

# Referat

28. juni 2021

aline@sdu.dk

Emne: Campusrådsmøde Esbjerg 2:4  
Dato og tidspunkt: Onsdag 9. juni 2021 kl. 10-12  
Sted: SDU Esbjerg, undervisningslokale 81073  
Til stede: Ole Skøtt, Torben Munk Damgaard, Jesper Bo Nielsen, Birgit Jahn, Ditte Bjerrisgaard Bundesen, Egon Noe, Gabriele Berg-Beckhoff, Gitte Bach Markussen, Inge Hansen, Jacob Krummes, Dana Hjort Widenborg (fv Cultural Sociology), Maria Høhrmann Jensen (fv Sociologi og Kulturanalyse), Frederik Jacques Paulsen (Student Forum), Ninna Nygård Aunsberg Jæger (Student Forum), Jesper Holdensen (Lounge 81), Susanne Nordenbæk (Business Esbjerg), Birgit Bech Jensen (Business Esbjerg), Matias Strøm (Business Esbjerg)  
Afbud fra: Annemari Svendsen, Arne Feddersen, Claus Trap Christensen, Klaus Levinsen, Lars Tiedemann, Pernille Tanggaard Andersen, Dajan Peric (fv Environmental and Resource Management), Emma Kjær Pedersen (fv Folkesundhedsvidenskab), Laura Nørgaard Lehnsted (fv Folkesundhedsvidenskab), Louise Pedersen Mose (fv Idræt), Sara Falkenberg Loklindt (fv HA og cand.merc.), NN (fv kandidaten i Medicin)  
Referent: Ane Line Søndergaard

1. Godkendelse af dagsorden
2. Godkendelse af referat fra mødet 09-02-2021
3. SDUs egne indsatser for markedsføring af uddannelser i Esbjerg, herunder rekruttering og fastholdelse v/Birgit Jahn
4. Præsentation af Study in Esbjerg og Business Esbjergs indsatser for rekruttering og fastholdelse af studerende v/Business Esbjerg
5. Udfordringer vedr. studerende med professionsbachelor, som starter på kandidatuddannelse v/studerende Ninna Nygård Aunsberg Jæger
6. Information fra campusleder
  - a. Opsamling fra referencegruppemøde
  - b. Etablering af SDU Business School
  - c. Nye uddannelser i Esbjerg: Jura, andre muligheder afsøges
  - d. Fysisk tilstedeværelse fremover i de nye bygninger
7. Kort nyt fra enhederne
8. Eventuelt

## Ad 1. Godkendelse af dagsorden

Godkendt.

## Ad 2. Godkendelse af referat fra mødet 09-02-2021

Godkendt. Herefter præsentationsrunde.

### **Ad 3. SDUs egne indsatser for markedsføring af uddannelser i Esbjerg, herunder rekruttering og fastholdelse v/Birgit Jahn**

Ninna: Kan vi synliggøre bedre, hvad man kan blive med de uddannelser SDU Esbjerg har?

Birgit: Ja, vi har fokus på at vise flere testimonials fra tidligere studerende som er kommet i arbejde, og hvilken type jobs de har.

Egon: Der skal være fokus på relevante studiejobs og gæsteforelæsnings fra virksomhederne.

Ole: Vi har momentum lige nu – med den nye bygning, Medicin etableret og Jura på vej. Der er fokus på også at se på de studerendes prioritering, når det skal bestemmes, hvor uddannelser skal placeres. Ifm. søgningen til Medicin, har det attraktive ved Esbjerg været det praksisnære. Vi skal tænke på at samle vores uddannelsesudbud, så det ikke stikker i flere retninger.

Det er også nemmere at finde en praktikplads i Esbjerg. Virksomhederne er de seneste år blevet mere opmærksomme på, at der er universiteter i Esbjerg.

Ole: Jura er stadig uafklaret, men der er "sat en prik ved Esbjerg på kortet", og det er kutyme, at tildele uddannelser til nærmeste universitet, i dette tilfælde SDU Esbjerg. Men både grundtilskud og taxameterforøgelsen er for lave for de mindre byer. Løsningen er ikke økonomisk bæredygtig for SDU, som den er nu. Det der fylder hos os lige nu, er økonomien og evnen til at rekruttere kvalificerede lærerkræfter.

Susanne Nordenbæk opfordrer SDU til løbende at skrive til Business Esbjerg, hvad der fylder hos os.

Hop ned til præsentationen.

### **Ad 4. Præsentation af Study in Esbjerg og Business Esbjergs indsatser for rekruttering og fastholdelse af studerende v/Business Esbjerg**

Ole: Hvilke ønsker har erhvervslivet i pipeline? Susanne Nordenbæk: Fx it-stillinger, stærkstrømsingeniør, radiograf – de sender liste til os.

Torben: Business Esbjergs og SDU Esbjergs indsatser hænger fint sammen – men kan vi lave et mere løbende og sammenhængende samarbejde? Lige nu virker det ad hoc. Kan man have et formelt forum? Det vil Business Esbjerg gerne deltage i.

Ninna foreslår, at der er studerende med i Study in Esbjerg-arbejdet. Birgit Bech Jensen: Det har der tidligere været, og de har stadig fokus på unge kræfter.

Årets Studentum-undersøgelse viste, at Esbjerg pludselig er rykket op fra en 16. til en 7. plads som foretrukket studieby. Study in Esbjerg har ikke kommenteret på det umiddelbart gode resultat i år, da undersøgelsen vurderes baseret på et tyndt grundlag.

