bl.a. billedbehandling og produktion til Internettet.

Målet med projektet er

- at kvalificere dialogen mellem uddannelsesinstitutioner, der udbyder AMU, og virksomheder om medarbejdernes kompetenceudviklingsbehov
- at styrke tilrettelæggelsen og gennemførelsen af praksisnær undervisning, der kan øge medarbejdernes motivation til deltagelse i arbejdsmarkedsuddannelser.

Projektet vil herudover kunne supplere det redskab til markedsanalyse og markedsovervågning, som HAKL-efteruddannelsesudvalget har fået udarbejdet for at støtte uddannelsesinstitutionerne i at identificere kunder og kompetenceudviklingsbehov. Endvidere vil projektet kunne supplere den IKV-vejledning, der er på vej til at blive udarbejdet i regi af HAKL-efteruddannelsesudvalget på det merkantile område.

De forskellige skoler har udpeget nogle områder, som de specifikt vil arbejde med. Det vil I få fremlagt på mødet.

Lars er projektleder for Roskilde Handelsskole og Annie deltager som gennemgående person. Derudover er Carsten Nielsen, Gunnar og Tino Vinzent fra Business Result

RHS har bl.a. sat fokus på overskriften:

Konkrete forslag til hvordan AMU-undervisere får kendskab til virksomhedernes praksis

- og det er det mødet skal omhandle:

-

Plan for mødet den 17. december 14 – 16.00:

1. Velkomst og orientering om TUP-projektet. Generelt og specifikt.

2. Proces indeholdende følgende trin:

Hvad ved vi?:

- OBS!!! I bedes inden mødet forberede i stikord 3 ting/forhold, der har optaget dig eller undret dig i forhold til dine AMU – kursisters praksis. Drøftes 2 og 2.

Hvad ved vi samlet, som vi gerne vil fortælle videre til de øvrige projektskoler?

- Drøftes 2 og 2 på mødet

Hvad vil vi gerne blive klogere på og dygtigere til i forhold til virksomhedernes praksis?

- Drøftes 2 og 2 på mødet

Hvordan skal vi blive klogere? Udpegning til indsatsområder og handleplan.

- Drøftes 2 og 2 og i plenum på mødet.

3. Opsamling og afslutning.

.....

På baggrund af de efterfølgende drøftelser blev der taget notaterne. Disse notater blev renskrevet og rundsendt til de involverende deltagere.

.....

Bilag 7.10. Databasen Videndeling

The interface features several buttons for navigation and data entry:

- Vis alle kategorier - en kategori af gangen**
- Vis alle undervisere - en underviser af gangen**
- Vis en kategori - Indtast ønsket kategori**
- Tilføj ny oplysning**
- Tilføj ny underviser**
- Tilføj ny kategori**

Below the navigation buttons, there is a section titled **Vælg mellem følgende kategorier** with a list of categories:

IT	Praktik
Detail	Regnskab
Sprog	Turisme
Kommunikation	Videndeling

Billede 1: Start af databasen

The interface displays a table of entries with the following columns: **Kategori**, **Udgivelser**, **Initialer**, **Fornavn**, **Efternavn**, **Titel**, and **Beskrivelse**. The **Kategori** dropdown is set to **IT**. The **Udgivelser** section includes navigation buttons (left, right, and **Luk**).

Initialer	Fornavn	Efternavn	Titel	Beskrivelse
hgu	hanne	guidesen	Mine erfaringer	Her sker en masse
hgu	hanne	guidesen	Den nye offic pakke	Sådan gør du
ave	Anette	Valøe	Turist holdet siger meget	Vi bruger efterhånden meget it i vores hverdag. Ikke kun de specielle rejseprogrammer, men mere og mere af vores tid går med at lave Powerpoint præsentationer og breve i word. Vi kunne godt ønske at vi var bedre til at

Billede 2: Vis alle kategorier en kategori af gangen

Kategori Næste Kategori

Udgivelser

Initialer	Fornavn	Efternavn	Titel	Beskrivelse	Link
mek	Mette	Krog	Praktik i detailhandel	4 dages praktik i en discountbutik. Dagbog	
mek	Mette	Krog	Målbeskrivelse for praktik	Hvad vil jeg gerne opnå med mine 2 dages praktik i en discountbutik	Praktik i de
mek	Mette	Krog	Gode råd før praktikken	Det bør du overveje	

Billede 3: Vis alle kategorier en kategori af gangen

Initialer Find Underviser

Fornavn

Efternavn

Udgivelser

Kategori	Titel	Beskrivelse	Link	Tilføj ny udg
Turisme	Virksomhedsbesøg	Besøg hos 10 forskellige virksomheder i Rejsebranchen		▶
Kommunikation	Hvordan kommunikerer vi med hinanden	et skriv om kommunikation med vores kunder		
IT	Turist holdet siger meget	Vi bruger efterhånden meget it i vores hverdag. Ikke kun de specielle rejseprogrammer, men mere og mere af vores tid går med at lave Powerpoint præsentationer og breve i word. Vi kunne godt		

Billede 4: Vis alle undervisere - en underviser af gangen

Initialer

Kategori

Titel

Beskrivelse

Link

Billede 5: Indtast ny oplysning