Business Esbjerg forlod herefter mødet.

Hop ned til præsentationen.

#### **Ad 5. Udfordringer vedr. studerende med professionsbachelor, som starter på kandidatuddannelse v/studerende Ninna Nygård Aunsberg Jæger**

Campusrådet var glade for kritikken.

Dana: Den dårlige trivsel er generel i overgangen til kandidaten – også for universitetsbachelorerne. Kan vi omstille fra kvartal- til semesteropbygning? Birgit: Quarterstrukturen er kommet i stand efter gensidig aftale mellem SUND og SAM og godkendt i de respektive studienævn og fakultetsledelser.

Der er allerede en workshop på vej for bachelorer, og de vil gerne lave det i samarbejde med Studieservice, Biblioteket mfl.

Ninna: Problemerne er strukturelle, og det går man ikke til sin faglige vejleder med. Hvor skal man gå hen? Birgit: Ved tvivl, spørg altid Studieservice.

Ninna: Der mangler noget mere hjælp på skrift – de studerende er ikke glade for mitSDU.

Torben: Arbejdet med netop overgangen fra professionsbachelor til kandidat er allerede startet op i fælles regi med UC SYD.

Jesper Bo: SUND arbejder også med det og ønsker at benytte Ninnas oplæg.

Ole: Ifm. udflytningen af uddannelserne fra de største byer, ses der også på sammenhængen lokalt – alle snubletråde skal fjernes, om muligt.

Hop ned til præsentationen.

#### **Ad 6. Information fra campusleder**

##### **Ad 6a. Opsamling fra referencegruppemøde**

1. juni var der møde med gruppen. Vedr. Jura bliver der arbejdet på at få nedsat en formel gruppe, og desuden skal der etableres et samarbejde vedr. efter-videreuddannelser mellem SDU, UC SYD og erhvervsrepræsentanter.

Ideer til, hvad vi skal tage op med referencegruppen er velkomne. Send dem til [aline@sdu.dk](mailto:aline@sdu.dk).

##### **Ad 6b. Etablering af SDU Business School**

Der etableres Business School, hvor samarbejdet med virksomheder vil blive højt prioriteret.

Business School etableres for at styrke Erhvervsøkonomi-uddannelserne, som har været

præget af at være udbudt på 5 campusser uden den bedste koordinering. Der skal være fokus på at udnytte fordelene ved at udbyde uddannelserne på de forskellige campusser.

#### **Ad 6c. Nye uddannelser i Esbjerg: Jura, andre muligheder afsøges**

Ole: Vi skal reducere 10 % i uddannelserne i de fire store universitetsbyer. Der bliver mulighed for at starte eksisterende uddannelser op uden for de fire byer. Samlet er det 7000 pladser der skal flyttes ud, og SDUs andel er 900 pladser, som det ser ud nu.

#### **Ad 6d. Fysisk tilstedeværelse fremover i de nye bygninger**

Når vi kommer tilbage igen fysisk på campus, er det ikke til det gamle universitet – det er til en "ny normal". Dette positive fokus kommer vi til at have dialoger om, både på uddannelserne og blandt de ansatte.

#### **Ad 7. Kort nyt fra enhederne**

##### **Jesper, formand for den nye fælles studentercafe med UC SYD, Lounge 81:**

Alt er klart i studentercafeen. Der er sket meget det sidste år, og de glæder sig til at vise det hele frem. De afventer lige nu, om ministerierne siger go for arrangementer på uddannelsesinstitutioner. De er lige nu ved at oplære bartendere, så de er klar til en evt. åbning.

Uden corona-restriktioner er der 71 siddepladser i lokalet. Baren vil holde åbent torsdag og fredag. De vil etablere et kaffemiljø a la "Ved siden af" på SDU Odense, og snackautomaten vil også blive etableret ifm. lokalet. Bemærk, at studentercafeens lokale er åbent for alle som opholds- og studiefacilitet i løbet af dagen, også når baren ikke er åben.

Samarbejdet med UC SYD startede med en workshop, hvor forventningsafstemning blev afklaret begge steder. Nu består bestyrelsen af 3 fra UC SYD og 3 fra SDU. Det er to kulturer der skal mødes. En fordel ved corona-nedlukningen har været, at begge parter har glemt, hvordan man driver en bar – en god anledning til en ny start sammen.

Åbningstiderne er ved at falde på plads og disse samt andre oplysninger vil herefter kunne findes på mitSDU, både under [Studioliv](#) og [Faciliteter](#) samt på [Lounge 81s facebookside](#).

Alle – også ansatte – er altid velkomne til at komme forbi.

##### **It v/Inge:**

Der har flere gange været tyveri af skærme.

##### **Studieservice v/Birgit:**

Dimission foregår 25. juni, og de faglige vejledere er i gang med at planlægge studiestart.

**SUND v/Gabi:**

Undervisningsbelastningen på kandidatuddannelsen er næsten fordoblet pga. covid-19, ny elektronisk undervisningsplatform samt opdeling af kandidatuddannelsen i Sundhedsvidenskab mellem SIF og Sundhedsfremme. Arbejdsglæden daler, pga. lavere antal studerende og pga. arbejdsindsatsen for at indarbejde nye de undervisere som har overtaget undervisningen af halvdelen af de studerende. Det er svært at vurdere positivt.

**SUND v/Jesper Bo:**

Instituttet beskæftiger sig i øjeblikket med, hvordan de re-boarder efter covid-19, og hvordan de får de gode ting med over i den nye hverdag.

**Ad 8. Eventuelt**

Ifm. Henrik Dams fratrædelse vil Ole Skøtt pr. 1. august være konstitueret rektor. Dekan for SAM Jens Ringsmose overtager opgaven som campusdekan, indtil en ny rektor er ansat.

# **SDU's egne indsatser for markedsføring af uddannelser i Esbjerg – herunder rekruttering og fastholdelse**

# SDU's Rekrutteringsstrategiske pejlemærker


- à Direktionen godkendte 7. januar 2021 SDU's rekrutteringsstrategiske pejlemærker og tilhørende principper
- à Sikre fokuserede og konsistente indsatser på tværs af fakulteter og fællesadministrationen
- à Pejlemærkerne og principperne er af strategisk karakter
- à Evalueres årligt

# SDU's 7 Rekrutteringsstrategiske pejlemærker

1. SDU prioriterer rekrutteringsindsater omkring uddannelser, der er relevante for samfundet
2. SDU rekrutterer primært regionalt, så nationalt om internationalt
3. SDU rekrutterer internationale studerende med udgangspunkt i danske behov
4. SDU's kommunikation til ansøgere er ensartet, forståelig og sammenhængende på tværs af uddannelser
5. SDU møder ansøgere igennem hele deres beslutningsproces
6. SDU rekrutterer primært blandt unge, men vi er tydelige om, at vi tilbyder livslang læring
7. SDU viser, hvordan vores uddannelser kan bruges i samfundet



# På SDU Esbjerg udbydes følgende bachelor- og kandidat- uddannelser



## Bacheloruddannelser

- à [Erhvervsøkonomi, HA - Energi management \(Bachelor\)](#)
- à [Erhvervsøkonomi, HA - Generel erhvervsøkonomi, Esbjerg \(Bachelor\)](#)
- à [Erhvervsøkonomi, HA - Meritordning \(bachelor\)](#)
- à [Erhvervsøkonomi, HA - Sports- og eventmanagement \(Bachelor\)](#)
- à [Sociologi og Kulturanalyse \(Bachelor\)](#)

## Kandidatuddannelser

- à [Cand.merc. Marketing, Social Media, and Digitalization](#)
- à [Cand.merc. Sports and Event Management](#)
- à [Cultural Sociology](#)
- à [Environmental and Resource Management](#)
- à [Folkesundhedsvidenskab \(kandidat\)](#)
- à [Idræt og Sundhed \(kandidat\)](#)

# Fakulteternes markedsføring af uddannelser på SDU

- à Fakulteternes markedsfører deres generelt deres uddannelser som en samlet portefølje af uddannelser på SDU.dk og ikke særskilt i de byer, hvor uddannelserne udbydes. Der kan dog være undtagelser.
- à Jeg har kontaktet Tomas Homburg, leder af SUND Kommunikation og Christian Vester Nielsen, leder SAMF uddannelseskommunikation

## Sundhedsvidenskab

Vores vision er at bidrage til at forbedre menneskers sundhed



Forskning



Uddannelse



Rekruttering

- **Vores kandidatuddannelse i Folkesundhedsvidenskab i Esbjerg er med i det samlede loop i markedsføringen. Derudover deltager den i Karrieremessen i Esbjerg. For at tiltrække potentielle studerende til Åbent Hus, annoncerer SUND også for KA, Folkesund i Sygeplejersken, Ergoterapeuten, Fysioterapeuten og Tidsskrift for Jordemodervidenskab.**

**For den kommende KA i medicin i Esbjerg har vi de sidste tre år kørt kampagner på SoMe for kr. 100.000 om året rettet mod potentielle studerende og deres forældre. Derudover laves der sommer- og vinterskole for interesserede studerende i et samarbejde mellem Sydvestjysk Sygehus og SDU-SUND, samt de andre sydjyske sygehuse. Der er tilknyttet to faglige vejledere på BA, medicin i Odense, som fungerer som gatekeepers, så de bachelorstuderende får øje på uddannelsen i Esbjerg.**

**Vi støtter desuden op om, at få presseomtalen af de uddannelser samt den forskning, der bedrives de to steder; også omtale på SoMe.**

# SAMF

## markedsføring kvote 1 - 2021

# Optakt til kvote 1

## Markedsføring af tilbuddet ”Mød en SAMF-studerende online”

- **Periode:** Maj 2021
- **Målgruppe:** Unge mellem 18 og 24 år. Hele Danmark med undtagelse af Aarhus og op efter
- **Medier:** Sociale medier – Facebook og Instagram

Formålet med kampagnen er at fortælle vores målgruppe, at vi har et rigtig godt tilbud til dem. At de kan stadig kan møde vores studerende - dette blot online (fx over Skype eller Messenger), og at de sidder klar til at dele deres erfaringer og oplevelser som studerende på en af SAMFs uddannelser. De potentielle studerende skulle derigennem gerne få et endnu bedre beslutningsgrundlag at kunne træffe deres studievalg på.

Der linkes til denne webside: [https://www.sdu.dk/da/om\\_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/samfonline](https://www.sdu.dk/da/om_sdu/fakulteterne/samfundsvidenskab/samfonline)

# Kvote 1 – de potentielle studerende

- **Periode:** 5. juni-5. juli
- **Målgruppe:** Unge mellem 18 og 24 år. Hele Region Syddanmark, op til og inkl. Horsens, Vestsjælland
- **Medier:**
  - Facebook og Instagram
    - Overordnede SAMF annoncer, uddannelses/linjespecifikke annoncer, retargeting-annonce\*
    - Opslag på SAMFs egen Facebookside og takeovers af studerende på SAMF Instagramprofil
  - Lydspots samt banner på musik-streamingtjenesten Spotify
  - Videoannoncer på YouTube
  - Digitale skærme i storcentrene i Esbjerg, Kolding, Sønderborg
  - Mail til afgangselever på en række gymnasier i Region Syddanmark, Sjælland, Hovedstaden (via ekstern samarbejdspartner)
  - Grafik på HHX i Odense (elevintra) + HHX i Vejle (indendørs skærme)\*\*
    - Grafik for de enkelte campusbyer, som hvis ønsket og hvis muligt kan videreformidles til lokale gymnasiekontakter

\*Unge, som besøger en af SAMFs BA-uddannelser på sdu.dk, får efterfølgende vist en annonce på Facebook eller Instagram med en henvisning til at kontakte de faglige vejledere med eventuelle spørgsmål

\*\*HHX i Odense og Vejle har flere gange været behjælpelige med at dele vores markedsføringsindhold med deres elever

## Kvote 1 – forældrene

- **Periode:** 9. juni-5. juli
- **Målgruppe:** Forældre til unge mellem 18 og 26 år. Hele Region Syddanmark, op til og inkl. Horsens, Vestsjælland, Region Hovedstaden
- **Medier:**
  - Facebook og Instagram – overordnede SAMF annoncer

Langt hovedparten af forældre taler med deres børn om studievalget, og målet med denne kampagne er at brede budskabet om SAMF, vores bacheloruddannelser og kvote 1 ansøgningsfristen til forældrene til de unge, og få forældrene til at bære denne viden med videre til deres børn.

Vi kørte en lignende kampagne i februar, hvor annoncebudskabet omhandlede SDU's online åbent hus, og vi kunne se, at forældrene i høj grad taggedede deres børn i annoncerne for at dele budskabet med dem.



## Baggrund for medievalg

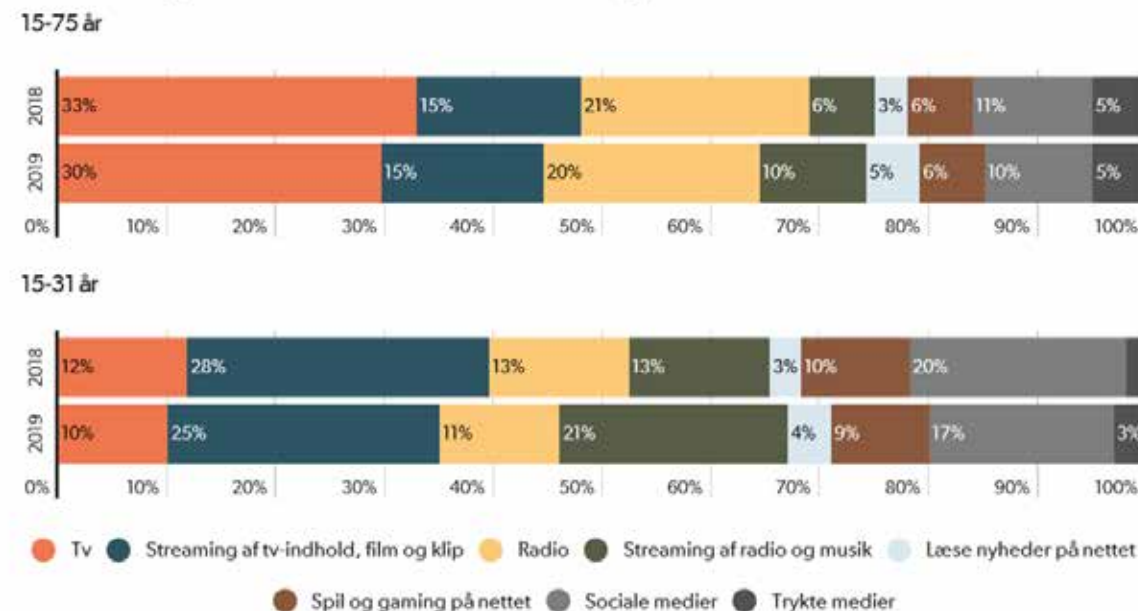
Streaming af TV/film, streaming af radio/musik samt sociale medier udgør de 3 klart største områder inden for de unge danskers mediebrug (15-31 årige).

SAMF Uddannelseskommunikation ønsker at være tilstede på de medier, som vores målgruppe benytter, og tilpasser løbende vores indsatser og medievalg derefter. Dét betyder, at vi i år primært annoncerer på sociale medier, Spotify samt YouTube.

Med grafikken til gymnasierne og med uddannelsesmailen sendt til en række ungdomsuddannelser rammer vi desuden årets afgangselever meget nøjagtigt.

Ift de digitale skærme i storcentrene, så er skærmene et stærkt opmærksomhedsmedie, som sikrer en høj frekvens i målgruppen, og de unge er overrepræsenteret ift. besøg i storcentre generelt. Og så kan vi med skærmene opnå en specifik geografisk tilstedeværelse i de områder, hvor der er behov for en ekstra indsats.

### Fordeling af danskernes mediebrug



Kilde: DR Medieforsknings rapport om MEDIEUDVIKLINGEN 2019

## Specifikt for Esbjerg

Udover den overordnede SAMF-markedsføring, er der planlagt en særlig indsats for uddannelserne Esbjerg.

Dette omfatter annoncer på Facebook og Instagram i hele SAMF's primære dækningsområde for hver af de fire uddannelser/linjer i Esbjerg samt yderligere en samlet karruselannonce lokalt i Esbjerg og omegn. Denne annoncering kører fra uge 23 og frem til ansøgningsfristen den 5. juli. Vi har i annonceteksten prioritet at få nævnt det nye og flotte campus i Esbjerg tidligt i teksten, da vi fra kvote 2-kampagnen ved, at denne annoncevariant opnåede en langt højere klikrate end de varianter, hvor det nye campus var nævnt til slut i teksten.

Derudover har vi booket digitale skærme i Esbjergs storcenter i ugerne 23-25. Det er MP4-filer á 10 sekunders varighed, som kører på skærmene. Dvs. der er bevægelse i grafikken. Den skal holdes meget enkel og kun indeholde lidt tekst, da vi ikke har de unges opmærksomhed specielt længe. Det er derfor vigtigt, at budskabet står tydeligt frem og er nemt at afkode.



# Centrale markedsføringsaktiviteter

à Åbent Hus

à Studiepraktik

à Studerende for en dag

à Mød SDU – en studerende online

à Akademiet for talentfulde - online

à Studieretningsprojekter – 3g'ere inviteres ind (pilot på SDU i Odense)

à Facebook

à Diverse samarbejder med gymnasieskolerne, herunder henvendelser fra gymnasieklasser om besøg på SDU

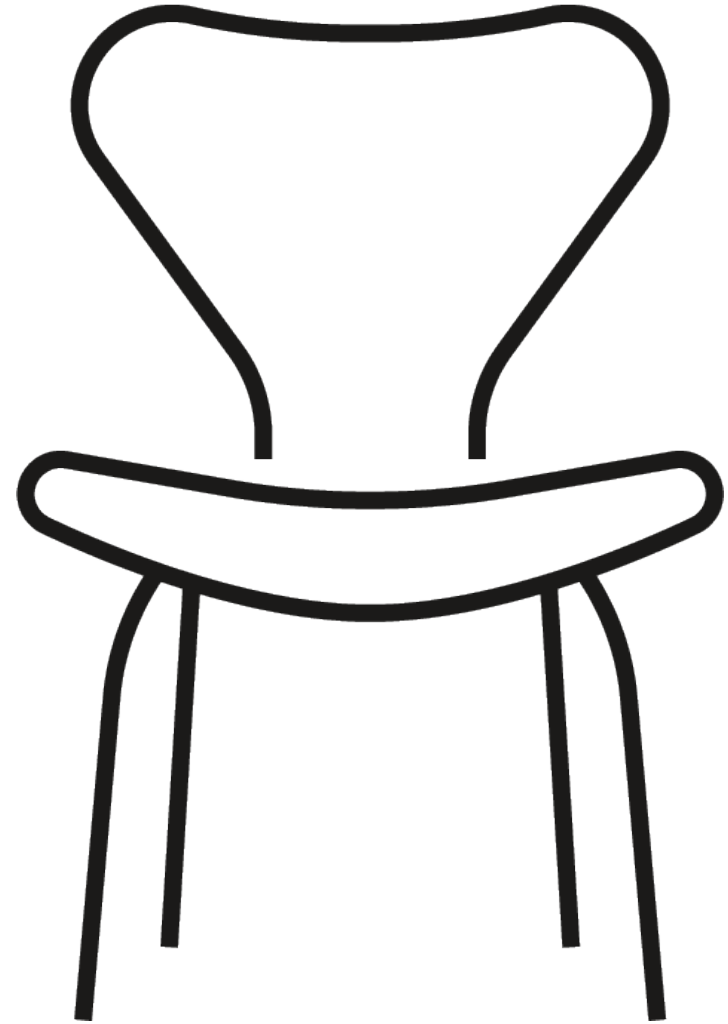
à Karrieremesse

à Vejledningstilbud

à Studievalg

à Esbjerg Universitetspris

**Vi hjælper med at  
finde den rette  
uddannelse for dig**



# Vi hjælper med at finde den rette uddannelse for dig

## Alle undersøgelser viser:

- à Jo mere afklaret man som studerende er, jo større er fastholdelsesgraden
- à Vi interesserer os for det enkelte individ, og i den forbindelse at de får valgt rigtigt
- à Unitesten bruges aktivt – på den enkelte ansøger
- à Ambassadørernes tilbagemeldinger: de studerende er ikke blot et nummer, men et menneske der kan komme i kontakt med undervisere, vejledere, administrationen m.m.
- à Rekrutteringsindsatsen er først afsluttet når studiestarten og introen er overstået, og de studerende har haft mulighed for at vælge om
- à De studerende er de bedste ambassadører
- à Rekruttering starter tidligt (Folkeskoleniveau), bl.a. Forskningens Døgn
- à Sabatisterne – hvor finder vi dem?



# Study in Esbjerg

- à Åbent Hus og Studiepraktik på SDU i Esbjerg markedsføres sammen med SDU's øvrige markedsføring.
- à Derudover markedsfører Studiebyen Esbjerg alle Esbjergs videregående uddannelsesinstitutioner, med fokus på et samlet overblik over, hvilke uddannelser der findes i Esbjerg.
- à Studiebyen Esbjerg har som hovedfokus studielivet i og omkring Esbjerg – altså alt det der foregår udenfor studierne – rammer der er med til at skabe et "helt" studieliv og et godt og attraktivt studiemiljø.

9. Juni 2021 – campusledelse SDU, Esbjerg

# STUDY IN ESBJERG & BUSINESS ESBJERG

ESBJERG MEANS BUSINESS

# Principper for indsatsen

- ¾ Fra 50/50% finansiering til 55/45%
- ¾ 10+2 events for studerende
- ¾ Fælles åbent hus med annoncering
- ¾ Øget fokus på tiltrækning
- ¾ Samarbejde med Education Esbjerg på udvalgte tiltrækningsevents



# Budget 2022

|  | 2021           | 2022           |
|--|----------------|----------------|
| Løbende kampagner på sociale medier            | 60.000         | 60.000         |
| Kvote 1  | 40.000         | 40.000         |
| Restpladser                                    | 40.000         | 40.000         |
| Kampagne Åbent Hus                             | 60.000         | 60.000         |
| Artikler, film, billeder, artwork, merchandise | 70.000         | 70.000         |
| <b>TOTAL TILTRÆKNING</b>                       | <b>270.000</b> | <b>270.000</b> |
| <b>TOTAL EVENTS</b>                            | <b>210.000</b> | <b>210.000</b> |
| <b>TOTAL FASTE OMKOSTNINGER</b>                | <b>390.000</b> | <b>390.000</b> |
| <b>UDGIFTER</b>                                | <b>870.000</b> | <b>870.000</b> |
| <b>INDTÆGTER</b>                               | <b>Budget</b>  | <b>Budget</b>  |
| Bidrag fra Business Esbjerg                    | 385.000        | 485.000        |
| Bidrag fra Education Esbjerg                   | 100.000        | ^^             |
| Bidrag fra EASV                                | 100.000        | 100.000        |
| Bidrag fra Maskinmesterskolen                  | 25.000         | 25.000         |
| Bidrag fra SDU                                 | 100.000        | 100.000        |
| Bidrag fra AAUE                                | 50.000         | 50.000         |
| Bidrag fra UC SYD                              | 100.000        | 100.000        |
| Bidrag fra Musikkonservatoriet                 | 10.000         | 10.000         |
| <b>INDTÆGTER</b>                               | <b>870.000</b> | <b>870.000</b> |

# Fastholdelse og studiemiljø

## 10 GRATIS EVENTS FOR STUDERENDE

¾ Sport x 4

¾ Kultur og erhverv x 2

¾ Welcome Week (NY)

¾ Afskedsfejring (NY)

¾ Julehygge

Derudover Kongekampen og Karrieremesse



# Tiltrækning

¾ Fælles Åbent Hus med annoncering

¾ Afterstudy (NY)

¾ Fastholdelse af løbende annoncering

¾ Særligt tryk på kvote 1 og restpladser



# Business Esbjergs strategiske fokuspunkt

At medvirke til at gøre Esbjerg til en attraktiv uddannelsesby gennem samarbejde med og support til Education Esbjerg, arbejde for tiltrækning og fastholdelse af studerende i Study in Esbjerg samt tilbyde events og tiltag for studerende.

# Business Esbjerg

## KARRIEREMESSE ESBJERG

¾ +1.000 jobinteresserede fra Esbjerg, Odense, Fredericia, Vejle, Kolding, Sønderborg, haderslev og Århus.

¾ +50 virksomheder

¾ 28. september 2021 kl. 13-17




# Business Esbjerg

Andre tiltag

- ¾ Universitetsprisen
- ¾ Jobgaranti for kandidater ved AAU-E
- ¾ Jura til Esbjerg



The background of the slide is a dense field of 3D-rendered numbers in various shades of blue and white. The numbers are scattered across the frame, creating a sense of depth and movement. Some numbers are larger and more prominent, while others are smaller and recede into the background. The overall effect is a vibrant, data-driven aesthetic.

# Studiestart for studerende med en professions - bachelor

Ninna N.A. Jæger

Stud. Cultural Sociology

nijae16@student.sdu.dk

# Spørgeskema-undersøgelse

Lavet i SurveyXact  
Både på dansk og engelsk

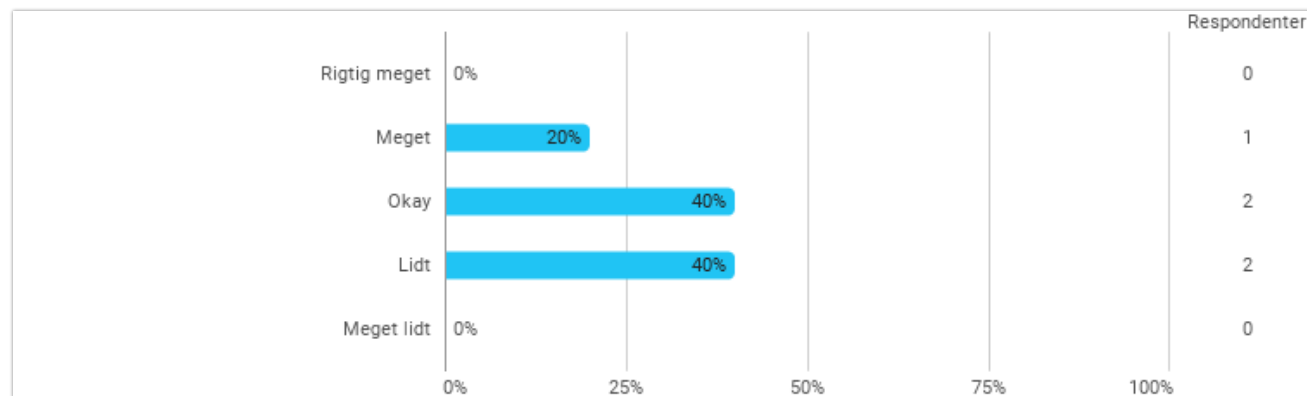
1. I hvilken grad synes du, at suppleringskursuserne var en hjælp, da du startede på uddannelsen? (lukket spørgsmål)
2. Uddyb gerne dit svar her (åbent spørgsmål)
3. Er der viden, fag eller kundskaber som du synes manglede som en del af suppleringskurset? (lukket)
4. Hvad synes du manglede som en del af suppleringskurset? (Åbent spørgsmål og kun hvis man har svaret ja i ovenstående spørgsmål)
5. I hvilken grad synes du, at du fik de informationer du havde brug for i løbet af første semester? (Lukket)
6. Uddyb gerne dit svar her (åbent)
7. Var der begivenheder, muligheder eller initiativer du synes manglede, i løbet af første semester? (lukket)
8. Uddyb gerne dit svar her (åbent)
9. I hvilken grad følte du, at du fik den hjælp du eventuelt havde brug for? (lukket)
10. Uddyb gerne her (åbent)
11. Hvordan var din oplevelse af at studere det første semester? (lukket)
12. Uddyb gerne dit svar her (åbent)
13. Hvilke råd vil du gerne give til nye studerende, i forhold til opstart på kandidaten?
14. Hvilke råd eller forslag vil du give til SDU, i forhold til at inkludere studerende som ikke har universitetsbachelor:



# Suppleringsfag

- Mere sociologisk teori og tilgang til faget
- Evt. anbefaling af litteratur, når man bliver optaget.
- Metodefaget (kvalitativ) mindre relevant
- Statistik er brugbart men for kort og der undervises i et andet program end på selve uddannelsen

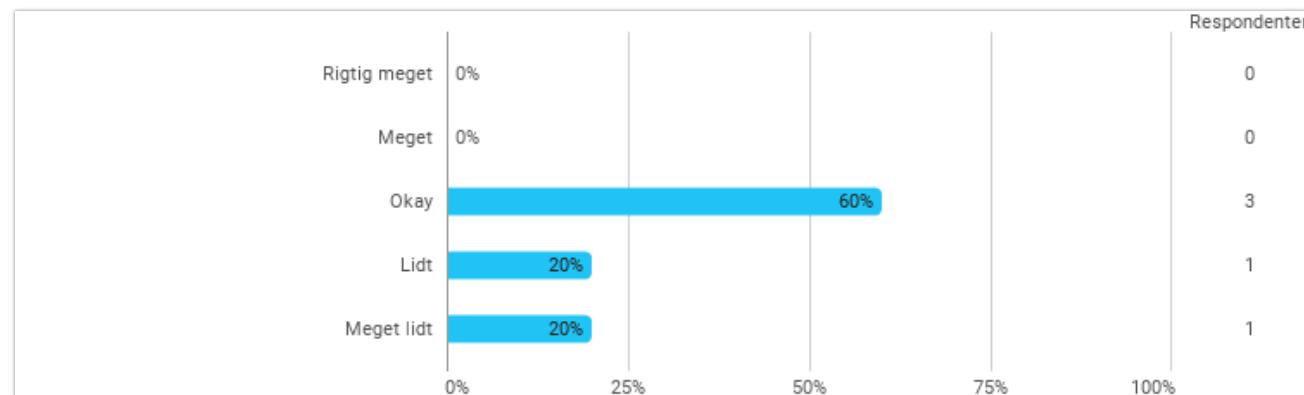
I hvilken grad synes du at suppleringskurserne var en hjælp, da du startede på uddannelsen?



# Information og introduktion\*

- En særlig introduktion til de som kommer udefra SDU. Mere dybdegående intro til skolen og deres platforme
- Et kort seminar omkring det akademiske liv.
- Alt for meget er implicit.
- Manglende info om krav og retningslinjer eller hvor man skal kigge, hvilket kan gøre at man dumper eksamenerne.
- Svært at finde information
- Kurser fra eks. fra SDU biblioteket ligger sent i semesteret. Vi har derfor ikke så meget gavn af dem når vi kører kvartal/modul

I hvilken grad synes du, at du fik de informationer du havde brug for i løbet af første semester?

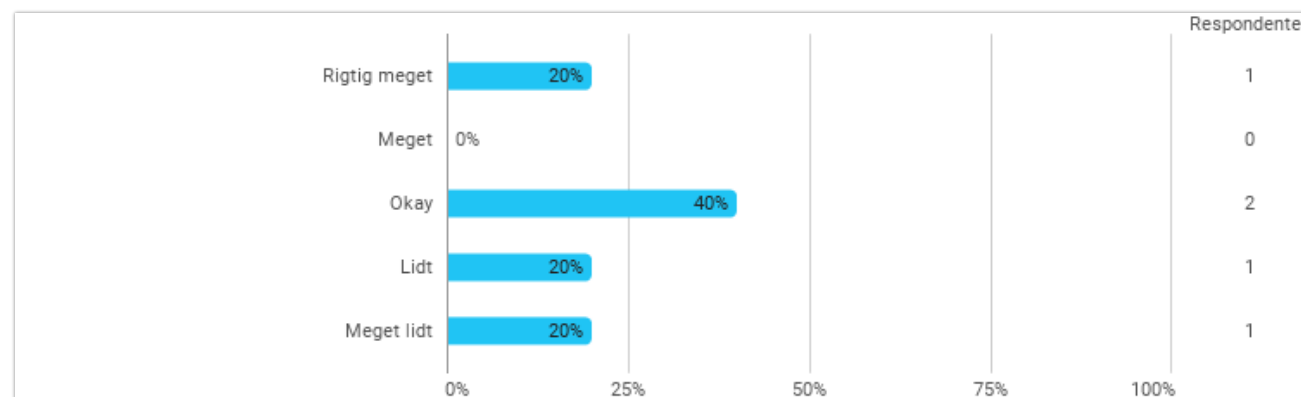


\* Kommentarerne er både fra grafen omkring information (som vist i sliden) og grafen omkring "Var der begivenheder, muligheder eller initiativer du synes manglede, i løbet af første semester?", her svarede 20 % ja, 60 % ved ikke og 20 % nej.

# At modtage hjælp

- Man er meget overladt til sig selv sammenlignet med ens tidligere BA. Svært at vide at man skal opsøge alting selv.
- Svært at vide hvor man skal søge hjælp.
- Men når man så finder de rigtig personer, så er folk meget hjælpsomme.
- Igen er alting meget implicit

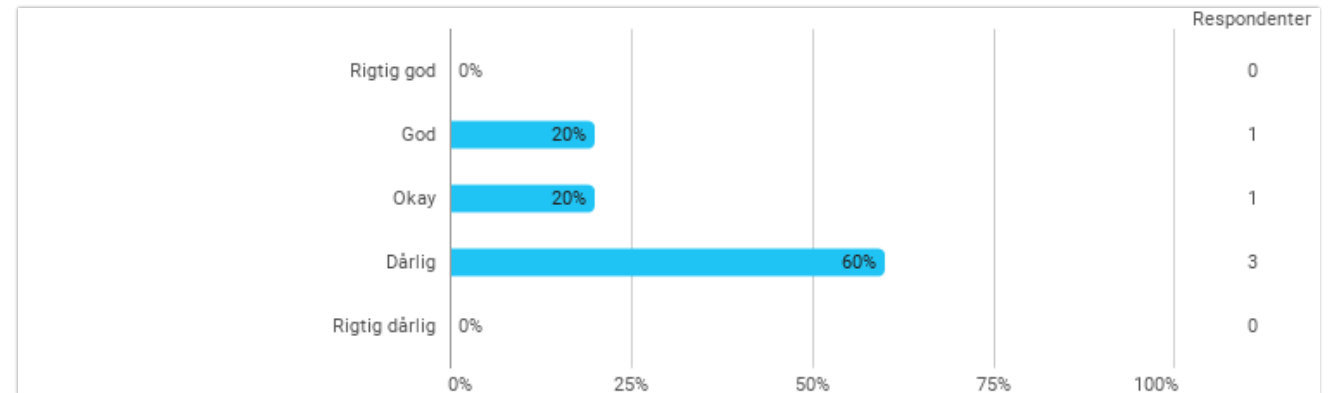
I hvilken grad følte du at du fik den hjælp du eventuelt havde brug for?



# Studietrivsel

- Nogle studerende overvejer at droppe ud allerede under første semester fordi de ikke synes de er gode nok eller kunne følge med.
- Nogle studerende føler sig forkert, udenfor eller malplaceret.
- SDU fremhæver ubevidst de studerende som har en uni.-bachelor
- En "os og dem" følelse
- (Mange stresser over at undervisningen er i kvartaler og ikke i semestre)

Hvordan var din oplevelse af at studere det første semester?



# Gode råd

- ◇ Undersøg om suppleringsfagene har en effekt eller om der var andet som kunne være mere brugbart.
- ◇ Mere videndeling blandt studerende eller måske en mentor-ordning?
- ◇ Brug de styrker der kommer fra studerende med andre uddannelser til at udfordre og styrke SDU, fremfor at italesætte studerende fra SDU som det eneste rigtige.
- ◇ Opret en workshop særligt til de som kommer udefra, så man kan få viden om SDU
- ◇ Mere løbende information (ikke i starten), omkring hvilke muligheder man har som studerende, hvad er godt at være medlem af, hvad er godt at deltage i osv. (evt. skriftlig)
- ◇ Vær bedre til at inkludere praksis i uddannelsen – måske kunne prof.bac.stud. være en hjælp her?
- ◇ Have mere klare og tydelige forventninger til de studerende
- ◇ Gør det mere tydeligt hvor man kan få hjælp henne – ofte ender man med at bruge tid på at skrive til mange forskellige.
- ◇ Mere tværprofessionelt !